BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

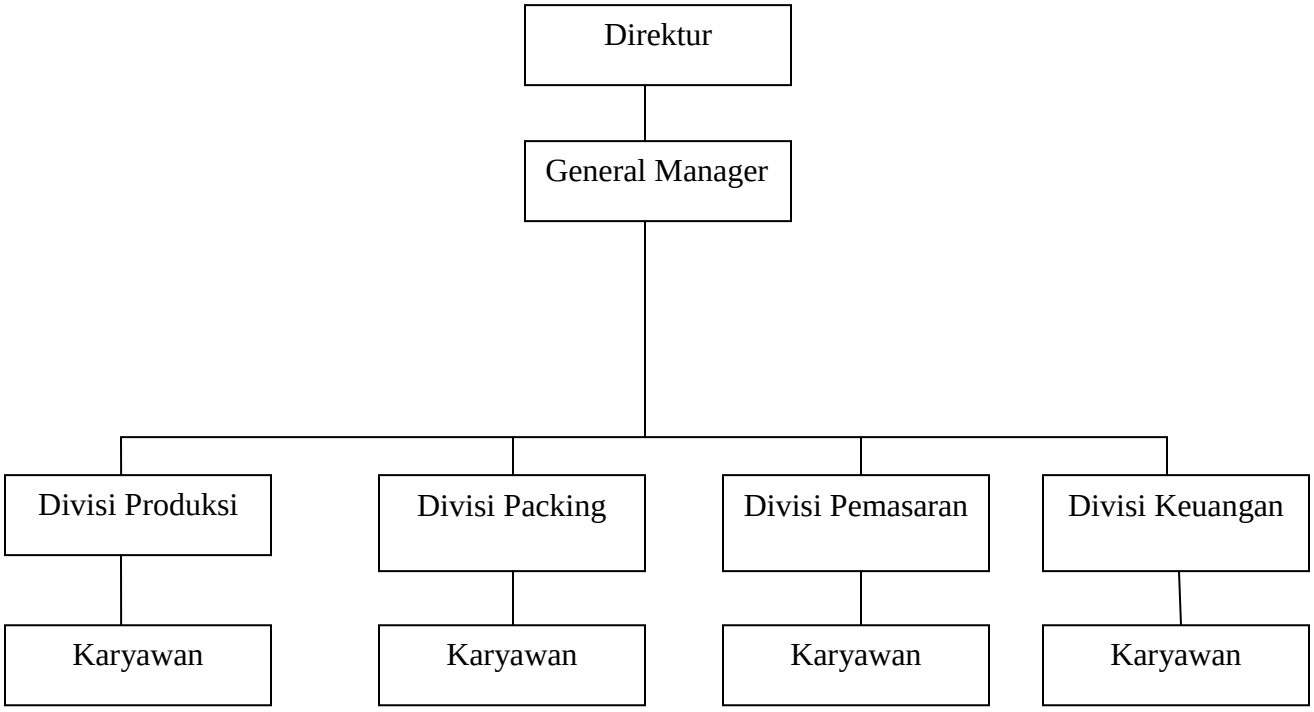
4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah singkat IFA

IFA akronim dari *Indonesian Footwear Agencies*. Berdiri tahun 1990, pada awal pertumbuhan IFA lebih memfokuskan kegiatan usahanya di bidang ekspor sepatu. Tak sia-sia, dalam kurun tertentu perusahaan yang didirikan duet Tanu Sutomo dan Jarot Djarot Widjanarko ini mampu berkembang sebagai salah satu eksportir terkemuka di Tanah Air. Salah satu merek terkenalnya adalah Erasmus. Seiring lonjakan permintaan pasar dalam negeri terhadap produk-produk sepatu kualitas ekspor, tahun 1992 IFA memutuskan untuk memenuhi kebutuhan domestik dengan sistem penjualan langsung (*direct selling*). Tujuh tahun berikutnya, IFA mulai memakai semi multilevel (MLM) marketing dengan jenjang karir dan sistem bonus dihitung hanya sampai jaringan tertentu. Menggunakan sistem MLM murni baru pada 2001 dengan sistem bonus jaringan yang dihitung tanpa batas.

Saat ini perusahaan yang menyediakan beragam produk dalam negeri ini makin eksis sebagai perusahaan MLM yang mengakar di Tanah Air. Mempunyai sekitar 350 ribu agen dan depot (perwakilan) yang tersebar di Tanah Air. Tercatat sebagai perusahaan MLM dengan katalog tertebal versi Museum Rekor Indonesia (MURI).

4.1.2 Struktur Organisasi



Gambar 4.1

Struktur Organisasi

4.1.2.1 Visi dan Misi

Visi:

Memberikan peluang keberhasilan bagi setiap insan yang ingin maju

Misi:

- Untuk mencapai kehidupan yang lebih tinggi
- Baik dari segi keuangan (pemberdayaan ekonomi keluarga)
- Pembinaan diri (pencerahan)
- Kepedulian kepada sesama (pemerataan ekonomi/kesempatan dan pelayanan sosial)

4.1.3 Job Description

Berikut ini merupakan fungsi masing-masing karyawan dalam pelaksanaan kegiatannya dalam Perusahaan sesuai dengan tingkat jabatannya.

1. Direktur

Direktur adalah seorang pemimpin dalam perusahaan, oleh karena itumaka seorang direktur mempunyai tugas dan wewenang yang harus dilaksanakan. Tugas dan wewenang Direktur adalah:

a. Mengontrol jalannya perusahaan
b. Menentukan kebijakan umum perusahaan
c. Mengadakan hubungan dengan pihak lain luar yang berkaitan dengan aktivitas perusahaan
d. Bertanggung jawab atas semua aktivitas dan kebijakan

2. General Manager

General Manager adalah pemimpin yang berada dibawah seorang direktur, sehingga seorang general manager memiliki tanggung jawab kepada direktur. Agar dapat melaksanakan kewajibannya dengan baik maka general manager harus mengetahui tugas pokoknya. Tugas pokok dari seorang general manager adalah sebagai berikut:

a. Memimpin kegiatan operasional perusahaan dan mengkoordinir pekerja-pekerja kepala bagian dengan melimpahkan wewenang, tugas dan tanggung jawab kepada direktur.
b. Memberikan instruksi-intruksi kepada bawahan.
c. Memimpin operasional perusahaan serta berwenang mengambil kebijaksanaan-kebijaksanaan.

3. Divisi Produksi

   Tugas dan wewenang Divisi Produksi adalah:

   a. Memfollow up order dari pelanggan
   b. Memproses order dari pelanggan
   c. Membuat surat perintah kerja
   d. Mengarahkan dan mengawasi kegiatan produksi

4. Divisi packing

   Uraian tugas dan fungsi dari divisi packing sebagai berikut:

   a. Mengatur serta mengawasi barang hasil produksi agar dapat disimpan dan disusun dengan baik.
   b. Bertanggung jawab atas barang yang akan dipasarkan baik kuantitas maupun kualitasnya.

5. Divisi Pemasaran

Divisi pemasaran memiliki tugas dan fungsi sebagai berikut:

a. Mengatur segala hal mengenai penjualan
b. Mencari pemesanan serta melakukan promosi
c. Mengambil keputusan-keputusan yang berhubungan dengan faktor internal (kebijakan promosi dan penentuan harga) dan faktor eksternal (analisis pasar)

Bagian pemasaran terdiri dari:

a) Bagian Pengadaan
b) Bagian Gudang
c) Bagian Distribusi

6. Divisi Keuangan

Divisi keuangan memiliki tugas dan fungsi sebagai berikut:

a. Memimpin pengelolaan keungan perusahaan termasuk pengaturan uang untuk berbagai keperluan dan perencanaan keuangan untuk jangka pendek maupun jangka panjang.
b. Merencakan dan menyediakan dana yang cukup untuk keperluan perusahaan dan mencari posisi keuangan yang sehat.
c. Bertanggung jawab serta berwenang mengambil kebijaksanaan-kebijaksaan mengenai masalah keuangan.

7. Karyawan

   Tugas dan wewenang karyawan adalah:

   a. Melaksanakan pengelolaan administrasi kekaryawan
   b. Penyusunan program dan petunjuk pembinaan dan pengembangan karyawan
   c. Mengadakan perekrutan karyawan baru

4.1.4 Aktivitas Perusahaan

INFO DAHSYAT

Pada hari kamis (22/5/2014) diadakan Meeting Nasional dengan mengundang para pimpinan depot IFA se-indonesia.

Acara yang berlangsung disebuah hotel di BSD berlangsung "Sersan" serius tapi santai, para pimpinan depot begitu antusias mendengar penjelasan dari Direktur Utama IFA Bpk. Tanu Sutomo pun begitu sesi tanya jawab, mereka mengeluarkan segala permasalahan yang dihadapi dalam menjalankan bisnis IFA.

Dengan segala pertanyaan langsung dijawab oleh Bpk. Tanu Sutomo maupun jajaran manajemen begitu selesai dijawab, para pimpinan depot pun nampak sangat puas dengar penjelasannya.

4.2 Karakteristik Responden

Berikut disajikan profil responden yang dianggap relevan oleh peneliti yang terdiri usia, jenis kelamin, pekerjaan dan penghasilan per bulan dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
< 15 Tahun	0	0,0
15-20 Tahun	12	29,3
20-25 Tahun	4	9,8
26-30 Tahun	13	31,7
> 30 Tahun	12	29,3
Jumlah	**41**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui mayoritas dari responden sebanyak 31,7% merupakan responden yang berusia antara 26-30 tahun, sebanyak 29,3% masing-masing lainnya berusia antara 15-20 tahun dan > 30 tahun dan sebanyak 9,8% sisanya merupakan responden yang berusia antara 20-25 tahun.

Menurut Nursalam (2001) Usia adalah usia individu yang terhitung mulai saat dilahirkan sampai saat beberapa tahun. Semakin cukup usia tingkat kematangan dan kekuatan seseorang akan lebih matang dalam berfikir dan bekerja dari segi kepercayaan masyarakat yang lebih dewasa akan lebih percaya daripada orang belum cukup tinggi kedewasaannya.

Berdasarkan hasil tabel 4.1 karakteristik responden berdasarkan usia yang paling besar yaitu usia 26-30 tahun karena memiliki cukup usia tingkat kematangan dan kekuatan seseorang akan lebih matang dalam berfikir dan bekerja dari segi kepercayaan masyarakat yang lebih dewasa akan lebih percaya.

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	20	48,8
Perempuan	21	51,2
Jumlah	**41**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui sebagian besar dari responden sebanyak 48,8% merupakan responden yang berjenis kelamin perempuan dan sebanyak 48,8% sisanya merupakan responden yang berjenis kelamin laki-laki.

Menurut Puspitawati (2012) Jenis Kelamin adalah perbedaan peran, fungsi, status dan tanggung jawab pada laki-laki dan perempuan sebagai hasil dari bentukan (konstruksi) sosial budaya yang tertanam lewat proses sosialisasi dari satu generasi ke generasi berikutnya.

Berdasarkan hasil penelitian jenis kelamin yang paling besar yaitu perempuan karena memiliki selera yang cukup tinggi untuk membeli keperluannya daripada laki-laki.

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Mahasiswa	8	19,5
Ibu Rumah Tangga	12	29,3
Pegawai Swasta	18	43,9
Pedagang	3	7,3
Jumlah	**41**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui hampir setengah dari responden sebanyak 43,9% merupakan responden yang bekerja sebagai pegawai swasta, sebanyak 29,3% merupakan Ibu rumah tangga, sebanyak 19,5% lainnya merupakan mahasiswa dan sebanyak 7,3% sisanya merupakan pedagang.

Pekerjaan secara umum didefinisikan sebagai sebuah kegiatan aktif yang dilakukan oleh manusia. Dalam arti sempit, istilah pekerjaan digunakan untuk suatu tugas atau kerja yang menghasilkan uang bagi seseorang.

Berdasarkan hasil tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yaitu pegawai swasta karena memiliki kegiatan aktif yang dilakukan oleh responden dan menghasilkan uang.

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Tiap Bulan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
< Rp 500.000	11	26,8
Rp 500.000-Rp 1.000.000	16	39,0
Rp 1.000.000-Rp 1.500.000	9	22,0
> Rp 1.500.000	5	12,2
Jumlah	**41**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui hampir setengah dari responden sebanyak 39% merupakan responden yang memiliki penghasilan Rp 500.000-Rp 1.000.000 per bulan, sebanyak 26,8% memiliki penghasilan kurang dari Rp 500.000 per bulan, 22% lainnya memiliki penghasilan Rp 1.000.000-Rp 1.500.000 per bulan dan 12,2% sisanya memiliki penghasilan lebih dari Rp 1.500.000 per bulan.

Menurut Skousen Stice (2010:161) Pendapatan adalah arus masuk atau penyelesaian kewajiban (atau kombinasi keduanya) dari pengiriman atau produksi barang, memberikan jasa atau melakukan aktivitas lain yang merupakan aktivitas utama atau aktivitas central yang sedang berlangsung. Dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah peningkatan asset atau pengurangan liabilities karena aktivitas bisnis perusahaan yang menyebabkan terjadinya perubahan ekuitas.

Berdasarkan hasil tabel 4.4 karakteristik responden berdasarkan penghasilan paling banyak yaitu Rp. 500.000-Rp.1.000.000 karena harga produk IFA tidak melebihi dari Rp. 1.000.000.

4.2.1 Analisis Deskriptif Mengenai Kualitas Produk IFA

Berikut disajikan skor jawaban responden terhadap 12 pertanyaan mengenai Kualitas Produk IFA yang terbagi menjadi 7 indikator.

a. Bentuk Produk

Tabel 4.5

Produk IFA Memiliki Bentuk yang Menarik

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor Aktual
Sangat Setuju	2	4,9	10
Setuju	16	39,0	64
Ragu	9	22,0	27
Tidak Setuju	14	34,1	28
Sangat Tidak Setuju	0	0,0	0
Jumlah	**41**	**100**	**129**

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui mayoritas dari sebanyak 39% menjawab setuju mengenai pertanyaan "Produk IFA memiliki bentuk yang menarik", sedangkan paling sedikit dari responden menjawab sangat setuju hanya sebanyak 4,9%.

Menurut Philip Kotler (2002:329) Bentuk yaitu berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut.

Berdasarkan hasil tabel 4.5 produk IFA memiliki bentuk yang menarik yang menjawab paling besar yaitu setuju karena produk IFA memliki bentuk yang menarik untuk membelinya.

Tabel 4.6

Produk IFA Memiliki Berbagai Macam Desain dan Model yang Menarik

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor Aktual
Sangat Setuju	1	2,4	5
Setuju	15	36,6	60
Ragu	11	26,8	33
Tidak Setuju	12	29,3	24
Sangat Tidak Setuju	2	4,9	2
Jumlah	**41**	**100**	**124**

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui hampir setengah dari responden sebanyak 36,6% menjawab setuju mengenai pertanyaan "Produk IFA memiliki berbagi macam desain dan model yang menarik", sedangkan paling sedikit dari responden menjawab sangat setuju hanya sebanyak 2,4%.

Menurut Philip Kotler (2002:329) Bentuk yaitu berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut.

Berdasarkan hasil tabel 4.6 produk IFA memiliki berbagai macam desain dan model yang menarik yang menjawab paling banyak yaitu setuju karena desain dan modelnya menarik.

b. Keistimewaan Produk

Tabel 4.7

Produk IFA Memiliki Keistimewaan Desain dan Model

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor Aktual
Sangat Setuju	7	17,1	35
Setuju	11	26,8	44
Ragu	10	24,4	30
Tidak Setuju	12	29,3	24
Sangat Tidak Setuju	1	2,4	1
Jumlah	**41**	**100**	**134**

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui mayoritas dari responden sebanyak 29,3% menjawab setuju mengenai pertanyaan "Produk IFA memiliki keistimewaan desain dan model", sedangkan paling sedikit dari responden menjawab sangat tidak setuju hanya sebanyak 2,4%.

Menurut Philip Kotler (2002;329) keistimewaan yaitu sebagian besar produk dapat ditawarkan dengan berbagai keistimewaan seperti karakteristik yang melengkapi fungsi dasar produk. Upaya untuk menjadi yang pertama dalam memperkenalkan keistimewaan baru yang berharga merupakan salah satu cara yang efektif untuk bersaing.

Berdasarkan hasil tabel 4.7 produk IFA memiliki keistimewaan desain dan model yang menjawab paling banyak adalah tidak setuju karena keistimewaan kurang di utamakan oleh perusahaan untuk konsumen.

Tabel 4.8

Produk IFA Memiliki Keistimewaan Bahan Baku yang Bagus

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor Aktual
Sangat Setuju	1	2,4	5
Setuju	12	29,3	48
Ragu	8	19,5	24
Tidak Setuju	18	43,9	36
Sangat Tidak Setuju	2	4,9	2
Jumlah	**41**	**100**	**115**

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui mayoritas dari responden sebanyak 43,9% menjawab tidak setuju mengenai pertanyaan "Produk IFA memiliki keistimewaan bahan baku yang bagus", sedangkan paling sedikit dari responden menjawab sangat setuju hanya sebanyak 2,4%.

Menurut Philip Kotler (2002;329) keistimewaan yaitu sebagian besar produk dapat ditawarkan dengan berbagai keistimewaan seperti karakteristik yang melengkapi fungsi dasar produk. Upaya untuk menjadi yang pertama dalam memperkenalkan keistimewaan baru yang berharga merupakan salah satu cara yang efektif untuk bersaing.

Berdasarkan hasil tabel 4.8 produk IFA memiliki keistimewaan bahan baku yang bagus yang menjawab paling banyak adalah tidak setuju karena bahan yang digunakan kurang bagus.

c. Keandalan Produk

Tabel 4.9

Produk IFA Memiliki Kualitas yang Bagus

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor Aktual
Sangat Setuju	5	12,2	25
Setuju	9	22,0	36
Ragu	12	29,3	36
Tidak Setuju	13	31,7	26
Sangat Tidak Setuju	2	4,9	2
Jumlah	**41**	**100**	**125**

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui mayoritas dari responden sebanyak 31,7% menjawab tidak setuju mengenai pertanyaan "Produk IFA memiliki kualitas yang bagus", sedangkan paling sedikit dari responden menjawab sangat tidak setuju hanya sebanyak 4,9%.

Menurut Philip Kotler (2002:329) Keandalan adalah ukuran kemungkinan sebuah proyek tidak akan rusak atau gagal dalam suatu periode tertentu. Pembeli pada umumnya akan membayar lebih demi mendapatkan suatu produk yang dapat diandalkan.

Berdasarkan hasil 4.9 produk IFA memiliki kualitas yang bagus yang menjawab paling banyak adalah tidak setuju karena pembeli bisa memilih kualitas mana yang bagus mana yang tidak bagus, ada beberapa pembeli yang tidak puas terhadap kualitasnya.

d. Mutu Kinerja

Tabel 4.10

Produk IFA Memiliki Mutu Kinerja yang Baik

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor Aktual
Sangat Setuju	1	2,4	5
Setuju	11	26,8	44
Ragu	12	29,3	36
Tidak Setuju	15	36,6	30
Sangat Tidak Setuju	2	4,9	2
Jumlah	**41**	**100**	**117**

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui mayoritas dari responden sebanyak 36,6% menjawab tidak setuju mengenai pertanyaan "Produk IFA memiliki mutu kerja yang baik", sedangkan paling sedikit dari responden menjawab sangat setuju hanya sebanyak 2,4%.

Menurut Philip Kotler (2002:329) Mutu Kinerja mengacu pada level dimana karakteristik dasar produk itu beroperasi. Sebagian besar produk ditetapkan pada salah satu dari empat level kinerja yaitu rendah, rata-rata, tinggi dan super.

Tabel 4.11

Produk IFA Memiliki Mutu Kinerja yang Tidak Baik

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor Aktual
Sangat Setuju	0	0,0	0
Setuju	10	24,4	20
Ragu	17	41,5	51
Tidak Setuju	14	34,1	56
Sangat Tidak Setuju	0	0,0	0
Jumlah	**41**	**100**	**127**

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui sebagian besar dari responden sebanyak 41,5% menjawab ragu mengenai peratanyaan “Produk IFA memiliki mutu kinerja yang tidak baik” sedangkan paling sedikit dari responden menjawab setuju hanya sebanyak 24,4%.

Menurut Philip Kotler (2002:329) Mutu Kinerja mengacu pada level dimana karakteristik dasar produk itu beroperasi. Sebagian besar produk ditetapkan pada salah satu dari empat level kinerja yaitu rendah, rata-rata, tinggi dan super.

Strategi planning institute mempelajari dampak dari mutu produk yang lebih tinggi dan menemukan korelasi yang sangat positif antara mutu produk dengan tingkat pengembalian investasi.

Berdasarkan hasil tabel di atas produk IFA memiliki mutu kinerja yang tidak baik yang menjawab paling besar adalah ragu karena responden tidak memahami tentang mutu kinerja.

e. Daya Tahan Produk

Tabel 4.12

Daya Tahan dan Warna pada Produk IFA Tidak Mudah Rusak

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor Aktual
Sangat Setuju	0	0,0	0
Setuju	10	24,4	40
Ragu	16	39,0	48
Tidak Setuju	14	34,1	28
Sangat Tidak Setuju	1	2,4	1
Jumlah	**41**	**100**	**117**

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui mayoritas dari responden sebanyak 39% menjawab ragu mengenai pertanyaan "Daya tahan dan warna pada produk IFA tidak mudah rusak", sedangkan paling sedikit dari responden menjawab sangat tidak setuju hanya sebanyak 2,4%.

Menurut Philip Kotler (2002:329) Daya Tahan adalah suatu ukuran usia operasi produk yang diharapkan dalam kondisi normal atau berat. Daya tahan merupakan atribut yang berharga untuk menawarkan sebuah produk. Pembeli biasanya rela membayar lebih untuk barang yang mempunyai reputasi tinggi karena tahan lama.

Berdasarkan hasil tabel di atas, daya tahan dan warna pada produk IFA tidak mudah rusak yang menjawab paling besar yaitu ragu karena setiap produk memiliki daya tahan yang rusak dan tidak rusak.

Tabel 4.13

Produk IFA Mempunyai Daya Tahan yang Lama

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor Aktual
Sangat Setuju	3	7,3	15
Setuju	12	29,3	48
Ragu	13	31,7	39
Tidak Setuju	9	22,0	18
Sangat Tidak Setuju	4	9,8	4
Jumlah	**41**	**100**	**124**

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui mayoritas dari responden sebanyak 31,7% mejawab ragu mengenai pertanyaan "Produk IFA mempunyai daya tahan yang lama", sedangkan paling responden menjawab sangat setuju hanya sebanyak 7,3%.

Menurut Philip Kotler (2002:329) Daya Tahan adalah suatu ukuran usia operasi produk yang diharapkan dalam kondisi normal atau berat. Daya tahan merupakan atribut yang berharga untuk menawarkan sebuah produk. Pembeli biasanya rela membayar lebih untuk barang yang mempunyai reputasi tinggi karena tahan lama.

Berdasarkan hasil tabel diatas, produk IFA mempunyai daya tahan yang lama yang menjawab paling banyak yaitu ragu karena setiap produk tidak hanya memiliki daya tahan yang lama terus menerus.

f. Pelayanan

Tabel 4.14

Produk IFA Memiliki Kenyamanan Pelayanan

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor Aktual
Sangat Setuju	2	4,9	10
Setuju	13	31,7	52
Ragu	16	39,0	48
Tidak Setuju	9	22,0	18
Sangat Tidak Setuju	1	2,4	1
Jumlah	**41**	**100**	**129**

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui mayoritas dari responden sebanyak 39% menjawab ragu mengenai pertanyaan "Produk IFA memiliki kenyamanan pelayanan", sedangkan paling sedikit dari responden menjawab sangat tidak setuju hanya sebanyak 2,4%.

Menurut Philip Kotler (2002:329) Pelayanan yaitu karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan kompetensi, kemudahan dan akurasi dalam memberikan pelayanan untuk perbikan barang.

Berdasarkan hasil tabel diatas, produk IFA memliki kenyamanan pelayanan yang menjawab paling besar yaitu ragu karena kenyamanan barang kurang sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen.

Tabel 4.15

Produk IFA Memiliki Kecepatan Pelayanan

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor Aktual
Sangat Setuju	0	0,0	0
Setuju	11	26,8	22
Ragu	13	31,7	39
Tidak Setuju	15	36,6	60
Sangat Tidak Setuju	2	4,9	10
Jumlah	**41**	**100**	**131**

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui mayoritas dari responden sebanyak 36,6% menjawab tidak setuju mengenai pertanyaan "Produk IFA memiliki kecepatan pelayanan", sedangkan paling sedikit dari responden menjawab sangat tidak setuju hanya sebanyak 4,9%.

Menurut Philip Kotler (2002:329) Pelayanan yaitu karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan kompetensi, kemudahan dan akurasi dalam memberikan pelayanan untuk perbikan barang.

Berdasarkan hasil tabel diatas, produk IFA meliki kecepatan pelayanan yang menjawab paling besar yaitu ragu karena kecepatan barang kurang memuaskan bagi konsumen maka konsumen merasa kurang puas dan puas terhadap kecepatan barang.

g. Keindahan/gaya

Tabel 4.16

Produk IFA Memiliki Keindahan Model Fashion yang Bagus

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor Aktual
Sangat Setuju	5	12,2	25
Setuju	9	22,0	36
Ragu	12	29,3	36
Tidak Setuju	12	29,3	24
Sangat Tidak Setuju	3	7,3	3
Jumlah	**41**	**100**	**124**

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui mayoritas dari responden sebanyak 29,3% masing-masing diantara menjawab ragu dan tidak setuju mengenai pertanyaan "Produk IFA memiliki keindahan model fashion yang bagus", sedangkan paling sedikit dari responden menjawab sangat tidak setuju hanya sebanyak 7,3%.

Menurut Philip Kotler (2002:329) Keindahan/ gaya merupakan karakteristik yang bersifat subjektif mengenai nilai-nilai estetika yang berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi serta preferensi individual.

Berdasarkan tabel di atas, produk IFA memiliki keindahan model fahsion yang bagus menjawab paling besar yaitu tidak setuju karena keindahan/gaya model kurang memuaskan.

Adapun untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai Kualitas Produk IFA secara keseluruhan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.17

Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengani Kualitas Produk IFA

No	Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase Tanggapan	Kategori
1	Kemenarikan Bentuk	253	410	61,71	Cukup Baik
2	Keistimewaan Bentuk	249	410	60,73	Cukup Baik
3	Keandalan	125	205	60,98	Cukup Baik
4	Mutu Kerja	244	410	59,51	Cukup Baik
5	Daya Tahan Produk	241	410	58,78	Cukup Baik
6	Pelayanan	260	410	63,41	Cukup Baik
7	Keindahan Produk	124	205	60,49	Cukup Baik
Jumlah		**1496**	**2460**	**60,81**	**Cukup Baik**

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Tabel di atas menjelaskan tentang rekapitulasi tanggapan responden mengenai Kualitas Produk IFA. Berdasarkan tabel di atas, diketahui skor aktual yang diperoleh dari 7 indikator adalah sebesar 1496 dengan skor ideal 2460 dan nilai persentase tanggapan sebesar 60,81%.

Menurut Narimawati (2007:84) nilai persentase tanggapan sebesar 60,81% termasuk dalam kategori "cukup baik" berada pada interval "52,01%-68,00". Hasil tersebut menunjukan bahwa Kualitas Produk IFA tergolong memiliki kualitas yang cukup baik di mata konsumen.

Dari indikator-indikator diatas yang paling besar menjawab kemenarikan bentuk karena kemenarikan bentuk banyak yang menjawab setuju, sedangkan yang paling kecil menjawab daya tahan produk karena responden menjawab ragu.

4.2.2 Analisis Deskriptif Mengenai Harga Produk IFA

Berikut disajikan skor jawaban responden terhadap 3 pertanyaan mengenai Harga produk IFA yang terbagi menjadi 2 indikator.

a. Tingkat Harga

Tabel 4.18

Produk IFA Memiliki Kesesuaian Harga dengan Mutu Produk Bagus

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor Aktual
Sangat Setuju	3	7,3	15
Setuju	14	34,1	56
Ragu	10	24,4	30
Tidak Setuju	12	29,3	24
Sangat Tidak Setuju	2	4,9	2
Jumlah	**41**	**100**	**127**

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui mayoritas dari responden sebanyak 34,1% menjawab setuju mengenai pertanyaan "Produk IFA memiliki kesesuaian harga dengan mutu produk bagus", sedangkan paling sedikit dari responden menjawab sangat tidak setuju hanya sebanyak 4,9%.

Menurut Swastha dan Sukotjo (2000:211) Tingkat Harga merupakan suatu nilai untuk mendapatkan suatu produk kepada konsumen manfaat dari memiliki atau menggunakan pada suatu waktu tertentu.

Pertanyaan produk IFA memiliki kesesuian harga dengan mutu produk yang bagus yang paling besar menjawab setuju karena memenuhi keinginan konsumen

sedangkan yang paling kecil menjawab sangat tidak setuju karena tidak memenuhi keinginan konsumen.

Tabel 4.19

Produk IFA Memiliki Variasi Harga

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor Aktual
Sangat Setuju	2	4,9	10
Setuju	11	26,8	44
Ragu	12	29,3	36
Tidak Setuju	15	36,6	30
Sangat Tidak Setuju	1	2,4	1
Jumlah	**41**	**100**	**121**

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui mayoritas dari responden sebanyak 36,6% menjawab tidak setuju mengenai pertanyaan "Produk IFA memiliki variasi harga", sedangkan paling sedikit dari responden menjawab sangat tidak setuju hanya sebanyak 2,4%.

Menurut Swastha dan Sukotjo (2000:211) Tingkat Harga merupakan suatu nilai untuk mendapatkan suatu produk kepada konsumen manfaat dari memiliki atau menggunakan pada suatu waktu tertentu.

Pertanyaan produk IFA memiliki variasi harga yang paling besar menjawab tidak setuju karena konsumen menginginkan harga yang sama setiap produk dan lebih murah, sedangkan yang paling kecil menjawab sangat setuju karena konsumen menginginkan bervariasi harga setiap produknya.

b. Potongan Harga

Tabel 4.20

Produk IFA Memiliki Potongan Harga yang Tinggi

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor Aktual
Sangat Setuju	4	9,8	20
Setuju	16	39,0	64
Ragu	10	24,4	30
Tidak Setuju	11	26,8	22
Sangat Tidak Setuju	0	0,0	0
Jumlah	**41**	**100**	**136**

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui mayoritas dari responden sebanyak 39% menjawab setuju mengenai pertanyaan "Produk IFA memiliki potongan harga yang tinggi", sedangkan paling sedikit dari responden menjawab sangat setuju hanya sebanyak 39%.

Menurut Kotler (2001:124) Potongan Harga adalah pengurangan dari apa yang tercantum dalam daftar harga, serta diberikan kepada pembeli yang bersedia melakukan sesuatu yang dikehendaki oleh perusahaan. Sesuatu tersebut dapat berupa pembayaran barang dalam jangka waktu di tentukan, pembelian dalam jumlah tertentu ataupun memperdagangkan barang atau jasa. Pemberian potongan harga tersebut dapat berwujud uang atau imbalan barang dan jasa.

Pertanyaan produk IFA memiliki potongan harga yang tinggi paling besar menjawab setuju karena konsumen mendapatan bonus setiap tutup point sedangkan

yang paling kecil menjawab sangat setuju karena konsumen lebih bersemangat untuk terus membeli produk IFA.

Adapun untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai Harga produk IFA secara keseluruhan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.21

Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Harga Produk IFA

No	Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase Tanggapan	Kategori
1	Tingkat Harga	248	410	60,49	Cukup Baik
2	Potongan Harga	136	205	66,34	Cukup Baik
Jumlah		**384**	**615**	**62,44**	**Cukup Baik**

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Tabel di atas menjelaskan tentang rekapitulasi tanggapan responden mengenai Harga produk IFA. Berdasarkan tabel di atas, diketahui skor aktual yang diperoleh dari 2 indikator adalah sebesar 384 dengan skor ideal 615 dan nilai persentase tanggapan sebesar 62,44%.

Menurut Narimawati (2007:84) nilai persentase tanggapan sebesar 62,44% termasuk dalam kategori "cukup baik" berada pada interval "52,01%-68,00". Hasil tersebut menunjukan bahwa Tingkat Harga produk IFA tergolong memiliki kualitas harga yang cukup baik di mata konsumen.

Tanggapan responden mengenai Harga yang paling besar yaitu potongan harga karena mendapatkan bonus yang tinggi sedangkan yang paling kecil yaitu tingkat harga karena kurang kesesuaian harga dengan mutu produk yang bagus.

4.2.3 Analisis Deskriptif Mengenai Kepuasan Konsumen

Berikut disajikan skor jawaban responden terhadap 8 pertanyaan mengenai kepuasan konsumen produk IFA yang terbagi menjadi 5 indikator.

a. Kualitas Produk

Tabel 4.22

Memilih Produk IFA karena Kualitas

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor Aktual
Sangat Setuju	3	7,3	15
Setuju	10	24,4	40
Ragu	14	34,1	42
Tidak Setuju	14	34,1	28
Sangat Tidak Setuju	0	0,0	0
Jumlah	**41**	**100**	**125**

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui mayoritas dari responden sebanyak 34,1% masing-masing diantaranya menjawab ragu dan tidak setuju mengenai pertanyaan "memilih produk IFA karena kualitas yang bagus", sedangkan paling sedikit dari responden menjawab sangat setuju hanya sebanyak 7,3%.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:177) Kualitas Produk yaitu konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

Pertanyaan yang diatas yang paling besar menjawab ragu dan tidak setuju karena produk yang digunakan tidak berkualitas sedangkan yang paling kecil menjawab sangat setuju karena produk yang digunakan berkualitas bagi konsumen.

Tabel 4.23

Memilih Produk IFA karena Kualitas Jahitan

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor Aktual
Sangat Setuju	3	7,3	15
Setuju	9	22,0	36
Ragu	14	34,1	42
Tidak Setuju	12	29,3	24
Sangat Tidak Setuju	3	7,3	3
Jumlah	**41**	**100**	**120**

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui mayoritas dari responden sebanyak 34,1% menjawab ragu mengenai pertanyaan "memilih produk IFA karena kualitas jahitan", sedangkan paling sedikit dari responden menjawab sangat setuju dan sangat tidak setuju masing-masing hanya sebanyak 7,3%.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:177) Kualitas Produk yaitu konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

Pertanyaan diatas yang paling besar menjawab ragu karena mereka meragu kualitas bahan baku sedangkan yang paling kecil menjawab sangat setuju dan sangat tidak setuju karena memiliki kualitas yang bagus maka mereka merasa puas dan tidak puas.

b. Kualitas Pelayanan

Tabel 4.24

Kualitas Pelayanan IFA Memuaskan

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor Aktual
Sangat Setuju	3	7,3	15
Setuju	13	31,7	52
Ragu	10	24,4	30
Tidak Setuju	14	34,1	28
Sangat Tidak Setuju	1	2,4	1
Jumlah	**41**	**100**	**126**

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui mayoritas dari responden sebanyak 34,1% menjawab tidak setuju mengenai pertanyaan "Kualitas Pelayanan IFA Memuaskan", sedangkan paling sedikit dari responden menjawab sangat tidak setuju hanya sebanyak 2,4%.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:177) kualitas pelayanan terutama untuk industri jasa, konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

Pertanyaan diatas yang paling besar menjawab tidak setuju karena kualitas pelayanannya kurang memuaskan bagi konsumen sedangkan yang paling kecil menjawab sangat tidak setuju karena kualitas pelayanan produk IFA tidak memuaskan.

Tabel 4.25

Kualitas Pelayanan IFA Tidak Sesuai yang Diharapkan

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor Aktual
Sangat Setuju	0	0,0	0
Setuju	13	31,7	26
Ragu	17	41,5	51
Tidak Setuju	10	24,4	40
Sangat Tidak Setuju	1	2,4	5
Jumlah	**41**	**100**	**122**

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui mayoritas dari responden sebanyak 41,5% menjawab ragu mengenai pertanyaan "kualitas pelayanan IFA tidak sesuai yang diharapkan", sedangkan paling sedikit dari responden menjawab sangat tidak setuju hanya sebanyak 2,4%.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:177) kualitas pelayanan terutama untuk industri jasa, konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

Pertanyaan diatas yang paling besar menjawab ragu karena kualitas pelayanannya sesuai dan tidak sesuai yang diharapkan sedangkan yang paling kecil menjawab sangat tidak setuju karena kualitas pelayanan tidak sesuai yang diharapkan.

c. **Emosional**

Tabel 4.26

Memiliki Tingkat Percaya Diri Tinggi Ketika Menggunakan Produk

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor Aktual
Sangat Setuju	2	4,9	10
Setuju	11	26,8	44
Ragu	7	17,1	21
Tidak Setuju	17	41,5	34
Sangat Tidak Setuju	4	9,8	4
Jumlah	**41**	**100**	**113**

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui mayoritas dari responden sebanyak 41,5% menjawab tidak setuju mengenai pertanyaan "memiliki tingkat percaya diri tinggi ketika menggunakan produk", sedangkan paling sedikit dari responden menjawab sangat setuju hanya sebanyak 4,9%.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:177) Emosional konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

Pertanyaan diatas yang paling besar menjawab tidak setuju karena tidak memiliki kepercayaan diri menggunakan produk IFA sedangkan yang paling kecil

menjawab sangat setuju karena konsumen memiliki kepecayaan diri menggunakan poduk IFA.

d. Harga

Tabel 4.27

Memilih Produk IFA memiliki Harga yang Murah

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor Aktual
Sangat Setuju	0	0,0	0
Setuju	11	26,8	44
Ragu	10	24,4	30
Tidak Setuju	17	41,5	34
Sangat Tidak Setuju	3	7,3	3
Jumlah	**41**	**100**	**111**

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui mayoritas dari responden sebanyak 41,5% menjawab tidak setuju mengenai pertanyaan "memilih produk IFA memiliki harga yang murah", sedangkan paling sedikit dari responden menjawab sangat tidak setuju hanya sebanyak 7,3%.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:177) Harga yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

Pertanyaan diatas yang paling besar menjawab tidak setuju karena konsumen menginginkan memiliki harga yang lebih murah sedangkan yang paling kecil menjawab sangat tidak setuju karena konsumen menginginkan harga yang lebih murah.

e. Biaya dan Kemudahaan

Tabel 4.28

Memilih Produk IFA karena Biaya yang Terjangkau

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor Aktual
Sangat Setuju	0	0,0	0
Setuju	16	39,0	64
Ragu	13	31,7	39
Tidak Setuju	11	26,8	22
Sangat Tidak Setuju	1	2,4	1
Jumlah	**41**	**100**	**126**

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui mayoritas dari responden sebanyak 39% menjawab setuju mengenai pertanyaan "memilih produk IFA karena biaya yang terjangkau", sedangkan paling sedikit dari responden menjawab sangat tidak setuju hanya sebanyak 2,4%.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:177) Biaya dan kemudahan yaitu konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

Pertanyaan diatas yang paling besar menjawab setuju karena biaya yang terjangkau konsumen merasa puas sedangkan yang paling kecil sangat tidak setuju karena biaya yang tidak terjangkau konsumen merasa kurang puas.

Tabel 4.29

Memilih Produk IFA karena *Counter* IFA mudah Ditemukan

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor Aktual
Sangat Setuju	3	7,3	15
Setuju	12	29,3	48
Ragu	14	34,1	42
Tidak Setuju	10	24,4	20
Sangat Tidak Setuju	2	4,9	2
Jumlah	**41**	**100**	**127**

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa mayoritas dari responden sebanyak 34,1% menjawab ragu mengenai pertanyaan "memilih produk IFA karena *counter* IFA mudah ditemukan", sedangkan paling sedikit dari responden menjawab sangat tidak setuju hanya sebanyak 4,9%.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:177) Biaya dan kemudahan yaitu konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

Petanyaan yang diatas yang paling besar menjawab ragu karena counter IFA mudah dan tidak mudah ditemukan sedangkan yang paling kecil menjawab sangat tidak setuju karena tidak mudah menemukan counter IFA.

Adapun untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai Kepuasan Konsumen terhadap produk IFA secara keseluruhan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.30

Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Konsumen Terhadap Produk IFA

No	Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase Tanggapan	Kategori
1	Kualitas Produk	245	410	59,76	Cukup Puas
2	Kualitas Pelayanan	248	410	60,49	Cukup Puas
3	Emotional Factor	113	205	55,12	Cukup Puas
4	Harga	111	205	54,15	Cukup Puas
5	Biaya dan Kemudahan	253	410	61,71	Cukup Puas
Jumlah		**970**	**1640**	**59,15**	**Cukup Puas**

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Tabel di atas menjelaskan tentang rekapitulasi tanggapan responden mengenai mengenai Kepuasan Konsumen terhadap produk IFA. Berdasarkan tabel di atas, diketahui skor aktual yang diperoleh dari 5 indikator adalah sebesar 970 dengan skor ideal 1640 dan nilai persentase tanggapan sebesar 59,15%.

Menurut Narimawati (2007:84) nilai persentase tanggapan sebesar 59,15% termasuk dalam kategori "cukup baik" berada pada interval "52,01%-68,00". Hasil tersebut menunjukan bahwa konsumen cukup puas terhadap produk IFA.

Tanggapan responden mengenai kepuasan konsumen terhadap produk IFA yang paling besar yaitu biaya dan kemudahan karena tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan sedangkan yang paling kecil yaitu harga karena menetapkan harga relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.

4.3 Analisis Verifikatif

4.3.1 Analisis Pengaruh Kualitas Produk IFA dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Bisnis IFA Wilayah Banjaran

Dalam penelitian ini, untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada bisnis IFA wilayah Banjaran, akan dianalisis dengan analisis Regresi Linier Berganda, analisis Korelasi, Koefisien Derteminasi dan dilanjutkan dengan pengujian hipotesis baik secara simultan (Uji *F*) maupun secara parsial (Uji *t*). Syarat dalam analisis regresi, sekurang-kurangnya data yang digunakan memiliki skala data interval. Untuk memenuhi persyaratan tersebut, maka terlebih dahulu dilakukan transformasi data dari ordinal menjadi data interval dengan *Methode of Successive Interval* (MSI). Untuk mempermudah dalam melakukan transformasi data, penulis menggunakan bantuan program *STAT97*. Hasil transformasi data inilah (data interval) yang kemudian digunakan sebagai data untuk pengujian statistik.

4.3.1.1 Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi linier berganda yang akan dibentuk adalah :

$$\mathbf{Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon}$$

Dimana :

Y = Nilai prediksi untuk Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

$\beta_{1,2}$ = Arah koefisien regresi

$X_{1,2}$ = Variabel Kualitas Produk dan Harga

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan bantuan program *SPSS*, diperoleh hasil regresi sebagai berikut :

Tabel 4.31

Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,882	2,510		1,945	,059
	Kualitas Produk (X1)	,332	,102	,470	3,254	,002
	Harga (X2)	,715	,278	,371	2,570	,014

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan tabel *output* di atas, diketahui nilai konstanta (a) yang diperoleh adalah sebesar 4,882, nilai β_1 sebesar 0,332 X_1 dan β_2 sebesar 0,715 X_2 sehingga dapat dibentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$\mathbf{Y = 4{,}882 + 0{,}332\ X_1 + 0{,}715\ X_2}$$

Interpretasi untuk persamaan regresi linier berganda di atas adalah sebagai berikut :

a. Nilai konstanta (a) sebesar 4,882 menujukan nilai Kepuasan Konsumen jika Kualitas Produk dan Harga secara simultan sama dengan 0 (nol).
b. Arah koefisien regresi untuk Kualitas Produk sebesar 0,332 X_1 dan bertanda positif yang dapat diartikan setiap terjadi peningkatan 1 satuan pada Kualitas Produk dan Harga diasumsikan konstan, diprediksikan mampu meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,332 satuan.
c. Arah koefisien regresi untuk Harga sebesar 0,715 X_2 dan bertanda positif yang dapat diartikan setiap terjadi peningkatan 1 satuan pada penawaran Harga dan Kualitas Produk diasumsikan konstan, diprediksikan mampu meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,715 satuan.

Penjelasan garis regresi menurut Andi Supangat (2007:352) adalah :

Garis regresi (regression line/line of the best fit/estimating line) adalah suatu garis yang ditarik diantara titik-titik (scatter diagram) sedemikian rupa sehingga dapat dipergunakan untuk menaksir besarnya variabel yang satu berdasarkan variabel yang

lain, dan dapat juga dipergunakan untuk mengetahui macam korelasinya (positif atau negatifnya).

4.3.1.2 Analisis Korelasi

Pengujian korelasi ini bertujuan untuk menguji derajat asosiasi (hubungan) yang terjadi antara Kualitas Produk dan Harga dengan Kepuasan Konsumen baik secara simultan maupun parsial.

a. Korelasi Simultan antara X_1 dan X_2 dengan Y

Berdasarkan hasil pengujian dengan bantuan program *SPSS*, diperoleh hasil korelasi simultan sebagai berikut :

Tabel 4.32

Korelasi X_1 dan X_2 Secara Simultan dengan Y

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,779[a]	,608	,587	2,49012

a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Produk (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai korelasi simultan yang diperoleh dari hasil korelasi antara Kualitas Produk dan Harga dengan Kepuasan Konsumen adalah sebesar 0,779.

Mengacu pada pedoman interpretasi koefisien korelasi Guilford, nilai korelasi sebesar 0,779 termasuk dalam kategori hubungan yang “erat” berada pada interval

"0,61-0,80". Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat hubungan yang erat antara Kualitas Produk dan Harga dengan Kepuasan Konsumen pada produk IFA.

b. Korelasi Parsial antara X_1 dengan Y

Berdasarkan hasil pengujian dengan bantuan program *SPSS*, diperoleh hasil korelasi parsial sebagai berikut :

Tabel 4.33

Korelasi Parsial Antara X_1 dengan Y

Correlations

		Kualitas Produk (X1)	Kepuasan Konsumen (Y)
Kualitas Produk (X1)	Pearson Correlation	1	,734**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	41	41
Kepuasan Konsumen (Y)	Pearson Correlation	,734**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	41	41

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel *output* di atas, diketahui nilai korelasi yang diperoleh antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen adalah sebesar 0,734.

Mengacu pada pedoman interpretasi koefisien korelasi Guilford, nilai korelasi sebesar 0,734 termasuk dalam kategori hubungan yang "erat" berada pada interval

"0,61-0,80". Nilai korelasi bertanda positif yang menujukan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah, artinya semakin baik Kualitas Produk yang dihasilkan akan diikuti oleh semakin meningkatnya Kepuasan Konsumen pada produk IFA. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat hubungan positif yang erat antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen pada produk IFA.

c. Korelasi Parsial antara X_2 dengan Y

Berdasarkan hasil pengujian dengan bantuan program *SPSS*, diperoleh hasil korelasi parsial sebagai berikut :

Tabel 4.34

Korelasi Parsial X_2 dengan Y

Correlations

		Harga (X2)	Kepuasan Konsumen (Y)
Harga (X2)	Pearson Correlation	1	,706**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	41	41
Kepuasan Konsumen (Y)	Pearson Correlation	,706**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	41	41

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel *output* di atas, diketahui nilai korelasi yang diperoleh antara Harga dengan Kepuasan Konsumen adalah sebesar 0,706.

Mengacu pada pedoman interpretasi koefisien korelasi Guilford, nilai korelasi sebesar 0,706 termasuk dalam kategori hubungan yang "erat" berada pada interval "0,61-0,80". Nilai korelasi bertanda positif yang menujukan hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah, artinya semakin baik Penawaran Harga yang diberikan akan diikuti oleh semakin meningkatnya Kepuasan Konsumen pada produk IFA. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat hubungan positif yang erat antara Harga dengan Kepuasan Konsumen pada produk IFA.

Menurut Sujana dalam Umi Narimawati (2010:49) adalah :

Pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel x dan y

4.3.1.3 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besar kontribusi pengaruh yang diberikan Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen yang dinyatakan dalam bentuk persentase. Nilai Kd simultan diperoleh dari hasil kudrat korelasi simultan (R^2 x 100), sedangkan untuk mengetahui besar kontribusi pengaruh secara parsial, menurut Kusnendi (2005:17) diperoleh dari hasil perkalian antara nilai *Beta* dengan *Zero-Order*. *Beta* merupakan nilai koefisien regeresi yang sudah terstandarkan *(Unstandardized Coefficients)*, sedangkan *Zero-Order* merupakan korelasi parsial dari masing-masing variabel bebas dengan variabel terikat.

a. Koefisien Determinasi Simultan X_1 dan X_2 Terhadap Y

Dengan menggunakan bantuan program *SPSS* diperoleh nilai koefisien determinasi simultan dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.35

Koefisien Determinasi Simultan X_1 dan X_2 Terhadap Y

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,779[a]	,608	,587	2,49012

a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Produk (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan tabel *output* di atas, terlihat nilai koefisien determinasi simultan *(R Square)* yang diperoleh adalah sebesar 0,608 atau 60,9%. Hal ini menunjukan bahwa secara simultan Kualitas Produk dan Harga memberikan kontribusi pengaruh sebesar 60,8% terhadap Kepuasan Konsumen pada produk IFA, sedangkan sebanyak 39,2% ($1-R^2$) sisanya merupakan besar kontribusi pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti *(epsilon).*

a. Koefisien Determinasi Parsial X_1 Terhadap Y

Dengan menggunakan bantuan program *SPSS* diperoleh nilai koefisien determinasi parsial dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.36

Koefisien Determinasi Parsial X_1 terhadap Y

Coefficients[a]

Model		Standardized Coefficients	Correlations
		Beta	Zero-order
1	Kualitas Produk (X1)	,470	,734

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan tabel *output* di atas, diketahui nila *Beta* yang diperoleh untuk variabel Kualitas Produk adalah sebesar 0,470 dengan nilai *Zero-Order* sebesar 0,734, maka koefisien determinasi parsial dapat dihitung :

$$Kd\ Parsial = 0{,}470\ X\ 0{,}734 = 0{,}345\ atau\ 34{,}5\%$$

Berdasarkan perhitungan di atas, diketahui secara parsial Kualitas Produk memberikan kontribusi pengaruh sebesar 34,5% terhadap Kepuasan Konsumen pada produk IFA.

b. Koefisien Determinasi Parsial X_2 Terhadap Y

Dengan menggunakan bantuan program *SPSS* diperoleh nilai koefisien determinasi parsial dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.37

Koefisien Determinasi Parsial X_2 Terhadap Y

Coefficients[a]

Model		Standardized Coefficients	Correlations
		Beta	Zero-order
1	Harga (X2)	,371	,706

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan tabel *output* di atas, diketahui nila *Beta* yang diperoleh untuk variabel Harga adalah sebesar 0,371 dengan nilai *Zero-Order* sebesar 0,706, maka koefisien determinasi parsial dapat dihitung :

$$Kd\ Parsial = 0{,}371\ X\ 0{,}706 = 0{,}262\ atau\ 26{,}2\%$$

Dari hasil perhitungan di atas, diketahui secara parsial Harga memberikan kontribusi pengaruh sebesar 26,2% terhadap Kepuasan Konsumen pada produk IFA.

Berdasarkan hasil koefisien determinasi parsial di atas, diketahui secara parsial Kualitas Produk memberikan pengaruh yang paling dominan terhadap Kepuasan Konsumen dengan kontribusi pengaruh yang diberikan sebesar 34,5%, disusul oleh Harga sebesar 26,2% sehingga total pengaruh secara keseluruhan adalah sebesar 60,8% (pengaruh simultan).

Koefisien determinasi digunakan untuk menunjukan seberapa besar pengaruh antara kedua variabel yang diteliti, maka dihitung koefisien detrminasi (Kd) dengan asumsi faktor-faktor lain diluar variabel dianggap konstan/tetap (*cateris paribus*).

4.3.1.4 Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui kebermaknaan pengaruh yang terjadi, maka dilakukan pengujian hipotesis baik secara simultan (Uji *F*) maupun secara parsial (Uji *t*).

a. Uji Hipotesis Simultan (Uji *F*)

Rumusan hipotesis simultan yang akan di uji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Ho : $\beta_1=\beta_2= 0$ Secara simultan Kualitas Produk dan Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Ha : $\beta_1\neq\beta_2\neq 0$ Secara simultan Kualitas Produk dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Tingkat signifikansi (α) yang digunakan dalam pengujian hipotesis ini sebesar 0,05 dengan kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

- Tolak Ho dan terima Ha jika nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel}
- Terima Ho dan tolak Ha jika nilai F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel}

Adapun untuk mencari nilai F_{tabel}, penulis menggunakan bantuan program *Ms. Excel*, dengan α = 0,05, df_1(k) = 2 dan df_2 (n-k-1) = 38 diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,245. Dengan menggunakan bantuan program *SPSS*, diperoleh nilai F_{hitung} sebagai berikut :

Tabel 4.38

Uji Hipotesis Simultan X_1 dan X_2 Terhadap Y (Uji *F*)

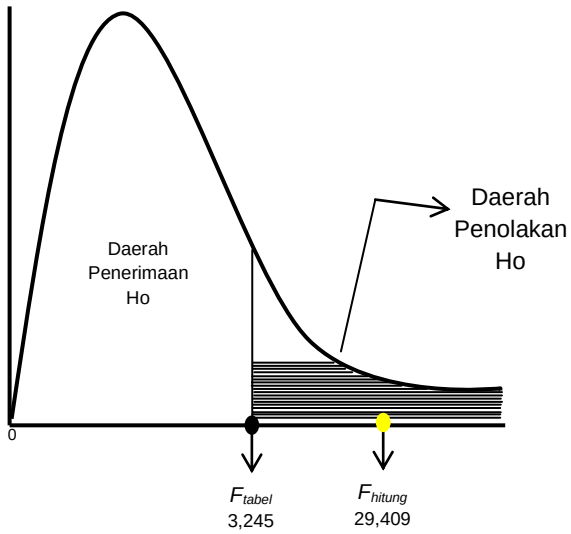
ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	364,710	2	182,355	29,409	,000[b]
	Residual	235,627	38	6,201		
	Total	600,337	40			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Produk (X1)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai F_{hitung} yang diperoleh adalah sebesar 29,409 dan lebih besar dari nilai F_{tabel} (3,245). Jika digambarkan dengan kurva hipotesis simultan, nilai F_{hitung} dan F_{tabel} akan tampak sebagai berikut :



Gambar 4.2

Kurva Pengujian Hipotesis Simultan X_1 dan X_2 Terhadap Y

Berdasarkan gambar kurva hipotesis simultan 4.2 di atas, terlihat bahwa nilai F_{hitung} berada didaerah penolakan Ho sehingga sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis adalah menolak Ho dan menerima Ha. Artinya secara simultan Kualitas Produk dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada produk IFA.

Menurut Sujana (2001:369) menyatakan bahwa perhitungan terhadap titik keeratan dan arah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah menggunakan uji korelasi. Kemudian dilakukan perhitungan terhadap koefisien korelasi produk moment *(Pearson).*

b. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

- **Pengujian Hipotesis Parsial X_1 Terhadap Y**

Rumusan hipotesis parsial yang akan diuji adalah sebagai berikut :

Ho : $\beta_1 = 0$ Secara parsial Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada produk IFA.

Ha : $\beta_1 \neq 0$ Secara parsial Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada produk IFA.

Tingkat signifikansi (α) yang digunakan dalam pengujian hipotesis ini sebesar 0,05 dengan kriteria pengambilan keputusan adalah tolak Ho dan terima Ha jika nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel}. Dengan α 0,05 dan *df* (n-k-1) = 38, untuk pengujian dua pihak diperoleh nilai t_{tabel} sebesar ± 2,024. Dengan menggunakan *SPSS*, nilai t_{hitung} dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.39

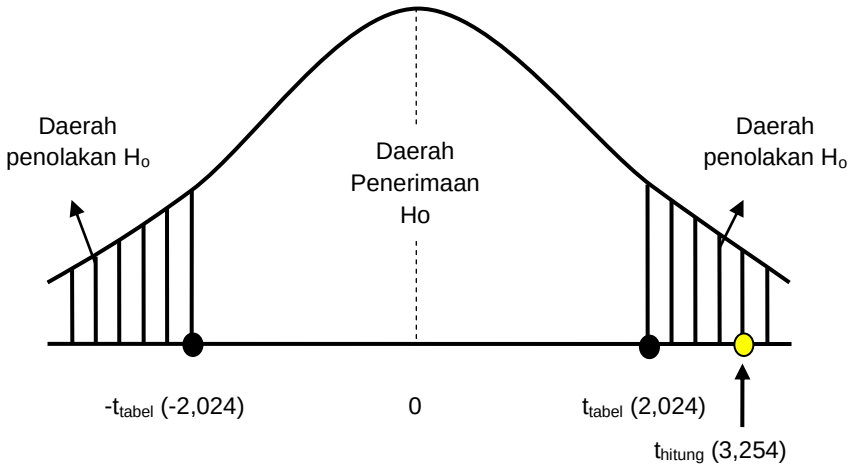
Pengujian Hipotesis Parsial X_1 Terhadap Y

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,882	2,510		1,945	,059
	Kualitas Produk (X1)	,332	,102	,470	3,254	,002
	Harga (X2)	,715	,278	,371	2,570	,014

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai t_{hitung} untuk Kualitas Produk adalah sebesar 3,254. Jika digambarkan dengan kurva pengujian hipotesis parsial, nilai t_{hitung} dan t_{tabel} akan tampak sebagai berikut :



Gambar 4.3

Kurva Pengujian Hipotesis Parsial Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan gambar kurva hipotesis parsial 4.3 di atas, terlihat bahwa nilai t_{hitung} berada didaerah penolakan Ho sehingga sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis adalah menolak Ho dan menerima Ha. Artinya secara parsial Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada produk IFA.

- **Pengujian Hipotesis Parsial X_2 Terhadap Y**

Rumusan hipotesis parsial yang akan diuji adalah sebagai berikut :

Ho : $\beta_2 = 0$ Secara parsial Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada produk IFA.

Ha : $\beta_2 \neq 0$ Secara parsial Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada produk IFA.

Tingkat signifikansi (α) yang digunakan dalam pengujian hipotesis ini sebesar 0,05 dengan kriteria pengambilan keputusan adalah tolak Ho dan terima Ha jika nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel}. Dengan α 0,05 dan *df* (n-k-1) = 38, untuk pengujian dua pihak diperoleh nilai t_{tabel} sebesar ± 2,024. Dengan menggunakan *SPSS*, nilai t_{hitung} dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.40

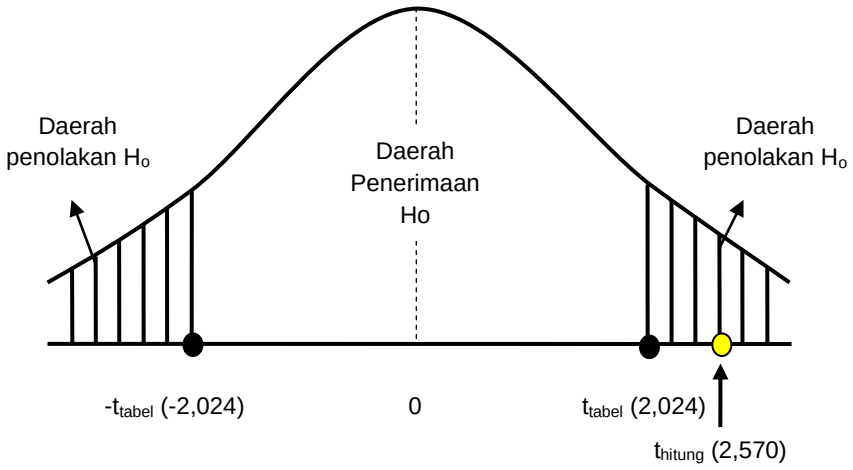
Pengujian Hipotesis Parsial X_2 Terhadap Y

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,882	2,510		1,945	,059
	Kualitas Produk (X1)	,332	,102	,470	3,254	,002
	Harga (X2)	,715	,278	,371	2,570	,014

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai t_{hitung} untuk Harga adalah sebesar 2,570. Jika digambarkan dengan kurva pengujian hipotesis parsial, nilai t_{hitung} dan t_{tabel} akan tampak sebagai berikut :



Gambar 4.4

Kurva Pengujian Hipotesis Parsial Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan gambar kurva hipotesis parsial 4.4 di atas, terlihat bahwa nilai t_{hitung} berada didaerah penolakan Ho sehingga sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis adalah menolak Ho dan menerima Ha. Artinya secara parsial Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada produk IFA.

Pengujian hipotesis digunakan uji t untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh yang signifikasi antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Dengan rumus sebagai berikut (Sugiyono, 2011:215)