BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Profil Usaha EL ZATTA

EL ZATTA berdiri pada tahun 1989, pemilik brand EL ZATTA sendiri bernama Elidawati. Awal karir di industry hijab dan busana muslim dimulai dengan pergaulan Elidawati ketika remaja di /masjid Salman dikawasan Institut Teknologi Bandung (ITB).

Nama EL ZATTA sendiri diambil dari nama ibu Elidawati yang dipanggil El, sedangkan Zatta adalah nama anaknya. Awal berdiri nama brand yang dipakai adalah ZATTA, karena ada satu brand yang merasa namanya ditiru kemudian ibu Elidawati menambahkan nama depannya sehingga menjadi EL ZATTA.

Kini EL ZATTA telah memiliki lebih dari 60 toko, 40 toko mitra dan 23 toko resmi. EL ZATTA sendiri lebih focus berjualan kerudung. Hijab yang mengambil bahan dan diproduksi di Turki tersebut memiliki motif warna cerah dari bahan yang lembut dan glossy. Meski 70 persen memproduksi hijab, namun 30 persennya tetap ada koleksi busana muslim.[64]

2. Profil Usaha ZOYA

[64] http://wolipop.detik.com/

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Zoya merupakan salah satu lini bisnis dari *Shafco Enterprise*, sebuah *holding company* yang bergerak dalam bidang muslim *fashion* sejak tahun 1989 dengan kantor pusat di Bandung, Indonesia.

ZOYA adalah nama faminim yang dipakai di Ukraina dan Rusia, diambil dari bahasa kuno yang berarti "kehidupan". Dalam Bahasa India memiliki arti "bersinar", sedangkan dalam bahasa Arab diartikan "peduli" dan "menyenangkan". Warna hijau pada ZOYA melambangkan kehidupan, kesegaran, ketenangandan pertumbuhan. Warna coklat berarti daya tahan dan kenyamanan yang melambangkan bumi dan tanah. *Brand philosophy* Zoya adalah "*light and color*". Zoya menampilkan koleksi yang berkarakter ringan, *easy to wear, easy to match*, serta lengkap dalam desain dan warna.

Zoya *Fashion* menghadirkan kerudung sebagai produk unggulannya. Namun tidak hanya itu, ZOYA fashion menyediakan busana, aksesoris, hingga perlengkapan ibadah bagi para customer. Perkembangan bisnis yang kompetitif membuat ZOYA terus melakukan inovasi dalam produk dan pelayanan dengan mengutamakan kualitas brand image dan kepuasan pelanggan, menghadirkan pelayanan paripurna bagi pelanggan melalui kenyamanan showroom, pelayanan personal, hingga layanan melalui produk website.

a) Visi Misi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Visi dari ZOYA adalah Menjadi refrensi utama bagi para muslimah dalam berbusana hijab yang fashionable.

Misi dari ZOYA adalah Menciptakan inovasi-inovasi style busana muslim terbaru. Memberikan inspirasi kepada para muslimah untuk selalu berhijab stylish. Menyediakan solusi bagi kecantikan paras wanita muslimah.[65]

B. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Responden

   a. Responden EL ZATTA

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk hijab EL ZATTA di gerai El ZATTA lantai UG Blok D1 18-19 dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Berdasarkan hasil penelitian kepada 100 responden melalui kuesioner yang telah disebarkan didapatkan gambaran karakteristik responden sebagai berikut.

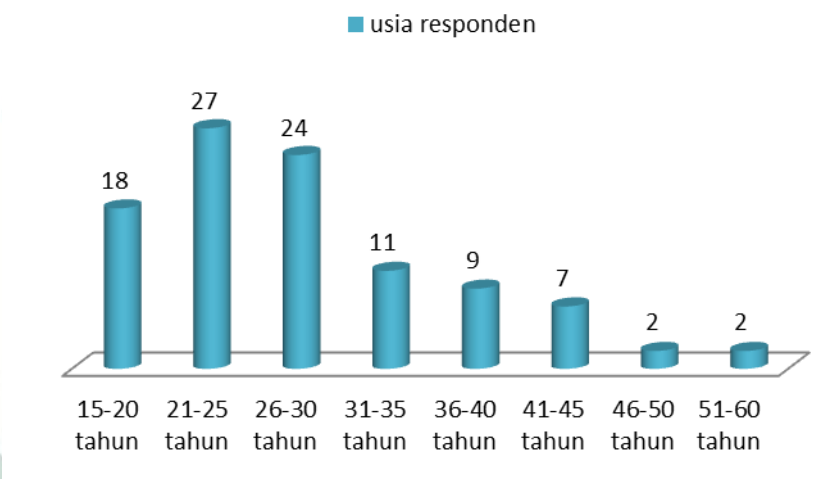
Gambar diagram 4.1

[65] zoya.co.id/profil/

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari gambar diagram 4.1 dapat diketahui bahwa jenis kelamin 100 responden konsumen hijab EL ZATTA adalah wanita semua. Dapat disimpulkan bahwa konsumen hijab EL ZATTA adalah wanita.

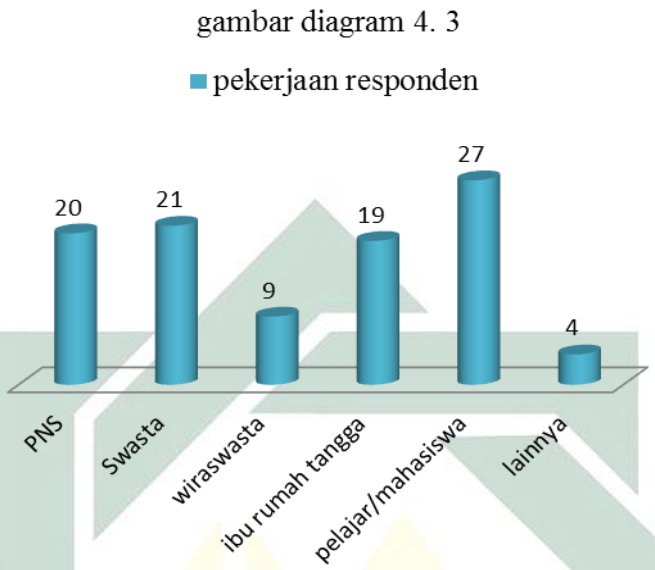
gambar diagram 4.2



Dari diagram lingkaran 4.2 dapat diketahui bahwa usia responden usia 15-20 berjumlah 18 responden atau sebesar (18%), usia 21-25 berjumlah 27 responden atau sebesar (27%), usia 26-30 berjumlah 24 responden atau sebesar (24%), usia 31-35 berjumlah 11 responden atau sebesar (11%), usia 36-40 berjumlah 9 responden atau sbsar (9%), usia 41-45 berjumlah 7 responden atau sebesar (7%), usia 46-50 berjumlah 2 responden atau sebesar (2%), usia 51-60 berjumlah 2 responden atau sebesar (2%). Dari gambar diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen yang membeli produk hijab EL ZATTA yang paling dominan adalah wanita dengan usia 21-25 tahun dengan jumlah responden 27 orang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

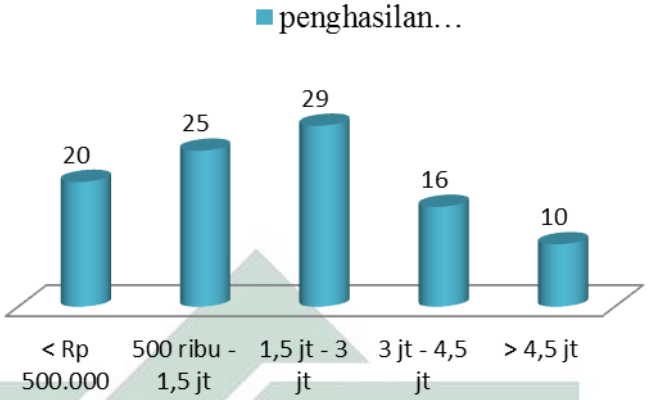
Gambar diagram 4.3



Dari gambar diagram 4.3 dapat diketahui bahwa pekerjaan dari responden konsumen hijab EL ZATTA yang bekerja sebagai Pegawai Negri Sipil (PNS) berjumlah 20 responden atau sebesar (20%), Swasta berjumlah 21 responden atau sebesar (21%), sebagai Wiraswasta berjumlah 9 responden atau sebesar (9%), sebagai Ibu Rumah Tangga berjumlah 19 responden atau sebesar (19%), pelajar atau Mahasiswa berjumlah 27 responden atau sebesar (27%), dan yang menjawab lainnya berjumlah 4 responden atau sebesar (4%). Dari gambar diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen hijab EL ZATTA yang paling dominan adalah pelajar/mahasiswa dengan jumlah responden sebanyak 27 dari 100 responden.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

gambar diagram 4.4



Dari gambar diagram lingkaran 4.4 dapat diketahui bahwa responden hijab EL ZATTA yang berpenghasilan <Rp 500.000 berjumlah 20 responden atau sebesar (20%), sedangkan pendapatan reponden yang berpenghasilan Rp 500.000 – Rp 1.500.000 berjumlah 25 responden atau sebesar (25%), Rp 1.500.000 – Rp 3.000.000 berjumlah 29 responden atau sebesar (29%), Rp 3.000.001 – Rp 4.500.000 sebesar 16 responden atau sebesar (16%), dan yang berpenghasilan >Rp 4.500.000 berjumlah 10 responden atau sebesar (10%). Dapat disimpulkan bahwa konsumen produk hijab EL ZATTA yang dominan berpenghasilan Rp 1.500.000 – Rp 3.000.000 berjumlah 29 responden atau sebesar (29%).

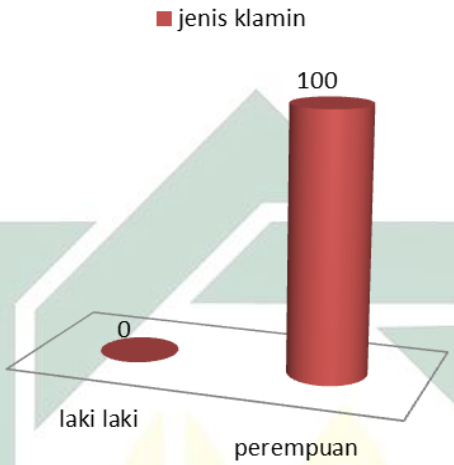
b. Responden ZOYA

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk hijab ZOYA di gerai ZOYA lantai UG Blok E1 21-22 dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Berdasarkan hasil penelitian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

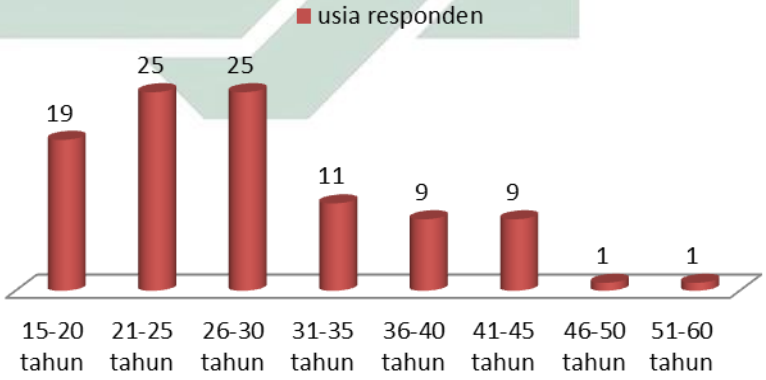
kepada 100 responden melalui kuesioner yang telah disebarkan didapatkan gambaran karakteristik responden sebagai berikut.

gambar diagram 4.5



Dari gambar diagram 4.5 dapat diketahui bahwa jenis kelamin 100 responden konsumen hijab ZOYA adalah wanita semua. Dapat disimpulkan bahwa konsumen hijab ZOYA adalah wanita.

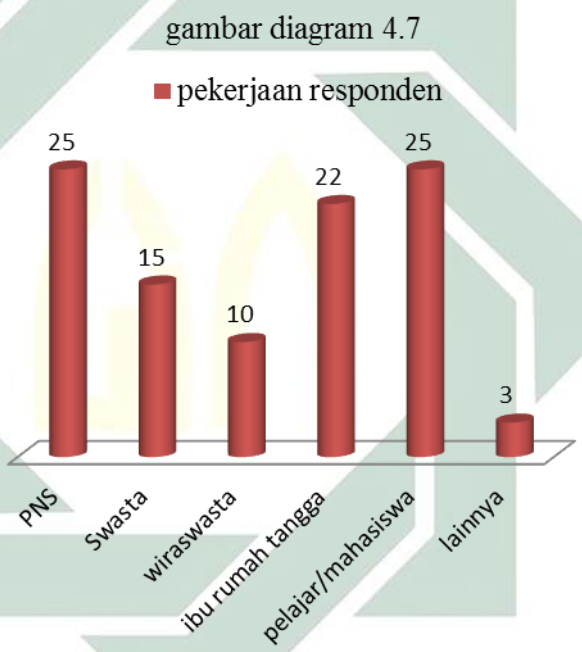
gambar diagram 4.6



Dari diagram lingkaran 4.6 dapat diketahui bahwa usia responden usia 15-20 berjumlah 19 responden atau sebesar (19%), usia 21-25 dan usia 26-30 tahun berjumlah 25 responden atau sebesar (25%), usia 31-35

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berjumlah 11 responden atau sebesar (11%), usia 36-40 dan usia 41-45 berjumlah 9 responden atau sbsar (9%), usia 46-50 dan usia 51-60 tahun berjumlah 1 responden atau sebesar (1%). Dari gambar diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen yang membeli produk hijab ZOYA yang paling dominan adalah wanita dengan usia 21-25 dan usia 26-30 yang sama-sama jumlah respondennya sebanyak 25 responden.

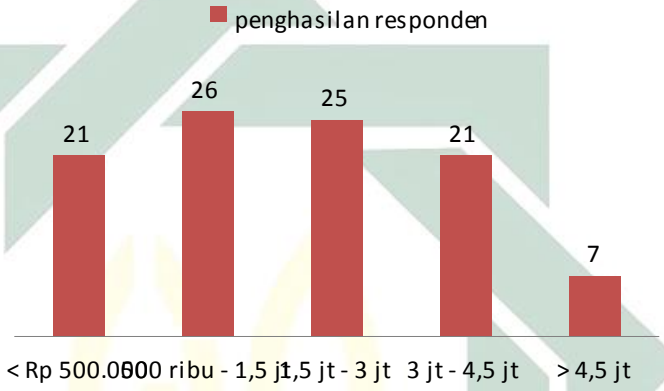


Dari gambar diagram lingkaran 4.7 dapat diketahui bahwa pekerjaan dari responden konsumen hijab ZOYA yang bekerja sebagai Pegawai Negri Sipil (PNS) dan pelajar/mahasiswa yang sama-sama berjumlah berjumlah 25 responden atau sebesar (25%), Swasta berjumlah 15 responden atau sebesar (15%), sebagai Wiraswasta berjumlah 10 responden atau sebesar (10%), sebagai Ibu Rumah Tangga berjumlah 22 responden atau sebesar (22%), dan yang menjawab lainnya berjumlah 3

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

responden atau sebesar (3%). Dari gambar diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen hijab ZOYA yang paling dominan adalah PNS dan pelajar/mahasiswa yang sama-sama jumlah respondennya berjumlah 25 responden.

gambar diagram 4.8



Dari gambar diagram lingkaran 4.8 dapat diketahui bahwa responden hijab ZOYA yang berpenghasilan <Rp 500.000 berjumlah 21 responden atau sebesar (21%), sedangkan pendapatan reponden yang berpenghasilan Rp 500.000 – Rp 1.500.000 berjumlah 26 responden atau sebesar (26%), Rp 1.500.000 – Rp 3.000.000 berjumlah 25 responden atau sebesar (25%), Rp 3.000.001 – Rp 4.500.000 sebesar 21 responden atau sebesar (21%), dan yang berpenghasilan >Rp 4.500.000 berjumlah 7 responden atau sebesar (7%). Dapat disimpulkan bahwa konsumen produk hijab ZOYA yang dominan berpenghasilan Rp 500.000 – Rp 1.500.000.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Gambar item

Pada bagian ini dijabarkan mengenai distribusi item-item variabel yaitu kualitas produk (Y), dan kepuasan konsumen (X).

a. Variabel kualitas produk (X) sampel EL ZATTA

Tabel 4.9

jawaban responden a

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	19	19.0	19.0	20.0
	4	50	50.0	50.0	70.0
	5	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Untuk item Seberapa tinggi keawetan bahan hijab dari produk hijab EL ZATTA. Yang menjawab sangat tinggi sebanyak 30 responden atau (32%), tinggi sebanyak 50 responden (50%), cukup sebanyak 19 responden atau (19%), sedangkan yang menjawab rendah 1 responden (1%) dan sangat rendah 0 responden (0%).

Tabel 4. 10

jawaban responden b

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	23	23.0	23.0	24.0
	4	42	42.0	42.0	66.0
	5	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk item pertanyaan kedua dari variabel kualitas produk pada sampel EL ZATTA yang menjawab sangat tinggi 34 responden, yang menjawab tinggi 42 responden, menjawab cukup 23 responden. Dan yang menjawab rendah 1 responden, dan sangat rendah 0 responden.

Tabel 4.11

jawaban responden c

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	25	25.0	25.0	27.0
	4	43	43.0	43.0	70.0
	5	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Untuk item pertanyaan ketiga dari variabel kualitas produk pada sampel EL ZATTA yang menjawab sangat tinggi 30 responden, yang menjawab tinggi 43 responden, menjawab cukup 25 responden. Dan yang menjawab rendah 2 responden, dan sangat rendah 0 responden.

Tabel 4.12

jawaban responden d

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	21	21.0	21.0	23.0
	4	47	47.0	47.0	70.0
	5	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk item pertanyaan keempat dari variabel kualitas produk pada sampel EL ZATTA yang menjawab sangat tinggi 30 responden, yang menjawab tinggi 47 responden, menjawab cukup 21 responden. Dan yang menjawab rendah 2 responden, dan sangat rendah 0 responden.

Tabel 4.13

jawaban responden e

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.0	3.0	3.0
	3	20	20.0	20.0	23.0
	4	47	47.0	47.0	70.0
	5	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

t

uk item pertanyaan kelima dari variabel kualitas produk pada sampel EL ZATTA yang menjawab sangat tinggi 30 responden, yang menjawab tinggi 47 responden, menjawab cukup 20 responden. Dan yang menjawab rendah 3 responden, dan sangat rendah 0 responden.

Tabel 4.14

jawaban responden f

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	19	19.0	19.0	20.0
	4	53	53.0	53.0	73.0
	5	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk item pertanyaan keenam dari variabel kualitas produk pada sampel EL ZATTA yang menjawab sangat tinggi 27 responden, yang menjawab tinggi 53 responden, menjawab cukup 19 responden. Dan yang menjawab rendah 1, dan sangat rendah 0 responden.

Tabel 4.15

jawaban responden g

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	22	22.0	22.0	22.0
	4	43	43.0	43.0	65.0
	5	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Untuk item pertanyaan ketujuh dari variabel kualitas produk pada sampel EL ZATTA yang menjawab sangat tinggi 35 responden, yang menjawab tinggi 43 responden, menjawab cukup 22 responden. Dan yang menjawab rendah dan sangat rendah 0 responden.

Tabel 4.15

jawaban responden h

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	24	24.0	24.0	25.0
	4	38	38.0	38.0	63.0
	5	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk item pertanyaan kedelapan dari variabel kualitas produk pada sampel EL ZATTA yang menjawab sangat tinggi 37 responden, yang menjawab tinggi 38 responden, menjawab cukup 24 responden. Dan yang menjawab rendah 1 responden, dan sangat rendah 0 responden.

Tabel 4.16

jawaban responden i

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	23	23.0	23.0	25.0
	4	41	41.0	41.0	66.0
	5	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Untuk item pertanyaan kesembilan dari variabel kualitas produk pada sampel EL ZATTA yang menjawab sangat tinggi 34 responden, yang menjawab tinggi 41 responden, menjawab cukup 23 responden. Dan yang menjawab rendah 2 responden, dan sangat rendah 0 responden.

Tabel 4.17

jawaban responden j

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	32	32.0	32.0	33.0
	4	44	44.0	44.0	77.0
	5	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk item pertanyaan kesepuluh dari variabel kualitas produk pada sampel EL ZATTA yang menjawab sangat tinggi 23 responden, yang menjawab tinggi 44 responden, menjawab cukup 32 responden. Dan yang menjawab rendah 1 responden dan sangat rendah 0 responden.

b. Variabel Kepuasan Konsumen sampel EL ZATTA

Tabel 4.18

jawaban responden a

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	26	26.0	26.0	27.0
	4	47	47.0	47.0	74.0
	5	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Untuk item pertanyaan pertama dari variabel kepuasan konsumen pada sampel EL ZATTA. Yang menjawab sangat tinggi sebanya 26 responden, tinggi 47 responden, cukup 26 responden. Dan yang menjawab rendah 1 responden dan sangat rendah 0 responden.

Tabel 4.19

jawaban responden b

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3	9	9.0	9.0	10.0
4	55	55.0	55.0	65.0
5	35	35.0	35.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Untuk item pertanyaan kedua dari variabel kepuasan konsumen pada sampel EL ZATTA. Yang menjawab sangat tinggi sebanya 35 responden, tinggi 55 responden, cukup 9 responden. Dan yang menjawab rendah 1 responden, dan sangat rendah 0 responden.

Tabel 4.20

jawaban responden c

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.0	3.0	3.0
	3	24	24.0	24.0	27.0
	4	45	45.0	45.0	72.0
	5	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Untuk item pertanyaan ketiga dari variabel kepuasan konsumen pada sampel EL ZATTA. Yang menjawab sangat tinggi sebanya 28 responden, tinggi 45 responden, cukup 24 responden. Dan yang menjawab rendah 3 responden, dan sangat rendah 0 responden.

Tabel 4.21

jawaban responden d

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.0	3.0	3.0

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3	24	24.0	24.0	27.0
4	48	48.0	48.0	75.0
5	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Untuk item pertanyaan keempat dari variabel kepuasan konsumen pada sampel EL ZATTA. Yang menjawab sangat tinggi sebanya 25 responden, tinggi 48 responden, cukup 24 responden. Dan yang menjawab rendah 3 responden, dan sangat rendah 0 responden.

Tabel 4.22

jawaban responden e

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	22	22.0	22.0	24.0
	4	46	46.0	46.0	70.0
	5	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Untuk item pertanyaan kelima dari variabel kepuasan konsumen pada sampel EL ZATTA. Yang menjawab sangat tinggi sebanya 30 responden, tinggi 46 responden, cukup 22 responden. Dan yang menjawab rendah 2 responden, dan sangat rendah 0 responden.

Tabel 4.23

jawaban responden f

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	2	3	3.0	3.0	3.0
	3	27	27.0	27.0	30.0
Valid	4	43	43.0	43.0	73.0
	5	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Untuk item pertanyaan keenam dari variabel kepuasan konsumen pada sampel EL ZATTA. Yang menjawab sangat tinggi sebanya 27 responden, tinggi 43 responden, cukup 27 responden. Dan yang menjawab rendah 3 responden, dan sangat rendah 0 responden.

Tabel 4.24

jawaban responden g

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	25	25.0	25.0	27.0
Valid	4	52	52.0	52.0	79.0
	5	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Untuk item pertanyaan ketujuh dari variabel kepuasan konsumen pada sampel EL ZATTA. Yang menjawab sangat tinggi sebanya 21 responden, tinggi 52 responden, cukup 25 responden. Dan yang menjawab rendah 2 responden, dan sangat rendah 0 responden.

Tabel 4.25

jawaban responden h

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.0	3.0	3.0
	3	23	23.0	23.0	26.0
	4	51	51.0	51.0	77.0
	5	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Untuk item pertanyaan kedelapan dari variabel kepuasan konsumen pada sampel EL ZATTA. Yang menjawab sangat tinggi sebanya 23 responden, tinggi 51 responden, cukup 23 responden. Dan yang menjawab rendah 3 responden, dan sangat rendah 0 responden.

Tabel 4.26

jawaban responden i

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	25	25.0	25.0	27.0
	4	48	48.0	48.0	75.0
	5	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Untuk item pertanyaan kesembilan dari variabel kepuasan konsumen pada sampel EL ZATTA. Yang menjawab sangat tinggi sebanya 25 responden, tinggi 48 responden, cukup 25 responden. Dan yang menjawab rendah 2 responden, dan sangat rendah 0 responden.

Tabel 4.27

jawaban responden j

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	28	28.0	28.0	29.0
	4	44	44.0	44.0	73.0
	5	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Untuk item pertanyaan kesepuluh dari variabel kepuasan konsumen pada sampel EL ZATTA. Yang menjawab sangat tinggi sebanya 27 responden, tinggi 44 responden, cukup 28 responden. Dan yang menjawab rendah 1 responden, dan sangat rendah 0 responden.

Tabel 4.28

jawaban responden k

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	4.0	4.0	4.0
	3	22	22.0	22.0	26.0
	4	51	51.0	51.0	77.0
	5	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Untuk item pertanyaan kesebelas dari variabel kepuasan konsumen pada sampel EL ZATTA. Yang menjawab sangat tinggi sebanya 23 responden, tinggi 51 responden, cukup 22 responden. Dan yang menjawab rendah 4 responden, dan sangat rendah 0 responden.

Tabel 4.29

jawaban responden l

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	4.0	4.0	4.0
	3	26	26.0	26.0	30.0
	4	48	48.0	48.0	78.0
	5	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Untuk item pertanyaan keduabelas dari variabel kepuasan konsumen pada sampel EL ZATTA. Yang menjawab sangat tinggi sebanya 22 responden, tinggi 48 responden, cukup 26 responden. Dan yang menjawab rendah 4 responden, dan sangat rendah 0 responden.

c. Variabel Kualitas Produk (X) sampel ZOYA

Tabel 4.30

jawaban responden a

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	23	23.0	23.0	23.0
	4	45	45.0	45.0	68.0
	5	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Untuk item Seberapa tinggi keawetan bahan hijab dari produk hijab ZOYA. Yang menjawab sangat tinggi sebanyak 32 responden atau (32%), tinggi sebanyak 45 responden (45%), cukup

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebanyak 23 responden atau (23%), sedangkan yang menjawab rendah dan sangat rendah 0 responden (0%).

Tabel 4.31

jawaban responden b

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	30	30.0	30.0	30.0
	4	44	44.0	44.0	74.0
	5	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Untuk item pertanyaan kedua dari variabel kualitas produk pada sampel ZOYA yang menjawab sangat tinggi 26 responden, yang menjawab tinggi 44 responden, menjawab cukup 30 responden. Dan yang menjawab rendah dan sangat rendah 0 responden.

Tabel 4.32

jawaban responden c

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	16	16.0	16.0	17.0
	4	58	58.0	58.0	75.0
	5	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer output SPSS

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk item pertanyaan ketiga dari variabel kualitas produk pada sampel ZOYA yang menjawab sangat tinggi 25 responden, yang menjawab tinggi 58 responden, menjawab cukup 16 responden. Dan yang menjawab rendah 1 responden, dan sangat rendah 0 responden.

Tabel 4.33

jawaban responden d

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	4.0	4.0	4.0
	3	28	28.0	28.0	32.0
	4	46	46.0	46.0	78.0
	5	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer output SPSS

Untuk item pertanyaan keempat dari variabel kualitas produk pada sampel ZOYA yang menjawab sangat tinggi 22 responden, yang menjawab tinggi 46 responden, menjawab cukup 28 responden. Dan yang menjawab rendah 4 responden, dan sangat rendah 0 responden.

Tabel 4.34

jawaban responden e

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	4.0	4.0	4.0
	3	22	22.0	22.0	26.0
	4	48	48.0	48.0	74.0
	5	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Untuk item pertanyaan kelima dari variabel kualitas produk pada sampel ZOYA yang menjawab sangat tinggi 26 responden, yang menjawab tinggi 48 responden, menjawab cukup 22 responden. Dan yang menjawab rendah 4, dan sangat rendah 0 responden.

Tabel 4.35

jawaban responden f

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	29	29.0	29.0	31.0
	4	51	51.0	51.0	82.0
	5	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Untuk item pertanyaan keenam dari variabel kualitas produk pada sampel ZOYA yang menjawab sangat tinggi 18 responden, yang menjawab tinggi 51 responden, menjawab cukup 29 responden. Dan yang menjawab rendah 2, dan sangat rendah 0 responden.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.36

Jawaban responden g

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.0	3.0	3.0
	3	25	25.0	25.0	28.0
	4	47	47.0	47.0	75.0
	5	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Untuk item pertanyaan ketujuh dari variabel kualitas produk pada sampel ZOYA yang menjawab sangat tinggi 25 responden, yang menjawab tinggi 47 responden, menjawab cukup 25 responden. Dan yang menjawab rendah 3 responden, dan sangat rendah 0 responden.

Tabel 4.37

jawaban responden h

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	33	33.0	33.0	34.0
	4	46	46.0	46.0	80.0
	5	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk item pertanyaan kedelapan dari variabel kualitas produk pada sampel ZOYA yang menjawab sangat tinggi 20 responden, yang menjawab tinggi 46 responden, menjawab cukup 33 responden. Dan yang menjawab rendah 1 responden, dan sangat rendah 0 responden.

Tabel 4.38

jawaban responden i

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.0	3.0	3.0
	3	14	14.0	14.0	17.0
	4	59	59.0	59.0	76.0
	5	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Untuk item pertanyaan kesembilan dari variabel kualitas produk pada sampel ZOYA yang menjawab sangat tinggi 24 responden, yang menjawab tinggi 59 responden, menjawab cukup 14 responden. Dan yang menjawab rendah 3 responden, dan sangat rendah 0 responden.

Tabel 4.39

jawaban responden j

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	33	33.0	33.0	33.0

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4	49	49.0	49.0	82.0
5	18	18.0	18.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Untuk item pertanyaan kesepuluh dari variabel kualitas produk pada sampel ZOYA yang menjawab sangat tinggi 18 responden, yang menjawab tinggi 49 responden, menjawab cukup 33 responden. Dan yang menjawab rendah dan sangat rendah 0 responden.

d. Variabel kepuasan konsumen (X) sampel ZOYA

Tabel 4.40

jawaban responden a

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	19	19.0	19.0	20.0
	4	51	51.0	51.0	71.0
	5	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Untuk item pertanyaan pertama dari variabel kepuasan konsumen pada sampel ZOYA. Yang menjawab sangat tinggi sebanyak 29 responden, tinggi 51 responden, cukup 19 responden. Dan yang menjawab rendah 1 responden, dan sangat rendah 0 responden.

Tabel 4.41

jawaban responden b

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	24	24.0	24.0	26.0
	4	42	42.0	42.0	68.0
	5	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Untuk item pertanyaan kedua dari variabel kepuasan konsumen pada sampel ZOYA. Yang menjawab sangat tinggi sebanya 32 responden, tinggi 42 responden, cukup 24 responden. Dan yang menjawab rendah 2 responden, dan sangat rendah 0 responden.

Tabel 4.2

jawaban responden c

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	25	25.0	25.0	27.0
	4	52	52.0	52.0	79.0
	5	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Untuk item pertanyaan ketiga dari variabel kepuasan konsumen pada sampel ZOYA. Yang menjawab sangat tinggi sebanya 21 responden, tinggi 52 responden, cukup 25 responden. Dan yang menjawab rendah 2 responden, dan sangat rendah 0 responden.

Tabel 4.43

jawaban responden d

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	29	29.0	29.0	29.0
	4	42	42.0	42.0	71.0
	5	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Untuk item pertanyaan keempat dari variabel kepuasan konsumen pada sampel ZOYA. Yang menjawab sangat tinggi sebanya 29 responden, tinggi 42 responden, cukup 29 responden. Dan yang menjawab rendah, dan sangat rendah 0 responden.

Tabel 44.44

jawaban responden e

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	8	8.0	8.0	9.0
	3	24	24.0	24.0	33.0
	4	41	41.0	41.0	74.0
	5	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Untuk item pertanyaan keslima dari variabel kepuasan konsumen pada sampel ZOYA. Yang menjawab sangat tinggi sebanyak 26 responden, tinggi 41 responden, cukup 24 responden. Dan yang menjawab rendah 8 responden, dan sangat rendah 1 responden.

Tabel 4.45

jawaban responden f

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	5	5.0	5.0	7.0
	3	22	22.0	22.0	29.0
	4	47	47.0	47.0	76.0
	5	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Untuk item pertanyaan keenam dari variabel kepuasan konsumen pada sampel ZOYA. Yang menjawab sangat tinggi sebanyak 24 responden, tinggi 47 responden, cukup 22 responden. Dan yang menjawab rendah 5 responden, dan sangat rendah 2 responden.

tabel 4.46

jawaban responden g

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	33	33.0	33.0	35.0
	4	41	41.0	41.0	76.0
	5	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Untuk item pertanyaan ketujuh dari variabel kepuasan konsumen pada sampel ZOYA. Yang menjawab sangat tinggi sebanyak 24 responden, tinggi 41 responden, cukup 33 responden. Dan yang menjawab rendah 2 responden, dan sangat rendah 0 responden.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tabel 4.47

jawaban responden h

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	34	34.0	34.0	36.0
	4	43	43.0	43.0	79.0
	5	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Untuk item pertanyaan kedelapan dari variabel kepuasan konsumen pada sampel ZOYA. Yang menjawab sangat tinggi sebanyak 21 responden, tinggi 43 responden, cukup 34 responden. Dan yang menjawab rendah 2 responden, dan sangat rendah 0 responden.

Tabel 4.48

jawaban responden i

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	6	6.0	6.0	7.0
	3	21	21.0	21.0	28.0
	4	45	45.0	45.0	73.0
	5	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Untuk item pertanyaan kesembilan dari variabel kepuasan konsumen pada sampel ZOYA. Yang menjawab sangat tinggi sebanyak 27 responden, tinggi 45 responden, cukup 21 responden.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dan yang menjawab rendah 6 responden, dan sangat rendah 1 responden.

Tabel 4.49

jawaban responden j

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	29	29.0	29.0	29.0
	4	52	52.0	52.0	81.0
	5	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Untuk item pertanyaan kesepuluh dari variabel kepuasan konsumen pada sampel ZOYA. Yang menjawab sangat tinggi sebanyak 19 responden, tinggi 52 responden, cukup 29 responden. Dan yang menjawab rendah 0 responden, dan sangat rendah 0 responden.

Tabel 4.50

jawaban responden k

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	28	28.0	28.0	30.0
	4	51	51.0	51.0	81.0
	5	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Untuk item pertanyaan kesebelas dari variabel kepuasan konsumen pada sampel ZOYA. Yang menjawab sangat tinggi sebanyak 19 responden, tinggi 51 responden, cukup 28 responden.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dan yang menjawab rendah 2 responden, dan sangat rendah 0 responden.

Tabel 4.51

jawaban responden I

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.0	3.0	3.0
	3	31	31.0	31.0	34.0
	4	44	44.0	44.0	78.0
	5	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Untuk item pertanyaan keduabelas dari variabel kepuasan konsumen pada sampel ZOYA. Yang menjawab sangat tinggi sebanyak 22 responden, tinggi 44 responden, cukup 31 responden. Dan yang menjawab rendah 3 responden, dan sangat rendah 0 responden.

3. Uji Validitas Instrumen Penelitian

a. Dalam variabel kualitas produk dari sampel EL ZATTA, terdapat 10 item pertanyaan, berikut hasil validasi pernyataan tersebut:

Tabel 4.

Validitas variabel X, dari sampel EL ZATTA

Tabel 4.52

No	Variabel	(r hitung)	r tabel	Keterangan
1	X.1.1	.426	0.195	Valid
2	X.1.2	.550	0.195	Valid
3	X.1.3	.360	0.195	Valid
4	X.1.4	.329	0.195	Valid
5	X.2.1	.344	0.195	Valid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6	X.2.2	.425	0.195	Valid
7	X.2.3	.613	0.195	Valid
8	X.3.1	.290	0.195	Valid
9	X.3.2	.383	0.195	Valid
10	X.3.3	.252	0.195	Valid

Semua item dalam variabel Kualitas produk dari sampel EL ZATTA dinyatakan valid karena nilai r hitung lebih besar daripada r tabel.

b. Variabel kepuasan konsumen dari sampel EL ZATTA, terdapat 12 item pernyataan, berikut hasil validasi pernyataan

Tabel 4.53

No	Variabel	(r hitung)	r tabel	keterangan
1	Y.1.1	.548	0.195	Valid
2	Y.1.2	.549	0.195	Valid
3	Y.1.3	.418	0.195	Valid
4	Y.1.4	.261	0.195	Valid
5	Y.1.5	.611	0.195	Valid
6	Y.1.6	.550	0.195	Valid
7	Y.2.1	.562	0.195	Valid
8	Y.2.2	.387	0.195	Valid
9	Y.2.3	.429	0.195	Valid
10	Y.3.1	.583	0.195	Valid
11	Y.3.2	.586	0.195	Valid
12	Y.3.3	.372	0.195	Valid

Semua item dalam variabel kepuasan konsumen sampel EL ZATTA dinytakan valid karena r hitung lebih besar dari pada r tabel.

c. Variabel kualitas produk sampel ZOYA

Tabel 4.54

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

No	Variabel	(r hitung)	r tabel	Keterangan
1	X.1.1	.588	0.195	Valid
2	X.1.2	.694	0.195	Valid
3	X.1.3	.535	0.195	Valid
4	X.1.4	.524	0.195	Valid
5	X.2.1	.581	0.195	Valid
6	X.2.2	.485	0.195	Valid
7	X.2.3	.415	0.195	Valid
8	X.3.1	.307	0.195	Valid
9	X.3.2	.503	0.195	Valid
10	X.3.3	.546	0.195	Valid

Semua item dalam variabel Kualitas produk dari sampel EL ZATTA dinyatakan valid karena nilai r hitung lebih besar daripada r tabel.

d. Variabel kepuasan konsumen sampel ZOYA

Tabel 4.55

No	Variabel	(r hitung)	r tabel	Keterangan
1	Y.1.1	.947	0.195	Valid
2	Y.1.2	.750	0.195	Valid
3	Y.1.3	.489	0.195	Valid
4	Y.1.4	.472	0.195	Valid
5	Y.1.5	.947	0.195	Valid
6	Y.1.6	.934	0.195	Valid
7	Y.2.1	.934	0.195	Valid
8	Y.2.2	.651	0.195	Valid
9	Y.2.3	.651	0.195	Valid
10	Y.3.1	.947	0.195	Valid
11	Y.3.2	.852	0.195	Valid
12	Y.3.3	.484	0.195	Valid

Semua item dalam variabel kepuasan konsumen sampel EL ZATTA dinytakan valid karena r hitung lebih besar dari pada r tabel.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Uji Reabilitas Instrumen Penelitian

a. Variabel kualitas produk sampel EL ZATTA

Tabel 4.56

Reliability Statistiks

Cronbach's Alpha	N of Items
.695	10

Nilai cronbachs Apla dalam tabel 4.56 adalah 0.695 > 0.60 jadi seluruh item pernyataan tentang kualitas produk dan berdasarkan tabel kriteria indeks reabilitas diatas kendalanya tergolong cukup reliabel.

b. Variabel kepuasan konsumen sampel EL ZATTA

Tabel 4.57

Reliability Statistiks

Cronbach's Alpha	N of Items
.713	12

Nilai cronbachs Apla dalam tabel 4.57 adalah 0.713 > 0.60 jadi seluruh item pernyataan tentang kualitas produk dan berdasarkan tabel kriteria indeks reabilitas diatas kendalanya tergolong reliabel.

c. Variabel kualitas produk ZOYA

Tabel 4.58

Reliability Statistiks

Cronbach's Alpha	N of Items
.695	10

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Nilai cronbachs Apla dalam tabel 4.58 adalah 0.695 > 0.60 jadi seluruh item pernyataan tentang kualitas produk dan berdasarkan tabel kriteria indeks reabilitas diatas kendalanya tergolong cukup reliabel.

d. Variabel kepuasan konsumen ZOYA

Tabel 4.59

Reliability Statistiks

Cronbach's Alpha	N of Items
.616	12

Nilai cronbachs Apla dalam tabel 4.59 adalah 0.616 > 0.60 jadi seluruh item pernyataan tentang kualitas produk dan berdasarkan tabel kriteria indeks reabilitas diatas kendalanya tergolong cukup reliabel.

C. Pengujian Hipotesis

1. Uji T test

Dalam penelitian ini menggunakan Independent Sample T Test. Uji ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan rata-rata antara dua kelompok sampel yang tidak berhubungan. Hasil uji dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 4.60

Group Statistiks

	Sampel	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Kepuasan	EL ZATTA	100	47.73	4.492	.449
	ZOYA	100	46.96	4.197	.420

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada tabel diatas menunjukkan perbedaan mean kepuasan konsumen yang diperoleh antara produk hijab EL ZATTA dan produk hijab ZOYA. Rata-rata kepuasan konsumen hijab EL ZATTA adalah 47.73 dan hijab ZOYA adalah 46.96.

Tabel 4.61

Independent Samples Test

			Kepuasan	
			Equal variances assumed	Equal variances not assumed
Levene's Test for Equality of Variances	F		.026	
	Sig.		.871	
t-test for Equality of Means	T		1.253	1.253
	Df		198	197.093
	Sig. (2-tailed)		.212	.212
	Mean Difference		.770	.770
	Std. Error Difference		.615	.615
	95% Confidence Interval of the Difference	Lower	-.442	-.442
		Upper	1.982	1.982

a. Menentukan hipotesis

Ho : Tidak terdapat perbedaan yang signifikan dalam kepuasan konsumen hijab EL ZATTA dan hijab ZOYA.

Ha : Terdapat perbedaan yang signifikan dalam kepuasan konsumen hijab EL ZATTA dan hijab ZOYA

b. Menentukan tingkat signifikansi

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan tingkat signifikansi a = 5%.

c. Menentukan T hitung

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari tabel di atas didapat nilai t hitung adalah 1,253

d. Menentukan t tabel

Tabel distribusi T dicari pada a = 5% (uji dua sisi)

(df) = n-2 atau 100-2=98. Dengan pengujian dua sisi signifikansi 5% hasil diperoleh untuk T Tabel sebesar 1,984.

e. Kriteria pengujian

Ho diterima jika –t tabel ≤ t hitung ≤ t tabel

Ho ditolak jika –t hitung < -t tabel atau t hitung > t tabel

Berdasarkan probabilitas:

Ho diterima jika P value > 0,05

Ho ditolak jika P value < 0,05

f. Membandingkan T Hitung dengan T Tabel dan probabilitas

Nilai t hitung > t tabel 1,253 < 1,984) dan P value (0,212 > 0,05) maka Ho diterima.

g. Kesimpulan

Oleh karena nilai T Hitung < T Tabel (1,253 < 1,984) dan P value (0,212 > 0,05) maka Ho diterima. Artinya tidak terdapat perbedaan yang signifikan dalam kepuasan hijab EL ZATTA dan hijab ZOYA. Pada tabel group statistiks terlihat rata-rata *(mean)* untuk hijab EL ZATTA adalah 47,73 dan untuk hijab ZOYA 46,96. Artinya bahwa rata-rata kepuasan konsumen hijab EL ZATTA lebih tinggi dari pada hijab ZOYA.

Tabel 4.62

Group Statistiks

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	Sampel	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Kualitas	EL ZATTA	100	40.54	3.043	.304
	ZOYA	100	39.47	3.852	.385

Pada tabel diatas menunjukkan perbedaan mean kualitas produk yang diperoleh antara produk hijab EL ZATTA dan produk hijab ZOYA. Rata-rata kualitas produk hijab EL ZATTA adalah 40.54 dan hijab ZOYA adalah 39.47

Tabel 4.63

Independent Samples Test

			Kualitas	
			Equal variances assumed	Equal variances not assumed
Levene's Test for Equality of Variances	F		4.626	
	Sig.		.033	
t-test for Equality of Means	T		2.180	2.180
	Df		198	187.936
	Sig. (2-tailed)		.030	.031
	Mean Difference		1.070	1.070
	Std. Error Difference		.491	.491
	95% Confidence Interval of the Difference	Lower	.102	.102
		Upper	2.038	2.038

h. Menentukan hipotesis

Ho : Tidak terdapat perbedaan yang signifikan dalam Kualitas produk hijab EL ZATTA dan hijab ZOYA.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ha : Terdapat perbedaan yang signifikan dalam kualitas produk hijab EL ZATTA dan hijab ZOYA

i. Menentukan tingkat signifikansi

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan tingkat signifikansi a = 5%.

j. Menentukan T hitung

Dari tabel di atas didapat nilai t hitung adalah 2,180

k. Menentukan t tabel

Tabel distribusi T dicari pada a = 5% (uji dua sisi)

(df) = n-2 atau 100-2=98. Dengan pengujian dua sisi signifikansi 5% hasil diperoleh untuk T Tabel sebesar 2,180.

l. Kriteria pengujian

Ho diterima jika –t tabel ≤ t hitung ≤ t tabel

Ho ditolak jika –t hitung < -t tabel atau t hitung > t tabel

Berdasarkan probabilitas:

Ho diterima jika P value > 0,05

Ho ditolak jika P value < 0,05

m. Membandingkan T Hitung dengan T Tabel dan probabilitas

Nilai t hitung > t tabel 2,180 > 1,984) dan P value (0,33 > 0,05) maka Ho diterima.

n. Kesimpulan

Oleh karena nilai T Hitung > T Tabel (2,180 > 1,984) dan P value (0,033 < 0,05) maka Ho ditolak. Artinya terdapat perbedaan yang signifikan dalam kualitas hijab EL ZATTA dan hijab ZOYA. Pada tabel

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

group statistiks terlihat rata-rata *(mean)* untuk hijab EL ZATTA adalah 40,54 dan untuk hijab ZOYA 39,47. Artinya bahwa rata-rata kualitas produk hijab EL ZATTA lebih tinggi dari pada hijab ZOYA.

D. Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data)

Berdasarkan hasil penguji secara statistik yang dilakukan oleh peneliti, berikut analisanya:

1. Adakah perbedaan kepuasan konsumen hijab pada EL ZATTA dan hijab ZOYA. Hasil pengujian dengan menggunakan T Test, terbukti bahwa variabel kepuasan konsumen terhadap hijab EL ZATTA dan ZOYA menunjukkan tidak terdapat perbedaan yang signifikan. Hal ini dibuktikan dengan nilai T Hitung < T Tabel (1,253 < 1,984) dan P value (0,212 > 0,05) maka Ho diterima. Artinya Tidak terdapat perbedaan yang signifikan dalam kepuasan konsumen produk hijab EL ZATTA dan hijab ZOYA. Hal ini berarti tidak ada perbedaan kepuasan konsumen antara hijab EL ZATTA dan ZOYA. sama-sama puas dengan produk hijab nya.

   Menurut kotler kepuasan pelanggan merupakan hasil yang diperoleh oleh pelanggan yang telah memiliki produk atau jasa dan produk atau jasa tersebut mampu memenuhi semua harapannya.[66] Sesuai dengan item variabel kepuasan. Seberapa tinggi rasa puas anda setelah membeli produk hijab EL

[66] Supranto M.A, 1997, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar,* Jakarta, PT.Renika Cipta, hal 31

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ZATTA. Konsumen EL ZATTA menjawab sangat tinggi sebanyak 26 responden dan tinggi sebanyak 47 responden. Sedangkan konsumen ZOYA menjawab sangat tinggi sebanyak 29 responden, dan menjawab tinggi 51 responden dari 100 responden. Mereka merasa puas setelah memiliki produk tersebut karena merasa mampu memenuhi semua harapannya.

2. Adakah perbedaan kualitas produk hijab pada EL ZATTA dan hijab ZOYA? Hasil pengujian dengan menggunakan T Test, terbukti bahwa variabel kualitas terhadap produk hijab EL ZATTA dan ZOYA menunjukkan tidak terdapat perbedaan yang signifikan. Oleh karena nilai T Hitung > T Tabel (2,180 > 1,984) dan P value (0,033 < 0,05) maka Ho ditolak. Artinya terdapat perbedaan yang signifikan dalam kualitas hijab EL ZATTA dan hijab ZOYA. Terdapat perbedaan yang signifikan dalam kualitas produk hijab EL ZATTA dan hijab ZOYA. Hal ini berarti ada perbedaan kualitas produk antara hijab EL ZATTA dan ZOYA.

Ketahanan atau daya tahan (durability). Ukuran ketahanan sautu produk meliputi segi ekonomis mmaupun teknis.[67] Sesuai dengan item variabel kualitas produk seberapa tinggi keawetan bahan hijab dari produk ZOYA maupun EL ZATTA. Konsumen EL ZATTA menjawab sangat tinggi sebanyak 30 responden, tinggi 50 responden. Sedangkan konsumen ZOYA menjawab sangat tinggi sebanyak 32 responden dan tinggi 45 responden. Penilaian konsumen hijab EL ZATTA dan hijab ZOYA dalam kualitas produk sangat tinggi karena keawetan bahan yang digunakan produk hijab

[67] Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta, hal. 17

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

EL ZATTA lebih tinggi dari pada hijab ZOYA. Tetapi perbedaan tersebut tidak terlalu jauh mengingat rata-rata dari kualitas produk hijab EL ZATTA 40.54 dan hijab ZOYA 39.47.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id