

BAB IV

DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS, DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Singkat Toko Hj. Firda

Toko Hj. Firda adalah toko kelontong milik keluarga yang beroperasi di sektor eceran dan grosir, yang mengkhususkan diri pada sembilan barang kebutuhan pokok (sembako). Usaha ini awalnya didirikan oleh Ibu Hj. Firda dan Pak Hj. Mansur yang berlokasi di pedalaman desa, kemudian pindah ke lokasi yang lebih strategis pada tahun 2009. Toko ini menyediakan lebih dari 200 item makanan dan barang penting lainnya dengan harga bersaing. Toko Hj. Firda terdiri dari tiga ruangan. Satu ruangan mencakup rak barang-barang display dan kasir, sedangkan dua ruangan lainnya mencakup gudang terdiri dari barang-barang berukuran besar dan dalam kategori kartonan.

Sistem pelayanan pada Toko Hj. Firda terdiri dari dua sistem pelayanan, yaitu sistem pelayanan swalayan (*self service*) dan sistem dilayani. Pada bagian sistem pelayanan swalayan konsumen dapat memilih sendiri produk-produk yang akan dibeli seperti sabun, mie, tepung atau produk-produk yang termasuk kategori satuan. Sedangkan sistem dilayani untuk produk-produk seperti rokok, obat-obatan, dan produk yang termasuk dalam kategori karton, misal terdapat konsumen yang hendak membeli mie dalam jumlah satu karton, atau gula satu karung maka akan dilayani oleh karyawan dan diangkat sampai ke kendaraan konsumen yang bersangkutan.

Toko Hj. Firda dikelola oleh pemilik sendiri dengan bantuan dua karyawan terdiri dari laki-laki dan perempuan. Jadwal karyawan perempuan mulai dari pukul 07.00 sampai 15.00 sedangkan karyawan laki-laki mulai pukul 15.00

sampai 17.30. Toko ini bukan mulai dari pukul 06.00 sampai 17.30. Kemudian buka kembali pukul 19.00-sampai 22.00. Toko Hj. Firda buka setiap hari, tanggal merah juga tetap buka kecuali hari besar contohnya Idul Fitri serta Idul Adha.

Hasilnya menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan, dengan kategori ini berjumlah 62 orang, dibandingkan dengan responden laki-laki yang berjumlah 34 orang. Itu terjadi karena sebagian besar produk yang dijual di toko tersebut merupakan kebutuhan rumah tangga dan produk-produk yang sering digunakan oleh perempuan atau ibu rumah tangga (IRT). Selain itu, perempuan juga cenderung menikmati berbelanja sebagai sarana untuk menemukan barang-barang penting sehari-hari dan biasanya IRT lebih mengetahui keperluan-keperluan rumah tangga yang sering diperlukan oleh ibu-ibu lain. Sebagian besar responden juga termasuk pelanggan tetap artinya terdapat beberapa pelanggan yang berbelanja setiap hari sebanyak 15 responden, 10 responden berbelanja mingguan atau seminggu sekali, 15 responden setiap dua hari sekali, sedangkan 56 responden berbelanja dalam waktu acak atau tidak menentu.

B. Pembuktian Hipotesis

1. Uji Validitas

Validitas suatu kuesioner dinilai melalui uji validitas. Jika nilai signifikansinya $<$ atau $=$ ambang batas maka tes dianggap valid dan memenuhi kriteria validitas. Sebaliknya jika nilainya lebih besar maka tes tersebut dianggap tidak valid atau tidak sesuai syarat validitas. Hasil uji validitas ditunjukkan pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Harga	1	0,753	0,199	Valid
	2	0,801	0,199	Valid
	3	0,710	0,199	Valid
	4	0,659	0,199	Valid
Kelengkapan produk	5	0,557	0,199	Valid
	6	0,412	0,199	Valid
	7	0,754	0,199	Valid
Kepuasan konsumen	8	0,696	0,199	Valid
	9	0,618	0,199	Valid
	10	0,683	0,199	Valid
	11	0,622	0,199	Valid

Sumber : data primer setelah diolah menggunakan output SPSS

Karena $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka uji validitas membuktikan seluruh instrumen penelitian variabel harga (X1) adalah valid. Hasilnya, kuesioner dianggap valid dan layak untuk diuji tanpa perlu menghilangkan item apa pun.

2. Uji Reliabilitas

Jika dua pengukuran menghasilkan hasil yang sama, maka keduanya dikatakan reliabel atau mempunyai keandalan. Fakta bahwa suatu pengukuran tidak mampu mengukur apa pun menunjukkan bahwa pengukuran tersebut sama sekali tidak dapat diandalkan. Nilai Cronbach's

Alpha yang kurang dari 0,60 menunjukkan bahwa tes tersebut dianggap tidak dapat diandalkan. Rincian uji reliabilitas disajikan Tabel 4.2.

Tabel 4.2
Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach's	Keterangan
Harga	0,844	Reliabel
Kelengkapan produk	0,617	Reliabel
Kepuasan konsumen	0,710	Reliabel

Sumber: data primer setelah diolah menggunakan output SPSS

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.2, uji reliabilitas menghasilkan Cronbach's Alpha sebesar 0,844 untuk variabel harga, 0,617 untuk variabel kelengkapan produk, dan 0,710 untuk variabel kepuasan konsumen. Oleh karena itu, kesimpulannya semua item pernyataan yang digunakan pada penelitian dianggap reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas tujuannya guna mengetahui apakah residu atau variabel pengganggu dalam model regresi berdistribusi normal. Data dianggap berdistribusi normal jika nilai signifikansinya $> 0,05$ atau 5%. Hasil uji normalitas ditunjukkan pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^a	Mean	.000000
	Std. Deviation	.35870440
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.058
	Negative	-.69
Kolmogorov-Smirnov Z		.686
Asymp. Sig. (2-tailed)		.0734

Test distribution is Normal

Sumber: Data primer setelah diolah menggunakan output SPSS

Signifikansi asimtotik Uji One Sample Kolmogorov adalah $0,734 \pm 0,05$ seperti terlihat pada Tabel 4.3. Berdasarkan temuan tersebut, data dapat dikatakan berdistribusi normal.

b) Multikolinearitas

Pengujian ini tujuannya guna mengetahui apakah ada korelasi dari variabel independen pada model regresi. Nilai faktor toleransi (VIF) membantu mengidentifikasi multikolinearitas. Multikolinearitas tidak terdapat pada model regresi jika nilai toleransi $> 0,1$ serta nilai VIF < 10 . Hasil uji multikolinearitas ditunjukkan pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4
Hasil Uji Multikolineritas
Coefficients^a

Model		Collinearity Tolerance	Statistics VIF
1	Harga	.979	1.021
	Kelengkapan Produk	.990	1.010

a. Dependent variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data primer setelah diolah menggunakan output SPSS

Tabel 4.4 membuktikan nilai VIF ada di bawah 10 serta nilai toleransi kedua variabel independen melebihi 0,1. Kesimpulannya tidak terjadi multikolineritas pada model regresi.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menguji apakah ada ketimpangan varians antar residu observasi yang berbeda pada model regresi. Nilai sig kolom sisa yang tidak terstandar diperiksa dengan menggunakan korelasi rho Spearman dalam pengujian ini. Tidak terjadi permasalahan heteroskedastisitas jika nilai sig pada kolom sisa tidak terstandar (dua sisi) $> 0,05$; jika tidak, variabel tersebut menunjukkan masalah heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dijelaskan melalui Tabel 4.5.

Tabel 4.5

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations

Spearman's rho	Unstandardized residual
Harga	.850
Kelengkapan produk	.923

a. Dependent variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data primer setelah diolah menggunakan output SPSS

Uji heteroskedastisitas yang dilakukan dengan metode Spearman's rho menunjukkan nilai signifikansi (2-tailed) untuk unstandardized residual: 0,850 untuk variabel X1 dan 0,923 untuk variabel X2, sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 4.5. Kesimpulannya tidak ada masalah heteroskedastisitas pada salah satu variabel.

4. Uji Hipotesis

a) Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dipakai guna menilai sejauh mana pengaruh variabel harga serta kelengkapan produk pada kepuasan konsumen. Hasil analisis disajikan pada Tabel 4.6 di bawah ini.

Tabel 4.6
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.503	.510		4.910	.000
Harga	.128	.069	.168	1.870	.065
Kelengkapan produk	.352	.069	.454	5.078	.000

a. Dependent variable : Kepuasan Konsumen
 Sumber : Data primer setelah diolah menggunakan output SPSS

Berdasarkan Tabel 4.6 tersebut mengenai analisis regresi linier berganda dapat diperoleh persamaan sebagai berikut.

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

$$Y = 2,503 + 0,128X_1 + 0,352X_2 + e$$

Hasil persamaan diatas dapat diartikan bahwa:

- 1) Besar kecilnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen ditunjukkan dengan nilai konstanta (a) sebesar 2,503. Oleh karena itu kepuasan konsumen mempunyai nilai sebesar 2,503 jika variabel bebas mempunyai nilai 0.
- 2) Koefisien regresi variabel harga (X1) sebesar 0,128 artinya kepuasan konsumen (Y) akan naik sebesar 0,128 satuan setiap kenaikan satu satuan variabel harga dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

3) Koefisien regresi variabel kelengkapan produk (X2) sebesar 0,352. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,128 satuan setiap peningkatan kelengkapan produk sebesar satu satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

b) Uji Parsial (uji t)

Uji parsial atau uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen (X1 dan X2) secara individual terhadap variabel dependen (Y). Hasil uji t disajikan pada Tabel 4.7 berikut ini.

Tabel 4.7

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	10.495	1.284		8.175	.000
Harga	.132	.061	.188	2.031	.024
Kelengkapan Produk	.226	.087	.289	2.602	.011

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data primer setelah diolah menggunakan output SPSS

Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t yang diperoleh dengan nilai t kritis dari t tabel pada taraf signifikansi 5% (0,05) dan derajat kebebasan hitung (df) $n-k-2 = 96-2-2 = 92$ Pada

kondisi tersebut, nilai t kritisnya sebesar 1,98638. Hasil uji-t adalah sebagai berikut:

- 1) Variabel harga (X1) mempunyai tingkat signifikansi sebesar 0,024 dan nilai t hitung sebesar 2,031. Nilai sig dan nilai thitung > ttabel sebesar $2,031 > 1,986$. $0,024 < 0,05$. Mengingat H0 ditolak dan H1 diterima, maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara harga dengan kepuasan konsumen Toko Hj adalah signifikan secara parsial. Firdaus.
 - 2) Variabel kelengkapan produk (X2) mempunyai tingkat signifikansi sebesar 0,011 dan nilai t hitung sebesar 2,602. Nilai sig dan nilai thitung > ttabel yaitu $2,602 > 1,986$. $0,011 < 0,05$. Mengingat H0 ditolak dan H1 diterima, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen Toko Hj dipengaruhi salah satunya oleh kelengkapan produk. Firdaus.
- c) **Uji Simultan (uji f)**

Uji simultan (uji F) dilakukan untuk mengevaluasi bagaimana harga dan kelengkapan produk secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Hasil uji F disajikan pada Tabel 4.8 berikut ini.

Tabel 4.8
Hasil Uji f
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5.528	2	2.764	3.387	.038
	Residual	75.879	93	.816		
	Total	81.406	95			

a. Predictors: (Constant), harga, kelengkapan produk

b. Dependent Variable : Kepuasan Konsumen

Sumber: Data primer setelah diolah menggunakan output SPSS

Uji f dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} . Adapun menghitung F_{tabel} menggunakan persamaan Menentukan F_{tabel}

$$F_{tabel} = (df1; df2)$$

$$F_{tabel} = (\text{Total variabel bebas dan terikat} - 1; n - k - 1)$$

Keterangan :

n = jumlah responden

k = variabel bebas

df = derajat kebebasan

$$F_{tabel} = (3-1 ; 96-2-1) = (2;93) \text{ yaitu } 3,095$$

Berdasarkan hasil uji f yang ditunjukkan pada tabel diatas dan mempunyai sig. sebesar 0,038 dan F_{hitung} sebesar 3,387. Dengan nilai sig diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $3,387 > 3,095$. H_0 ditolak dan H_1 diterima jika 0,038 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan di Toko Hj dipengaruhi secara signifikan oleh kelengkapan produk dan harga jika dipertimbangkan bersama-sama.

C. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menilai pengaruh harga dan kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen di toko Hj. Firda yang terletak di Desa Klompang Barat Kecamatan Pakong. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian langsung dengan memberikan kuesioner berisi pernyataan kepada 96 responden sampel. Data dianalisis menggunakan SPSS 25, menunjukkan bahwa harga dan kelengkapan produk secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan konsumen di Toko Hj. Firda di Desa Klompang Barat, Kecamatan Pakong. Rincian temuannya adalah sebagai berikut.

1. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Toko Hj. Firda

Berdasarkan hasil penelitian, kepuasan konsumen Toko Hj dipengaruhi oleh variabel harga. Firda, dengan t hitung sebesar 2,031 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,986 dan tingkat signifikansi sebesar 0,024 (kurang dari 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh variabel harga. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian Purnama yang berjudul “Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan di 212 Mart” yang mengungkapkan bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dengan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. tingkat kepuasan yang dialami pelanggan yang membeli produk dari 212 Mart. Dengan nilai 3,965 berbanding 1,660, hasil pengujian menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan tingkat signifikansi 0,000 kurang dari 0,05 karena $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal ini disebabkan karena harga merupakan alat tukar dalam bertransaksi sehingga menjadi salah satu aspek

terpenting dalam proses jual beli. Satu-satunya variabel dalam bauran pemasaran adalah harga, yang sewaktu-waktu dapat berfluktuasi. Ketika harga suatu produk tidak ditetapkan dengan benar, pemilik bisnis mungkin menghadapi tantangan yang sulit untuk diatasi. Keuntungan akan menurun jika harga suatu produk terlalu rendah, sedangkan penjualan akan terganggu jika pemilik usaha menetapkan harga yang terlalu tinggi karena pelanggan akan selalu membandingkan harga dengan harga pesaing. Oleh karena itu, sebelum Dalam menetapkan harga jual suatu produk, pemilik usaha perlu mempertimbangkan berbagai faktor.

Harga yang dipatok Toko Hj berdasarkan hasil lapangan yang didapat. Kemampuan masyarakat bisa sampai pada Firda yang dijual berdasarkan kualitas produknya. Harga menjadi salah satu hal yang menjadi pertimbangan pelanggan.

2. Pengaruh kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen pada Toko Hj. Firdaus

Hasil penelitian menunjukkan tingkat signifikansi dengan tingkat Nilai t hitung sebesar 2,062 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,986, dan tingkat signifikansi sebesar 0,011 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kelengkapan produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Hj Paradise. Hipotesis bahwa kelengkapan produk mencakup segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk memuaskan suatu kebutuhan atau keinginan didukung oleh penelitian ini. Fitur, karakteristik, atau atribut suatu produk adalah cara pelanggan mengevaluasinya.¹ Kepuasan

¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, edisi 13 jilid 1, (Penerbit: Erlangga, Jakarta, 2009), 42.

pelanggan ditunjukkan ketika pelanggan menyadari bahwa harapannya terpenuhi. Berdasarkan temuan penelitian Anjarwan yang bertajuk “Pengaruh Kelengkapan Produk, Persepsi Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Department Store New DM 1 Pleret Bantul Yogyakarta”, kelengkapan produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di DM Baru 1 Bantul toko serba ada. Dengan tingkat signifikansi sebesar 0,042, hasil pengujian menunjukkan bahwa t hitung sebesar 4,220 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,985.²

Dengan demikian, pelanggan Toko Hj dapat dikatakan lebih puas jika produknya sudah lengkap. Firda yang artinya kepuasan pelanggan juga akan meningkat jika produk tokonya lengkap.

3. Pengaruh gabungan harga dan kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen pada Hj Shop Firda

Uji F menghasilkan nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel yaitu $3,387 > 3,095$ dengan tingkat signifikansi 0,038 kurang dari 0,05. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan Toko Hj sangat dipengaruhi oleh harga dan variasi produk. Firdaus. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian Dora yang berjudul “meliputi interaksi antara siswa, siswa dan bahan ajar, serta guru dan siswa. Penelitian Situmorang sejalan dengan penelitian ini.³ Hal ini disebabkan karena penetapan harga menjadi hal yang sangat dipertimbangkan oleh konsumen dalam berbelanja di sebuah toko. Harga terjangkau dan membuat

² Sulisty Anjarwan. “Pengaruh Kelengkapan Produk, Persepsi Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Toserba DM Baru 1 Pleret Bantul Yogyakarta”. *Jurnal Ekobis Dewantara* Vol. 1 No. 3 Maret, (2018).

³ Laura Dhea Dora. “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen Liberty Mart Watulimo Trenggalek”. *Jurnal Inovasi Penelitian*. Vol.3 No.2 Juli hal. 5135, (2022).

kepuasan konsumen semakin meningkat. Adapun konsumen juga menyukai berbelanja di satu tempat dimana dalam sekali belanja terdapat semua kebutuhan sekaligus keinginan mereka. Sehingga, konsumen dapat efisien dalam menggunakan waktu, tenaga, dan biaya. Dengan kata lain, kelengkapan produk dalam suatu toko berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di toko tersebut karena toko yang menyediakan produk-produk dengan lengkap dapat menimbulkan perasaan puas bagi konsumen. Jadi, kelengkapan produk perlu diperhatikan bagi para pelaku usaha ritel dan grosir.