

BAB IV

DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Sejarah Singkat Domini Donuts

Domini donuts didirikan oleh Purnama Sukmawati sugianto, nama panggilannya adalah nana, sejarah Domini Donuts sebenarnya bukan secara sengaja membuat ide bisnis berjualan donat tetapi jauh dari itu. Awalnya nana membuat donat yang sekiranya anaknya yang bernama mickel suka, membuat donat yang rasanya enak. Jadi mulailah nana trailer dan sourcing resep sana sini akhirnya menemukan formulasi Domini Donuts yang sekarang. Sejak itu nana membuat donat untuk mickel saja, karena setiap bikin donat ada sisa donat yang tidak termakan, akhirnya muncul ide dari alm. Ayahnya nana untuk donatnya dijual saja. Jadi mulailah donat itu diperkenalkan dijual di kantin SMP 2 Pamekasan secara konsinyasi, setelah berjalannya waktu setengah tahun mulai dari april 2016 lanjut nana mulai konsinyasi di kantin lapas pamekasan dibelakangnya SMKN 3 Pamekasan, setelah itu lanjut lagi di toko niaga. Setelah pasar konsinyasi tak lagi memuaskan, artinya di kantin SMP 2 produk nana mulai di curangi, produk itu tidak dijual sama penjaga kantin karena menyebabkan jualan yang lain tidak laku siswa-siswa lebih memilih donat. sehingga pasar secara konsinyasi di SMP 2 tidak lagi menggiurkan ditambah lagi juga konsinyasi yang dilakukan di lapas Pamekasan tidak lagi bagus prospeknya karena nana juga dicurangi disana para napi lebih suka jajanan Domini Donuts, sehingga menyebabkan jajanan yang lain kurang laku menyebabkan nana dicurangi, jadi karena sudah tidak lagi bagus prospeknya yang di dua kantin itu, maka nana sejak Februari 2017 mulailah melakukan penjualan secara online melalui FB dan BlackBerry Messenger.

Setelah berjualan sekitar Februari-Januari 11 bulan, sejak pertama kali lounching secara online, mulailah dibuka outlet pertama di toko talang siring yaitu tanggal 25 Januari 2018. Penjualan menjadi lebih meningkat karena sudah

mempunyai outlet menyebabkan orang lebih mudah untuk melakukan transaksi donat dari pada melalui pemesanan secara online. Setelah itu berselang beberapa bulan kemudian tepatnya pada tanggal 1 september 2018 mulai dibuka outlet kedua Domini Donuts yang berlokasi di Jln. Wahid Hasyim Pamekasan dan sampai sekarang Alhamdulillah dua toko ini berjalan.¹

2. Visi dan Misi Domini Donuts

Visi

- 1) Menyediakan produk makanan ringan, khususnya donat dan roti dengan kualitas premium dan harga terjangkau.
- 2) Mengembangkan usaha yang berbasis aset dan berorientasi pada kualitas produk dan kepuasan pelanggan.

Misi

- 1) Berinovasi dalam menciptakan produk donat dan roti varian baru yang berorientasi pada kualitas premium dan harga terjangkau.
- 2) Menjaga kesinambungan usaha agar dapat terus berkontribusi dalam menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar tempat usaha.
- 3) Mengembangkan sayap usaha dengan membangun outlet baru yang berbasis aset di beberapa lokasi strategis.²

3. Gambaran Umum Responden

Deskripsi data responden menggambarkan keadaan atau kondisi responden yang merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Dalam penelitian ini kuesioner yang disebarakan sebesar 100 responden yaitu seluruh konsumen Domini Donuts. responden dalam penelitian ini memiliki beberapa karakteristik. Karakteristik penelitian tersebut terdiri dari profil

¹ Purnama Sukmawati Sugianto, Pemilik Domini Donuts, Wawancara langsung, (19 November 2020)

² Ibid.

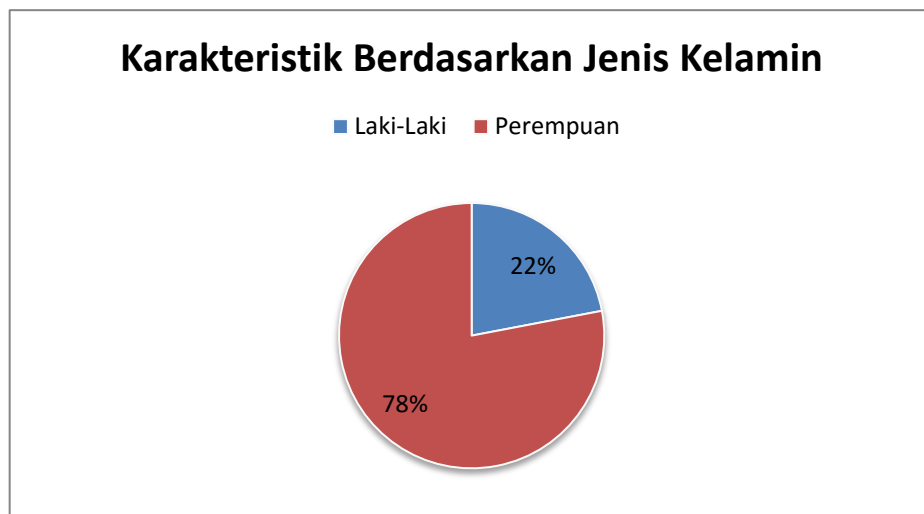
responden berdasarkan jenis kelamin, umur, Domisili, pendidikan terakhir, dan pekerjaan yang dijelaskan dibawah ini:

a. Profil Responden

1) Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada gambar 4.1 sebagai berikut:

Gambar 4.1
Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin



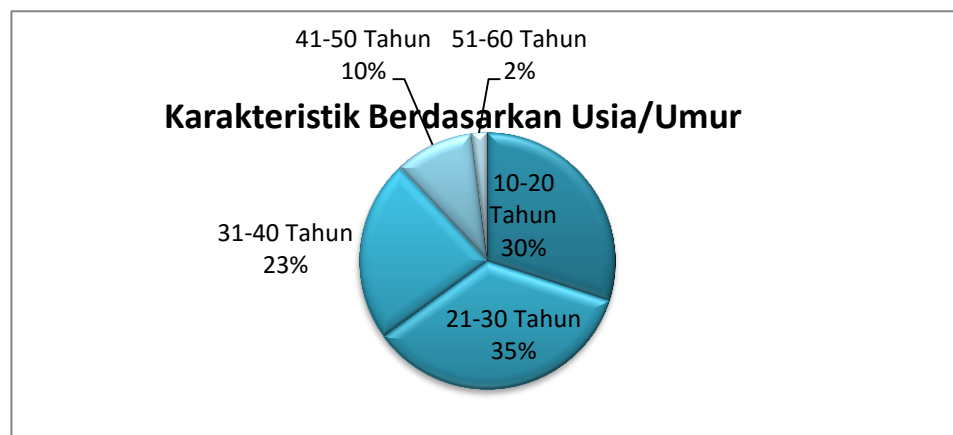
Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2020.

Gambar di atas menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, yaitu laki-laki sebanyak 22 konsumen dengan presentase (22%), kemudian perempuan sebanyak 78 konsumen dengan presentase (78%). Ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen Domini Donuts adalah Perempuan dengan presentase (78%).

2) Umur / Usia

Karakteristik responden berdasarkan umur/ usia pada gambar 4.2 sebagai berikut:

Gambar 4.2
Karakteristik Berdasarkan Usia/Umur



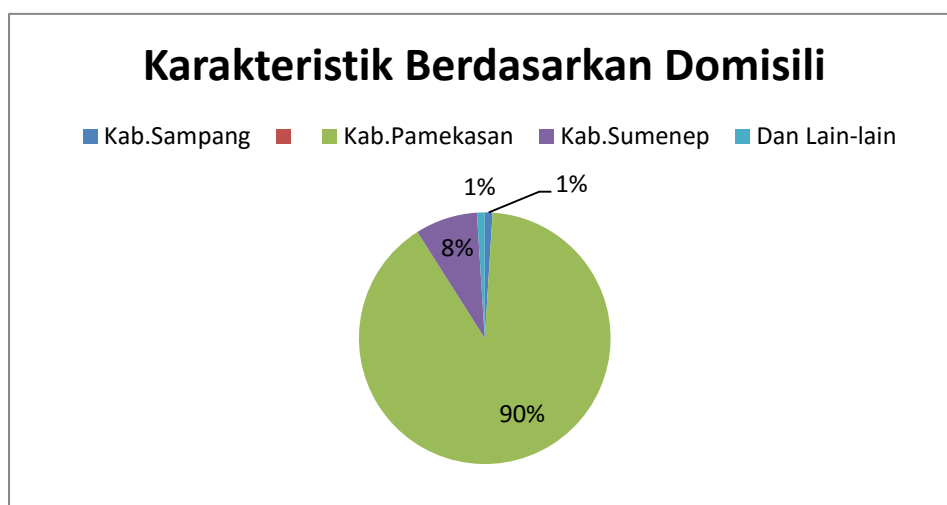
Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2020.

Gambar di atas menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan umur/usia yaitu konsumen yang berusia 10-20 tahun dengan presentase (30%), usia 21-30 tahun dengan presentase (35%), usia 31-40 tahun dengan presentase (23%), usia 41-50 tahun dengan presentase (10%) dan usia 51-60 tahun dengan presentase (2%). Ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen Domini Donuts adalah berusia 21-30 tahun dengan presentase 35%.

3) Domisili

Karakteristik responden berdasarkan domisili per kabupaten dapat dilihat pada gambar 4.3 sebagai berikut:

Gambar 4.3
Karakteristik berdasarkan Domisili



Sumber : Data primer yang diolah, tahun 2020

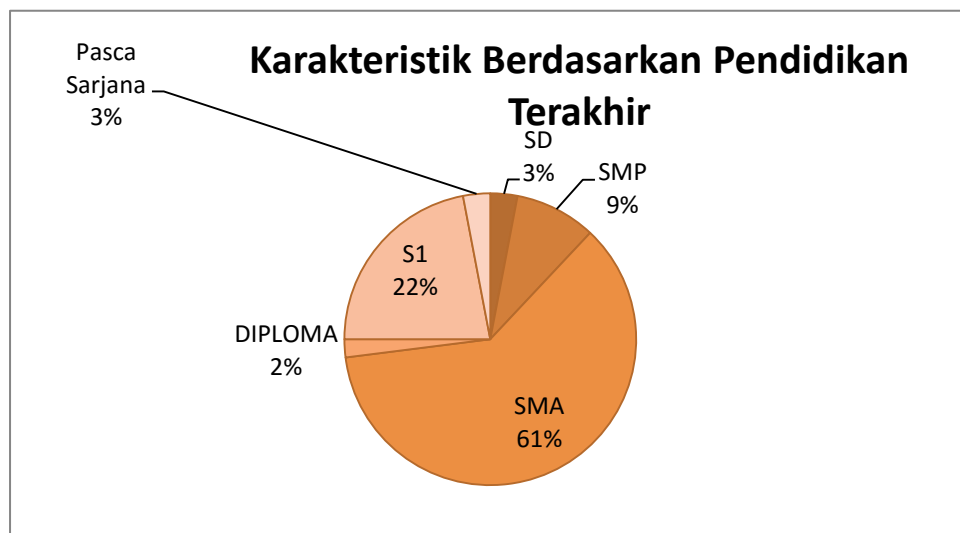
Gambar di atas menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan domisili per kabupaten, yaitu Kabupaten Sampang dengan presentase (1%), Kabupaten Pamekasan dengan presentase (90%), Kabupaten Sumenep (8%) dan lain-lain (1%). Ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen Domini Donuts dari Kabupaten Pamekasan.

4) Pendidikan Terakhir

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada gambar 4.4. sebagai berikut:

Gambar 4.4

Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir



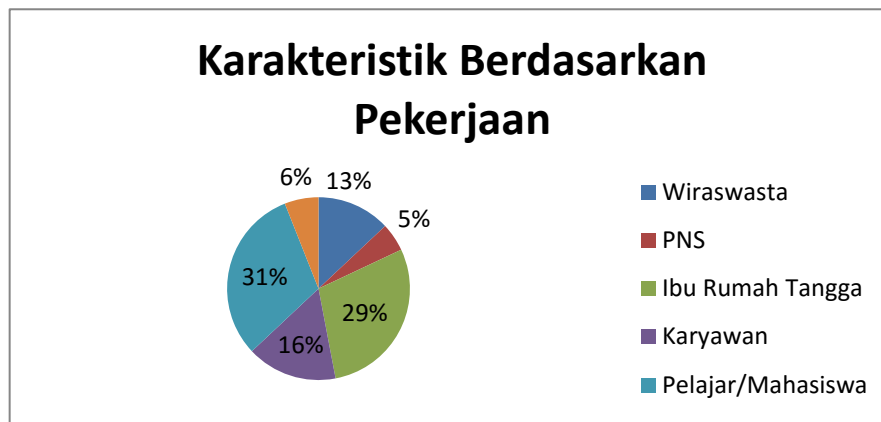
Sumber : Data Primer yang diolah, tahun 2020.

Gambar di atas menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir yaitu SD dengan presentase (3%), SMP dengan presentase (9%), SMA dengan presentase (61%), Diploma dengan presentase (2%), S1 dengan presentase (22%), Pasca Sarjana dengan presentase (3%). ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen Domini Donuts adalah SMA dengan presentase (61%).

5) Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada gambar 4.5 sebagai berikut:

Gambar 4.5
Karakteristik berdasarkan Pekerjaan



Sumber : Data primer yang diolah, tahun 2020.

Gambar di atas menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yaitu wiraswasta dengan presentase (13%), PNS dengan presentase (5%), ibu rumah tangga dengan presentase (29%), karyawan dengan presentase (16%), pelajar/mahasiswa dengan presentase (31%), dan profesi lainnya dengan presentase (6%). Ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen Domini Donuts adalah pelajar/mahasiswa dengan presentase (31%).

4. Uji Statistik Deskriptif

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. Berdasarkan uji statistik deskriptif dapat dilihat dalam tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	100	36	50	42.92	3.177

Kualitas Produk	100	24	35	30.50	2.125
Harga	100	10	15	12.53	1.020
Kepuasan Konsumen	100	14	20	16.92	1.361
Valid N (listwise)	100				

Sumber : Output SPSS, data primer yang diolah, tahun 2020.

Berdasarkan tabel 4.1. di atas dapat di deskripsikan bahwa jumlah responden adalah 100 responden. Variabel kualitas pelayanan (X1) menunjukkan nilai minimum sebesar 36, nilai maksimum sebesar 50, mean sebesar 42,92 dan standar deviasi sebesar 3,177. Nilai mean lebih besar dari pada standar deviasi yaitu $42,92 > 3,177$ artinya bahwa sebaran data kualitas pelayanan baik. Variabel Kualitas produk (X2) menunjukkan nilai minimum sebesar 24, nilai maksimum sebesar 35, mean sebesar 30,50 dan standar deviasi sebesar 2,125. Nilai mean lebih besar dari pada standar deviasi yaitu $30,50 > 2,125$ artinya bahwa sebaran kualitas produk baik. Variabel Harga (X3) menunjukkan nilai minimum sebesar 10, nilai maksimum sebesar 15, mean sebesar 12,53 dan standar deviasi sebesar 1,020. Nilai mean lebih besar dari pada standar deviasi yaitu $12,53 > 1,020$ artinya bahwa sebaran harga baik. Dan variabel Kepuasan Konsumen (Y) menunjukkan nilai minimum sebesar 14, nilai maksimum sebesar 20, mean sebesar 16,92 dan standar deviasi sebesar 1,361. Nilai mean lebih besar dari pada standar deviasi yaitu $16,92 > 1,361$ artinya bahwa sebaran kepuasan konsumen baik.

5. Deskripsi Data

a. Uji Kualitas Data

Pada tahapan ini, kualitas data yang dihasilkan dari penggunaan instrument penelitian dapat dievaluasi melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah setiap item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini layak atau tidak untuk dipakai.

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji instrumen penelitian apakah layak atau mampu mengukur apa yang diinginkan. Hasil dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r_{tabel} dengan r_{hitung} . Untuk mencari r_{tabel} dengan $df = n-2$ dan $\alpha 5\%$ (0,05). Pada penelitian ini jumlah responden (n) 100, maka besar $df = 100-2 = 98$ dan $\alpha 0,05$ sehingga diperoleh 0,1966. Ada beberapa item pertanyaan antara variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk yang dihilangkan, karena koefisien korelasinya kurang baik yaitu kurang dari 0,30. Diantaranya untuk item pertanyaan kualitas pelayanan X1.6. Hasil analisis data uji validitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Tiap Item Pertanyaan Variabel Kualitas
pelayanan (X1), Kualitas Produk(X2), Harga (X3), dan Kepuasan
Konsumen (Y)

Item	Koefisien Korelasi	r tabel (N=100)	Validitas
Variabel Kualitas Pelayanan (X1)			
X1.1	0,404	0,1966	Valid
X1.2	0,577	0,1966	Valid
X1.3	0,594	0,1966	Valid
X1.4	0,573	0,1966	Valid

X1.5	0,714	0,1966	Valid
X1.7	0,619	0,1966	Valid
X1.8	0,620	0,1966	Valid
X1.9	0,702	0,1966	Valid
X1.10	0,665	0,1966	Valid
X1.11	0,651	0,1966	Valid
Variabel Kualitas Produk (X2)			
X2.1	0,495	0,1966	Valid
X2.2	0,549	0,1966	Valid
X2.3	0,784	0,1966	Valid
X2.4	0,736	0,1966	Valid
X2.5	0,474	0,1966	Valid
X2.6	0,736	0,1966	Valid
X2.7	0,533	0,1966	Valid
Variabel Harga (X3)			
X3.1	0,863	0,1966	Valid
X3.2	0,830	0,1966	Valid
X3.3	0,722	0,1966	Valid
Variabel Kepuasan Konsumen (Y)			
Y.1	0,679	0,1966	Valid
Y.2	0,767	0,1966	Valid
Y.3	0,662	0,1966	Valid

Y.4	0,757	0,1966	Valid
-----	-------	--------	-------

Sumber : Output SPSS, data primer yang diolah, tahun 2020.

Keterangan : $r_{hitung} > 0,1966$, maka valid

$r_{hitung} < 0,1966$, maka tidak valid

Berdasarkan tabel 4.2 hasil uji validitas butir kuesioner menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), Harga (X3) dan Kepuasan Konsumen (Y) dinyatakan valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$, seperti pada keterangan tabel diatas.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui konsistensi jawaban responden atau kuesioner yang diberikan. Apabila nilai *cronbach's alpha* (α) suatu variabel $\geq 0,60$ maka indikator yang digunakan variabel terikat tersebut reliabel, jika nilai *cronbach's alpha* (α) suatu variabel $< 0,60$ maka indikator yang digunakan oleh variabel terikat tersebut tidak reliabel. Hasil analisis data uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.3

Hasil Uji Reliabilitas Tiap Item Pertanyaan

Variabel	Nilai cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,750	Reliabel
Kualitas Produk	0,744	Reliabel
Harga	0,828	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,786	Reliabel

Sumber : Output SPSS, data primer yang diolah, tahun 2020.

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dijelaskan bahwa seluruh item dari Kualitas

Pelayanan nilai *Cronbach alpha* sebesar 0,752, Kualitas Produk nilai *Cronbach*

alpha sebesar 0,744, Harga nilai *cronbach alpha* sebesar 0,828, dan Kepuasan Konsumen nilai *cronbach alpha* sebesar 0,786. Semua instrument variabel (kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen) pada kuesioner dikatakan reliabel, karena nilai *cronbach alpha* > 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item telah layak untuk dipakai dalam penelitian.

b. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk menilai baik atau tidaknya nilai regresi yang digunakan dalam penelitian ini. uji asumsi klasik yang digunakan sebagai berikut:

1) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Multikolinearitas ditentukan dari nilai tolerance dan nilai VIF. Pedoman keputusan berdasarkan nilai VIF:

- a. Jika nilai VIF < 10 : Tidak Terjadi Multikolinearitas
- b. Jika nilai VIF > 10 : Terjadi Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas tiap variabel, yaitu:

Tabel 4.4

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics

	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	3.201	1.797		1.782	.078		
1 Kualitas Pelayanan	.066	.040	.154	1.643	.104	.720	1.390
Kualitas Produk	.223	.065	.348	3.422	.001	.614	1.630
Harga	.325	.136	.243	2.388	.019	.612	1.633

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar $0,720 > 0,10$, Kualitas Produk (X2) sebesar $0,614 > 0,10$, dan Harga (X3) sebesar $0,612 > 0,10$ serta nilai VIF masing-masing VIF yaitu $1,390 < 10$, $1,630 < 10$, dan $1,633 < 10$ sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

2) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi ini menggunakan uji Run test. Uji ini merupakan bagian dari statistic non-parametric yang dapat digunakan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi. Pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat nilai *Asymp.sig (2-tailed)* uji *run tet*. Apabila nilai *Asymo.sig(2-tailed)* lebih besar dari tingkat signifikan 0,05, maka dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi.

Tabel 4.5
Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-.17162
Cases < Test Value	50

Cases >= Test Value	50
Total Cases	100
Number of Runs	59
Z	1.608
Asymp. Sig. (2-tailed)	.108

a. Median

Tabel diatas menyatakan nilai *Asymp.sig(2-tailed)* adalah 0,108.

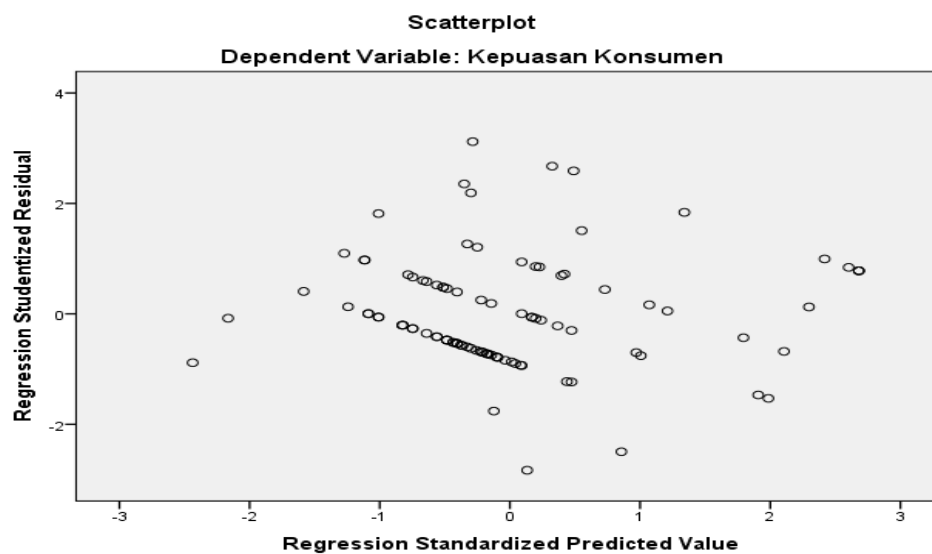
Sedangkan nilai signifikan sebesar 0,05. Nilai *Asymp.sig(2-tailed)* > nilai signifikan atau $0,108 > 0,05$, maka dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya *heteroskedastisitas* dapat digunakan dengan metode *scatterplot* dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya). Dengan asumsi jika tidak ada pola yang jelas, serta titiknya menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4.6

Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan gambar 4.6 output SPSS *scatterplot* diatas dapat diketahui bahwa tidak ada pola yang jelas, serta tititiknya menyebar di atas dan di bawah angka 0 dan sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

4) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan SPSS 20 bagian Kolmogorov-smirnov. Ketentuan perhitungan normalitas ini adalah apabila nilai signifikan $> 0,05$ maka data tersebut normal. Sebaliknya jika nilai signifikan $< 0,05$ maka data tersebut tidak normal. Adapun hasil perhitungan terhadap data sebagai berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.06367828
	Absolute	.104
Most Extreme Differences	Positive	.099
	Negative	-.104
Kolmogorov-Smirnov Z		1.043
Asymp. Sig. (2-tailed)		.227

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Output spss, data primer diolah, tahun 2020

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,227 > 0,05$. Berdasarkan data tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa data tersebut bersifat normal.

B. Pembuktian Hipotesis

1) Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Penerepan metode regresi berganda jumlah variabel bebasnya (independen) yang digunakan lebih dari satu yang mempengaruhi satu variabel terikat (dependen).

Rumus regresi linear berganda dalam penelitian sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

a	= Konstanta
b_1, b_2, b_3	= koefisien regresi
X1	= Kuliatas Pelayanan
X2	= Kualitas Produk
X3	= Harga
Y	= Kepuasan Konsumen
e	= Error

Pada penelitian ini hasil analisis regresi berganda adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.201	1.797		1.782	.078

Kualitas Pelayanan	.066	.040	.154	1.643	.104
Kualitas Produk	.223	.065	.348	3.422	.001
Harga	.325	.136	.243	2.388	.019

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Output SPSS, data primer diolah, tahun 2020

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai koefisien dari persamaan regresi didapatkan model persamaan regresi berganda sebagai berikut:

1. $a = (3,201)$, Nilai konstanta regresi variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga nilainya mendekati 0, maka kepuasan konsumen pada toko domini donuts nilainya sebesar 3,201 dengan asumsi variabel-variabel yang lain dianggap tetap.
2. $b_1 = (0,066)$, Nilai Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar (0,066) berarti jika terjadi peningkatan sebesar 1% pada variabel tersebut, maka variabel kualitas pelayanan akan menurun sebesar 0,066 atau 6,6% dengan asumsi variabel-variabel bebas yang lain dianggap tetap. Koefisien variabel kualitas pelayanan (X_1) bernilai positif, artinya mempunyai hubungan yang searah antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin meningkat kepuasan konsumen pada Domini Donuts.
3. $b_2 = (0,223)$, nilai koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar (0,223) berarti jika terjadi peningkatan sebesar 1% pada variabel tersebut, maka variabel kualitas produk akan meningkat sebesar 0,223 atau 22,3% dengan asumsi variabel-variabel yang lain dianggap tetap. Koefisien variabel kualitas produk (X_2) bernilai positif, artinya terdapat hubungan yang searah antara variabel kualitas produk dengan kepuasan konsumen. Semakin baik kualitas produk yang diberikan maka akan semakin meningkat kepuasan konsumen pada Domini Donuts.
4. $b_3 = (0,325)$, Nilai Koefisien regresi variabel harga sebesar (0,325) berarti jika terjadi peningkatan sebesar 1% pada variabel tersebut, maka variabel harga akan meningkat sebesar (0,325) atau 32,5% dengan asumsi

variabel-variabel yang lain dianggap tetap. Koefisien variabel harga (X_3) bernilai positif, artinya terdapat hubungan yang searah antara variabel harga dengan kepuasan konsumen. Semakin sesuai harga yang ditawarkan maka akan semakin baik pula kepuasan konsumen pada Domini Donuts.

5. Standar *error* sebesar 1,797 artinya seluruh variabel yang dihitung dalam uji SPSS memiliki tingkat variabel pengganggu sebesar 1,797%.

Dari hasil koefisien regresi masing-masing variabel independent (0,066, 0,223, dan 0,325) menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh yang lebih besar dibandingkan variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Toko Domini Donuts Kabupaten Pamekasan.

2) Uji F (Serentak/Simultan)

Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat secara signifikan.

Nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan F_{tabel} dengan tingkat kesalahan $\alpha = 5\%$ dan derajat kebebasan (df_1) = $k = 3$ dan (df_2) = $(n-k-1) = 100-3-1 = 96$. Pada derajat kebebasan (96;3) nilai F_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ adalah 2,70. Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka variabel bebas tidak berpengaruh pada variabel terikat.
- b. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka variabel bebas berpengaruh pada variabel terikat.

Berikut hasil uji signifikan secara simultan variabel independen:

Tabel 4.8
Uji F (Serentak/Simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
-------	----------------	----	-------------	---	------

	Regression	71.350	3	23.783	20.384	.000 ^b
1	Residual	112.010	96	1.167		
	Total	183.360	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

Sumber : Output SPSS, data primer diolah, tahun 2020.

Berdasarkan tabel di atas hasil uji F tersebut diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 20,384 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 (lebih kecil dari signifikan 0,05), sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 2,70. Hal ini berarti bahwa nilai $F_{hitung} 20,384 > F_{tabel} 2,70$. Dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, sehingga keputusannya adalah variabel X (kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga) ada pengaruh yang signifikan bersama-sama terhadap kepuasan konsumen di toko Domini Donuts Kabupaten Pamekasan.

3) Uji t (Parsial)

Uji t bertujuan untuk menguji hanya satu koefisien regresi yang mempengaruhi Y.

Rumus mencari $t_{tabel} = (\alpha/2; n - k - 1)$ dan tingkat kesalahan $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan $(df) = (\alpha/2; n - k - 1)$ dimana n adalah jumlah sampel sebanyak 100 dan k adalah jumlah variabel independen yakni 3 variabel, maka $df = (0,05/2; 100-3-1) = (0,025; 96)$, pada taraf signifikan 5% nilai t_{tabel} sebesar 1,985.

Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikan $> 0,05$, maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikan $< 0,05$, maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.

Berikut hasil asil uji t (Parsial) sebagai berikut:

Tabel 4.9
Uji t (Parsial)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.201	1.797		1.782	.078
1 Kualitas Pelayanan	.066	.040	.154	1.643	.104
Kualitas Produk	.223	.065	.348	3.422	.001
Harga	.325	.136	.243	2.388	.019

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Output SPSS, Data primer diolah, tahun 2020.

Berdasarkan hasil data pengujian melalui SPSS, pengaruh variabel masing-masing dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Variabel kualitas pelayanan (X1), diperoleh t_{hitung} sebesar 1,643 dengan taraf sig. 0,104. Nilai t_{tabel} untuk model regresi diatas adalah 1,985. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,104 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $1,643 < 1,985$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di toko Domini Donuts Kabupaten Pamekasan.
- b. Variabel kualitas produk (X2), diperoleh t_{hitung} sebesar 3,422 dengan taraf sig. 0,001. Nilai t_{tabel} untuk model regresi di atas adalah 1,985. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,001 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $3,422 < 1,985$. Sehingga dapat disimpulkan variabel kualitas produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di toko Domini Donuts Kabupaten Pamekasan.

- c. Variabel harga (X3), diperoleh t_{hitung} sebesar 2,388 dengan taraf sig. 0,019. Nilai t_{tabel} untuk model regresi diatas 1,985. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,019 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $2,388 > 1,985$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di toko Domini Donuts Kabupaten Pamekasan.

4) Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel bebas yang terdiri atas kualitas pelayanan, kualitas produk Dan harga mempunyai variabel terikat kepuasan konsumen. Kriteria pengujiannya sebagai berikut: Apabila R^2 mendekati 0, maka model regresi yang terbentuk semakin kurang baik dan Apabila R^2 mendekati 1, maka model regresi yang terbentuk semakin baik.

Tabel 4.10
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.624 ^a	.389	.370	1.080

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

Sumber : Outpu SPSS, data primer diolah, tahun 2020.

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, dijelaskan hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,389 (38,9%). Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga) secara bersama-sama menjelaskan

pengaruhnya terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen) sebesar 38,9%, sedangkan sisanya sebesar 61,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

C. Pembahasan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan terhadap masing-masing variabel peneliti, maka peneliti akan memberikan pembahasan terhadap permasalahan yang diangkat di dalam penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Domini Donuts Kabupaten Pamekasan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas Pelayanan yang terdiri dari indikator Keandalan (*Reliability*), Penyediaan prasarana (*Tangibles*), Tanggap, siaga, ikhlas (*Responsive*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*), memberikan pelayanan terhadap kepuasan konsumen di toko Domini Donuts Kabupaten Pamekasan. Ada beberapa item pertanyaan dari variabel kualitas pelayanan yang kurang baik sehingga dihilangkan diantaranya item pertanyaan tentang kurir mengantarkan pesanan pelanggan dengan tepat waktu.

Hasil analisis menjelaskan nilai koefisien regresi variabel pelayanan (X1) bernilai positif sebesar 0,066 Artinya mempunyai hubungan yang searah antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin meningkat kepuasan konsumen pada toko Domini Donuts. Sedangkan untuk hasil uji t, variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,643 dengan taraf signifikan sebesar 0,104 dan nilai t_{tabel} untuk model regresi tersebut sebesar 1,985. Hasil uji t tersebut menunjukkan $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $1,643 < 1,985$ dengan signifikan $0,104 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen hal ini dibuktikan berdasarkan analisis ditemui dilapangan dan jawaban responden rata-rata bernilai rendah dalam indikator kualitas pelayanan yaitu toko selalu buka tepat waktu, ketersediaan tempat parkir yang luas, karyawan yang

melayani sesuai antrian dan fasilitas toko yang memadai sehingga kualitas pelayanan yang diberikan domini donuts kurang memuaskan konsumen.

Penelitian ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yaitu Tresiya, Djunaidi, dan Subagyo (2018), pengaruh kualitas pelayanan dan kenyamanan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa go-jek online di kota Kediri yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada go-jek di kota Kediri.³

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Domini Donuts Kabupaten Pamekasan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk yang terdiri dari indikator keistimewaan tambahan (*feature*), Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), daya tahan (*durability*), estetika (*esthetic*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di toko domini donuts kabupaten pamekasan. Hasil analisis menjelaskan nilai koefisien regresi variabel kualitas produk (X2) bernilai positif sebesar 0,223, artinya mempunyai hubungan yang searah antara variabel kualitas produk dengan kepuasan konsumen. Semakin tinggi kualitas produk yang diberikan, maka akan semakin meningkat kepuasan konsumen pada toko Domini Donuts. Sedangkan untuk hasil uji t, variabel kualitas produk (X2) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,422 dengan taraf signifikan sebesar 0,001 dan nilai t_{tabel} untuk model regresi tersebut sebesar 1,985. Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $3,422 < 1,985$ dengan signifikan $0,001 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini mendukung teori kotler, semakin tinggi pula tingkat kualitas, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dihasilkan. Kepercayaan akan timbul apabila konsumen telah merasakan kepuasan karena telah mengkonsumsi atau menggunakan produk dengan kualitas bagus. Kualitas produk yang tinggi

³ Dhita Tresiya, Djunaidi dan Heri Subagyo, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kenyamanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-Jek Di Kota Kediri", *JIMEK*, Volume 1 Nomer2 Desember 2018, 221.

menyebabkan perusahaan dapat mengurangi tingkat kesalahan atau mengurangi pemborosan terhadap produk. Suatu produk yang memiliki kualitas adalah produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan sesuai harapan konsumen bahkan dapat melebihi apa yang diharapkan oleh konsumen sehingga konsumen puas.

Penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya yaitu Inka Janita Sembiring, Suharyo dan Andriani Kusumawati (2014) “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyaliytas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan McDonald’s MT.Haryono Malang)” yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Pelanggan McDonald’s MT.Haryono. ⁴

3. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko Domini Donuts Kabupaten Pamekasan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga yang terdiri dari indikator keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan dan kesesuaian harga dengan layanan yang ditawarkan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di toko Domini Donuts Kabupaten Pamekasan. Hasil analisis menjelaskan nilai koefisien variabel harga (X3) bernilai positif 0,325 Artinya terdapat hubungan searah antara harga dengan kepuasan konsumen. Semakin sesuai harga yang ditawarkan maka akan semakin baik pula kepuasan konsumen pada toko Domini Donuts Kabupaten Pamekasan, dimana harga yang sudah ditetapkan perusahaan sudah sesuai dengan kualitas produk yang dijual. Selain itu, harga yang mudah terjangkau akan meningkatkan daya beli konsumen Domini Donuts. Sedangkan untuk hasil uji t, variabel harga (X3) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,388 dengan taraf signifikan sebesar 0,019 dan nilai t_{tabel} untuk model regresi tersebut sebesar 1,985. Hasil uji t tersebut menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,388 > 1,985$ dengan signifikan $0,019 < 0,05$, sehingga dapat

⁴ Inka Janita Sembiring, Suharyono, dan Andriani Kusumawati, “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada pelanggan McDonald’s Mt.Haryono Malang)” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol.15 No.1 Oktober 2014., 7-8.

dिसimpulkan variabel harga(X3) berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini membuktikan teori kotler dan keller, pelanggan yang sangat puas biasa tetap setia untuk waktu yang lebih lama, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbarui produk lama, membicarakan hal-hal yang baik tentang produknya kepada orang lain, dan menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan dan biaya pelayanan lebih murah dibandingkan pelanggan baru karena transaksi dapat menjadi hal baru.

Penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya yaitu Lumintang Intan Sintya, dkk (2018), Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek Online Pada Mahasiswa FEB Unsrat Manado yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Go-jek Online pada Mahasiswa FEB Unsrat Manado.⁵

4. Variabel mana yang paling Dominan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko Domini Donuts

Variabel paling dominan merupakan variabel yang paling berpengaruh dalam suatu model regresi linear berganda. Dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel independen (Kualitas pelayanan (X1), kualitas Produk(X2), harga(X3) dan 1 variabel dependen (kepuasan konsumen (Y)). Berdasarkan nilai beta (β) variabel kualitas pelayanan (X1) diperoleh nilai beta (β) sebesar 0,066 dan nilai taraf signifikan sebesar 0,104 yang berarti hal tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan 0,104 >0,05, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di toko Domini Donuts Kabupaten Pamekasan. Berdasarkan Nilai beta (β) variabel Kualitas Produk(X2) sebesar 0,223 dengan nilai taraf signifikan sebesar 0,001 yang berarti hal tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan 0,001 >0,05, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X2) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di toko Domini Donuts Kabupaten Pamekasan. Dan berdasarkan nilai beta (β) variabel Harga

⁵ Lumintang Intan Sintya, dkk, *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek Online Pada Mahasiswa FEB Unsrat Manado*”, Jurnal Emba. Vol.6, No.3 Juli 2018, 1784-1785.

(X3) sebesar 0,325 dengan nilai taraf signifikan sebesar 0,019 yang berarti hal tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,019 < 0,05$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di toko Domini Donuts kabupaten Pamekasan.

Dari ketiga variabel X1, X2, dan X3 yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yaitu variabel Harga (X3) hal ini dikarenakan variabel harga mempunyai nilai beta (β) yang paling besar yaitu sebesar 0,325.