BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah dan Profil Istiqomah Aqiqah

Istiqomah Aqiqah adalah unit usaha dari yayasan Dompet Amanah Umat (DAU) yang umumnya didirikan untuk memberikan manfaat bagi pengembangan dakwah dan perekonomian masyarakat sekitar tempat usaha. Sementara itu, secara khusus sebagai unit usaha Panti Asuhan Istiqomah yang produktif.

Perkembangan layanan Istiqomah Aqiqah tidak dapat lepas dari Panti Asuhan Istiqomah sebagai lembaga sosial yang membina anak yatim dan menyantuni kaum dhuafa. Sebagai unit usaha yang mempunyai misi strategis untuk pemberdayaan ekonomi masyarakat, pengelolaan layanan Aqiqah Istiqomah sepatutnya dikelola secara profesional dengan mengedepankan kemaslahatan bersama.

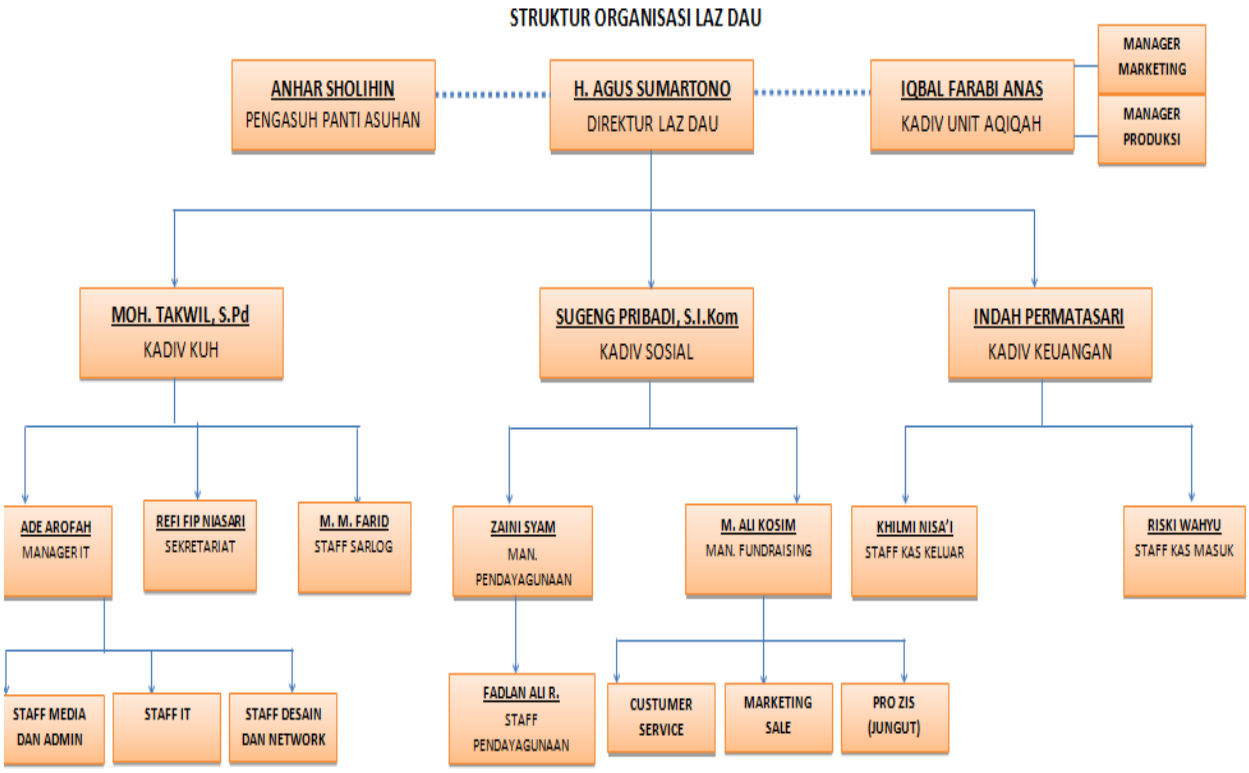
Meskipun secara historis layanan Aqiqah Istiqomah memiliki keterkaitan terhadap yayasan dan lembaga sosial, tetapi tetap dikelola secara profesional dan terpisah dengan lembaga sosial. Manajerial layanan Aqiqah Istiqomah senantiasa berjalan efektif dan terus berkembang untuk melayani kebutuhan jasa aqiqah dan tasyakuran masyarakat.[107]

[107] Sumber : Dokumentasi Profil Sejarah LAZ DAU dan Istiqomah Aqiqah

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. Struktur Istiqomah Aqiqah

Sumber :Dokumentasi Struktur Istiqomah Aqiqah



Gambar 4.1 Stukrur Istiqomah Aqiqah

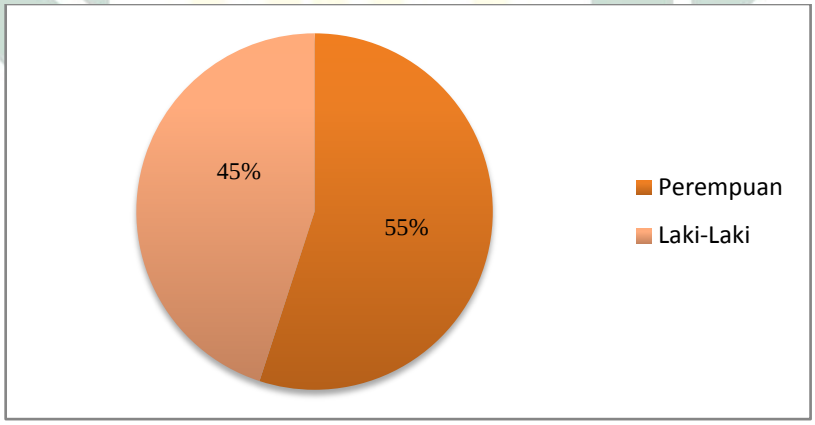
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Penyajian Data

1. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa atau mengkonsumsi produk Istiqomah Aqiqah. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 160 orang yang ditemui oleh peneliti pada saat penelitian langsung di Istiqomah Aqiqah Sidoarjo. Terdapat karakteristik responden yang dimasukkan dalam penelitian yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, penghasilan dan informasi mengenai Istiqomah Aqiqah. Berikut ini data responden berdasarkan jenis kelamin.

Gambar 4.2
Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber : Data Diolah

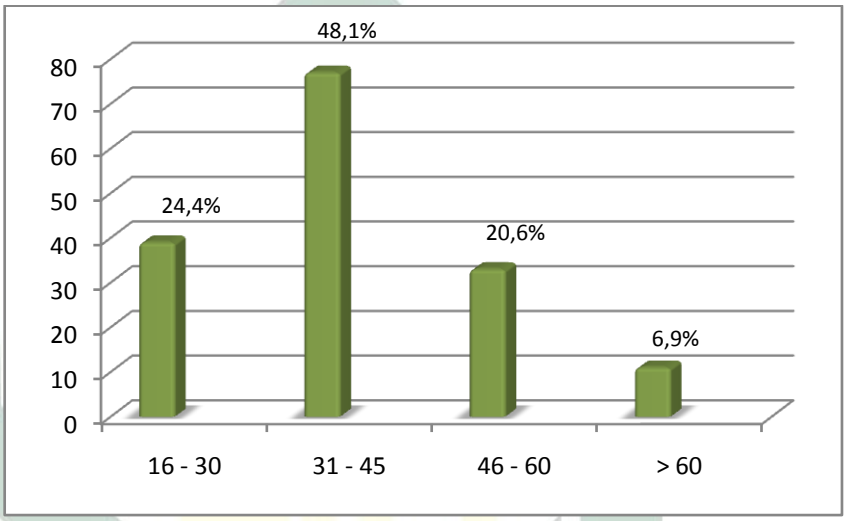
Dari diagram diatas karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang paling mendominasi adalah perempuan. Hal ini dapat dilihat jumlah jenis kelamin perempuan sebesar 88 orang dari 160 responden yang jika persentase menjadi 55%. Kemudian jenis kelamin laki-laki

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 72 orang dari 160 responden yang jika di persentase menjadi 45%.

Pada tabel dibawah ini menunjukkan data responden berdasarkan usia:

Grafik4.1
Data Responden Berdasarkan Usia



Sumber : Data Diolah

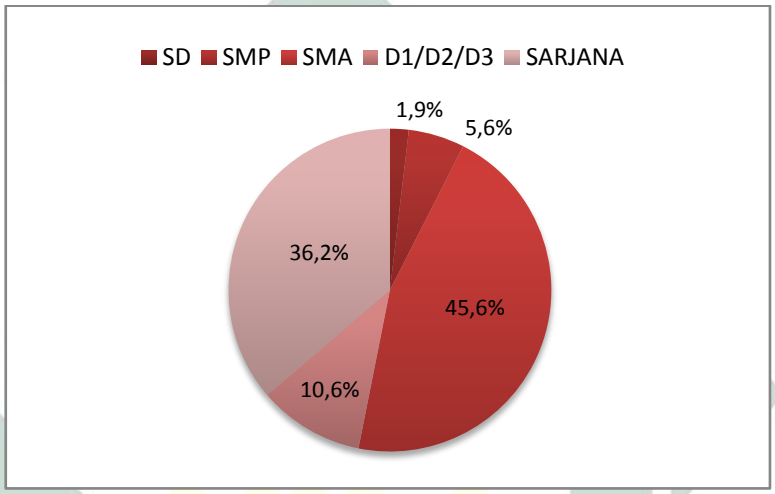
Dari diagram diatas karakteristik responden berdasarkan usia yang paling mendominasi adalah usia 31-45 tahun. Data yang diperoleh pada usia 31-45 tahun sebanyak 77 orang dari 160 responden, sehingga persentase yang diperoleh sebanyak 48,1%. Kemudian pada usia 16-30 tahun data yang diperoleh sebanyak 39 orang dari 160 responden, sehingga persentase yang diperoleh sebanyak 24,4%. Kemudian pada usia 46-60 tahun data yang diperoleh sebanyak 33 orang dari 160 responden, sehingga persentase yang diperoleh sebanyak 20,6%. Kemudian pada usia >60 tahun data yang diperoleh sebanyak 11 orang dari 160 responden, sehingga persentase yang diperoleh sebanyak 6,9%. Kemudian pada usia 0-15 tahun

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

dapat diketahui bahwa tidak ada satupun responden yang menjawab usia tersebut.

Pada tabel dibawah ini menunjukkan data responden berdasarkan pendidikan.

Gambar 4.3
Data Responden Berdasarkan Pendidikan



Sumber : Data Diolah

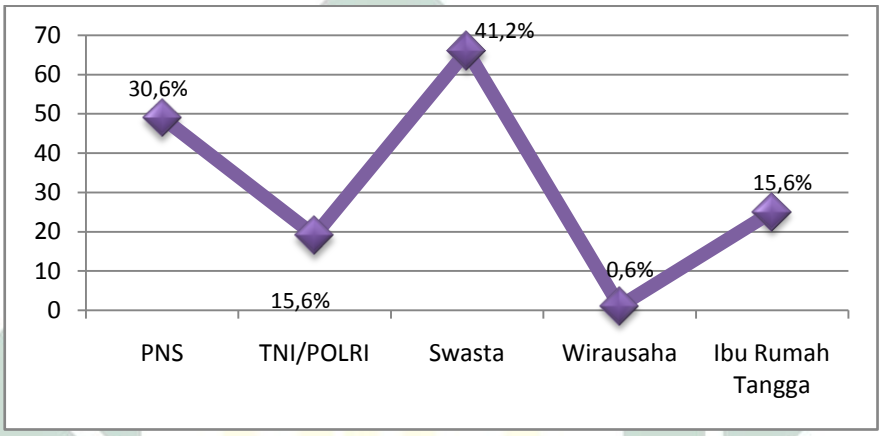
Dari diagram diatas karakteristik responden berdasarkan pendidikan yang paling mendominasi adalah responden yang berpendidikan SMA dengan jumlah data yang diperoleh sebanyak 73 orang dari 160 responden, sehingga persentasenya sebanyak 45,6%. Kemudian pada pendidikan sarjana data yang diperoleh sebanyak 58 orang dari 160 responden, sehingga persentasenya sebanyak 36,2%. Kemudian pada pendidikan D1/D2/D3 data yang diperoleh sebanyak 17 orang dari 160 responden, sehingga persentasenya sebanyak 10,6%. Kemudian pada pendidikan SMP data yang diperoleh sebanyak 9 orang dari 160 responden, sehingga persentasenya sebanyak 5,6%. Kemudian pada

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

pendidikan SD data yang diperoleh sebanyak 3 orang dari 160 responden, sehingga persentasenya sebanyak 1,9%.

Pada tabel dibawah ini menunjukkan data responden berdasarkan pekerjaan.

Grafik 4.2
Data Responden Berdasarkan Pekerjaan



Sumber : Data Diolah

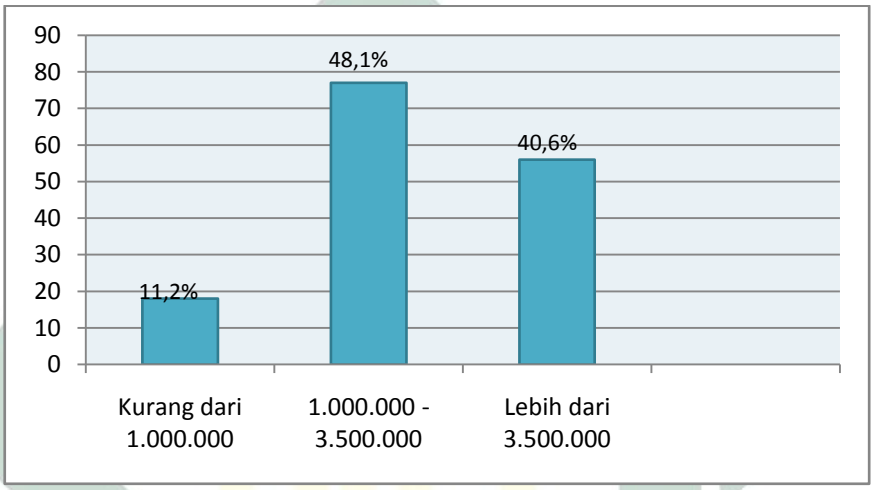
Dari diagram diatas karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yang paling mendominasi adalah swasta dengan jumlah data yang diperoleh sebanyak 66 orang dari 160 responden, sehingga persentasenya sebanyak 41,2%. Kemudian pada PNS yang diperoleh sebanyak 49 orang dari 160 responden, sehingga persentasenya sebanyak 30,6%. Kemudian pada ibu rumah tangga data yang diperoleh sebanyak 25 orang dari 160 responden, sehingga persentasenya sebanyak 15,6%. Kemudian pada TNI/POLRI data yang diperoleh sebanyak 19 orang dari 160 responden, sehingga persentasenya sebanyak 15,6%. Kemudian pada wirausaha data yang diperoleh sebanyak 1 orang dari 160 responden, sehingga

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

persentasenya sebanyak 0,6%. Kemudian pada pelajar/mahasiswa data yang dapat diketahui bahwa tidak seorangpun yang menjawab tersebut.

Pada tabel dibawah ini menunjukkan data responden berdasarkan pekerjaan.

Grafik 4.3
Data Responden Berdasarkan Penghasilan



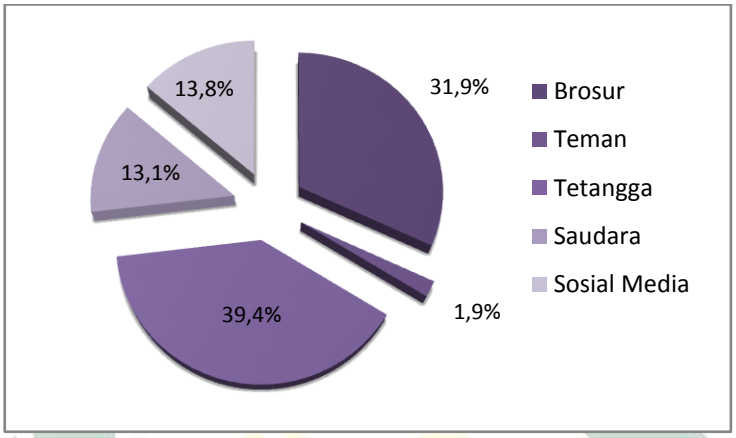
Sumber : Data Diolah

Dari diagram diatas karakteristik responden berdasarkan penghasilan yang paling mendominasi adalah penghasilan 1.000.000 – 3.500.000. Data yang diperoleh pada penghasilan 1.000.000 – 3.500.000 sebanyak 77 orang dari 160 responden, sehingga persentase yang diperoleh sebanyak 48,1%. Kemudian pada penghasilan lebih dari 3.500.000 data yang diperoleh sebanyak 65 orang dari 160 responden, sehingga persentase yang diperoleh sebanyak 40,6%. Kemudian pada penghasilan kurang dari 1.000.000,- data yang diperoleh sebanyak 18 orang dari 160 responden, sehingga persentase yang diperoleh sebanyak 11,2%.

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 dibawah ini menunjukkan data responden berdasarkan informasi pelanggan.

Gambar 4.4
Data Responden Berdasarkan Informasi



Sumber : Data Diolah

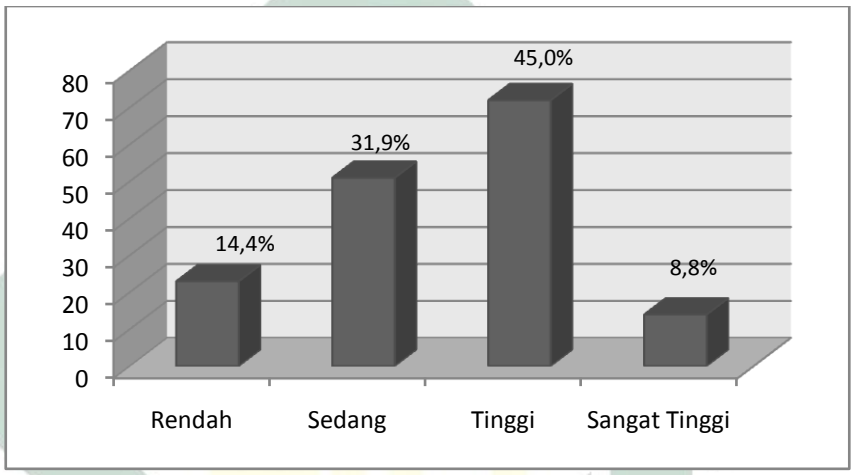
Dari diagram diatas karakteristik responden berdasarkan informasi yang paling mendominasi adalah dari tetangga dengan jumlah data yang diperoleh sebanyak 63 orang dari 160 responden, sehingga persentasenya sebanyak 39,4%. Kemudian dari brosur data yang diperoleh sebanyak 51 orang dari 160 responden, sehingga persentasenya sebanyak 31,9%. Kemudian dari sosial media data yang diperoleh sebanyak 22 orang dari 160 responden, sehingga persentasenya sebanyak 13,8%. Kemudian dari saudara data yang diperoleh sebanyak 21 orang dari 160 responden, sehingga persentasenya sebanyak 13,1%. Kemudian dari teman data yang diperoleh sebanyak 3 orang dari 160 responden, sehingga persentasenya sebanyak 1,9%.

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. Penyajian Data Tentang Kualitas Produk

Pada varaiabel kualitas produk terdapat enam indikator dan delapan pertanyaan. Masing-masing pertanyaan akan dihitung skor dari hasil jawaban responden. Berikut ini hasil dari variabel kualitas produk.

Grafik 4.4
Indikator Kinerja Produk (Tingkat Kematangan Masakan Sate/Krengsengan)

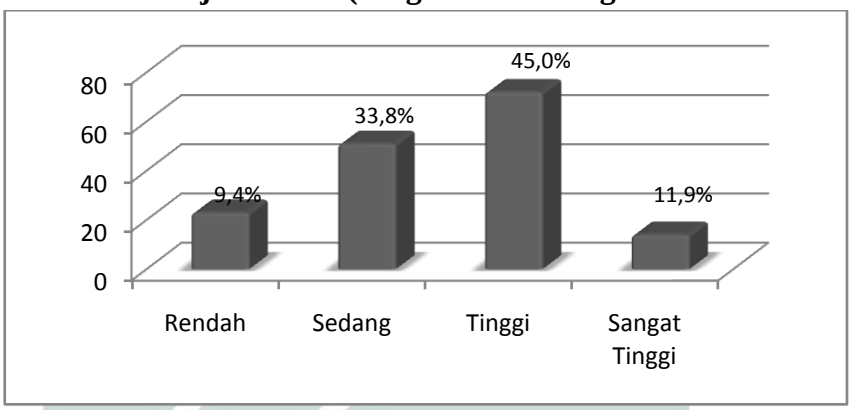


Sumber : Data Diolah Spss 16

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap tingkat kematangan masakan sate/krengesengan Istiqomah Aqiqah terbilang tinggi dengan jumlah 71 responden atau 45,0%. Jawaban sedang sebanyak 51 responden atau 31,9%, kemudian jawaban rendah sebanyak 23 responden atau 14,4%. Jawaban sangat tinggi sebanyak 14 responden atau 8,8%, sedangkan jawaban sangat rendah dapat diketahui bahwa tidak ada satupun responden yang memilih jawaban tersebut.

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

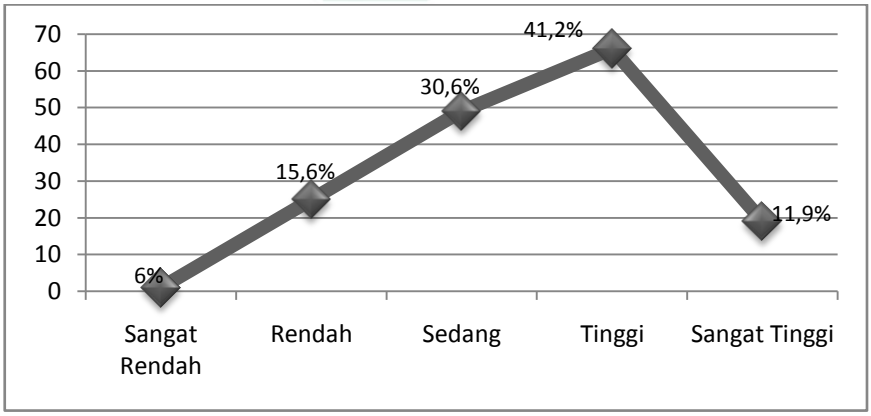
Gambar 4.5
Indikator Kinerja Produk (Tingkat Kematangan Masakan Gule)



Sumber : Data Diolah Spss 16

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap tingkat kematangan masakan gule Istiqomah Aqiqah terbilang tinggi dengan jumlah 72 responden atau 45,0%. Jawaban sedang sebanyak 54 responden atau 33,8%, kemudian jawaban rendah sebanyak 15 reponden atau 9,4%. Jawaban sangat tinggi sebanyak 19 responden atau 11,9%. Sedangkan jawaban sangat rendah dapat diketahui bahwa tidak ada satupun responden yang memilih jawaban tersebut.

Grafik 4.6
Indikator Kehandalan (Kesesuaian Kualitas Rasa Sate/Krengsengan)

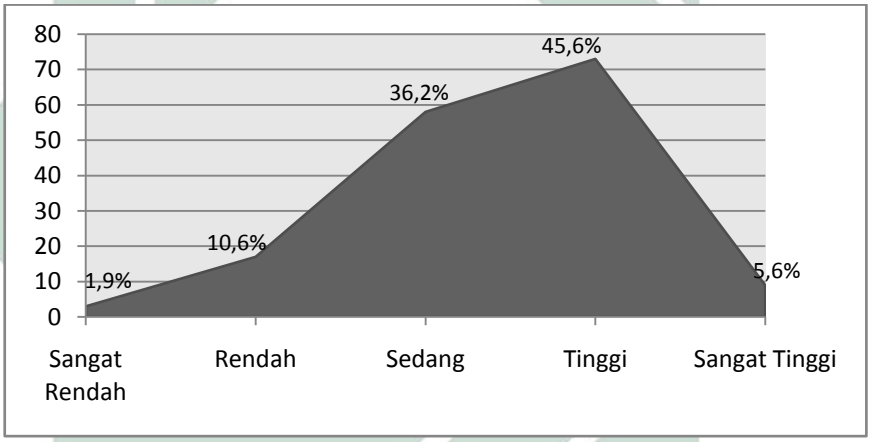


Sumber : Data Diolah Spss 16

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

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap kesesuaian kualitas rasa sate/krengsengan Istiqomah Aqiqah terbilang tinggi dengan jumlah 66 responden atau 41,2%. Jawaban sedang sebanyak 49 responden atau 30,6%, kemudian jawaban rendah sebanyak 25 responden atau 15,6%. Jawaban sangat tinggi sebanyak 19 responden atau 11,9%, sedangkan jawaban sangat rendah dapat diketahui bahwa terdapat 1 responden atau 0,6%.

Gambar 4.5
Indikator Kehandalan (Kesesuaian Kualitas Rasa Gule)

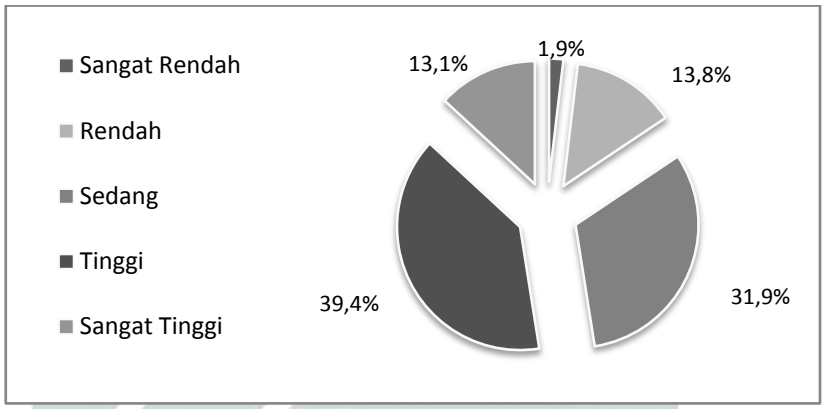


Sumber : Data Diolah Spss 16

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap kesesuaian kualitas gule Istiqomah Aqiqah terbilang tinggi dengan jumlah 73 responden atau 45,6%. Jawaban sedang sebanyak 58 responden atau 36,2%, kemudian jawaban rendah sebanyak 17 responden atau 10,6%. Jawaban tinggi sebanyak 9 responden atau 5,6%, sedangkan jawaban sangat rendah dapat diketahui bahwa 3 responden yang memilih jawaban tersebut atau 1,9%.

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

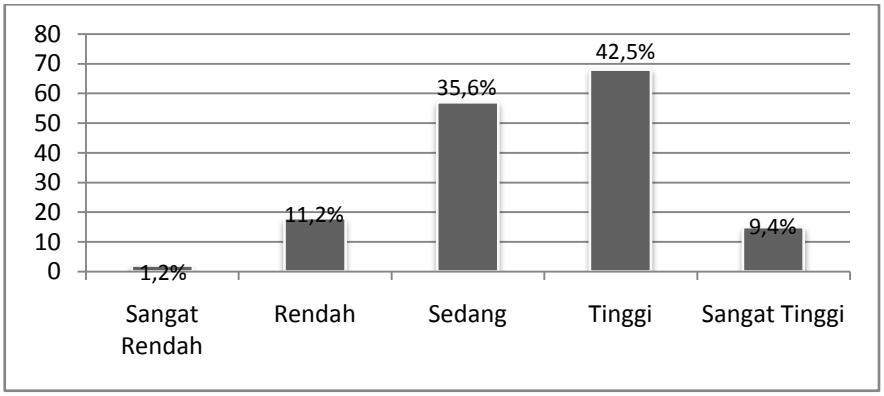
Gambar 4.6
Indikator Fitur (Ketertarikan Tambahan Acar, Jeruk Nipis dan Sambal)



Sumber : Data Diolah Spss 16

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap ketertarikan tambahan acar, jeruk nipis dan sambal terbilang tinggi dengan jumlah 63 responden atau 39,4%. Jawaban sedang sebanyak 51 responden atau 31,9%, kemudian jawaban rendah sebanyak 22 responden atau 13,8%. Jawaban sangat tinggi sebanyak 21 responden atau 13,1%, sedangkan jawaban sangat rendah dapat diketahui bahwa 3 responden yang memilih jawaban tersebut atau 1,9%.

Grafik 4.7
Indikator Keawetan (Ketahanan Sate/Krengsengan Dari Waktu Pemesanan)

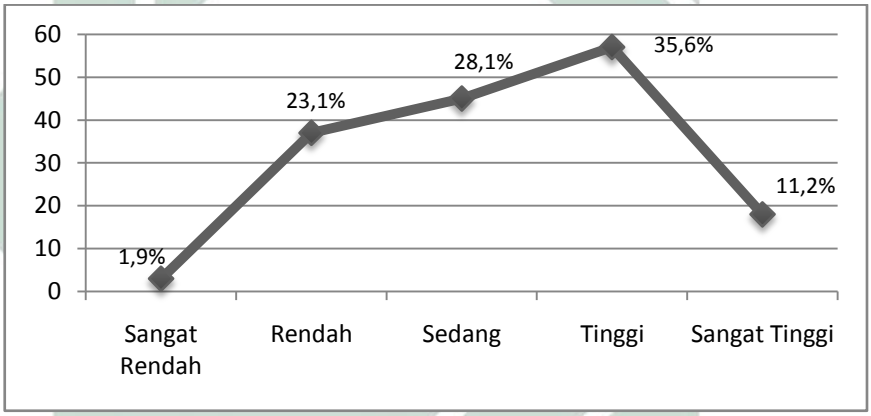


Sumber : Data Diolah Spss 16

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

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap ketahanan sate/krengsengan dari waktu pemesanan terbilang tinggi dengan jumlah 68 responden atau 42,5%. Jawaban sedang sebanyak 57 responden atau 35,6%, kemudian jawaban rendah sebanyak 28 responden atau 11,2%. Jawaban sangat tinggi sebanyak 15 responden atau 9,4% dan jawaban sangat rendah sebanyak 2 responden atau 1,2%.

Grafik 4.8
Indikator Kemantapan Suatu Produk (Kelembutan Tekstur Sate/Krengsengan)

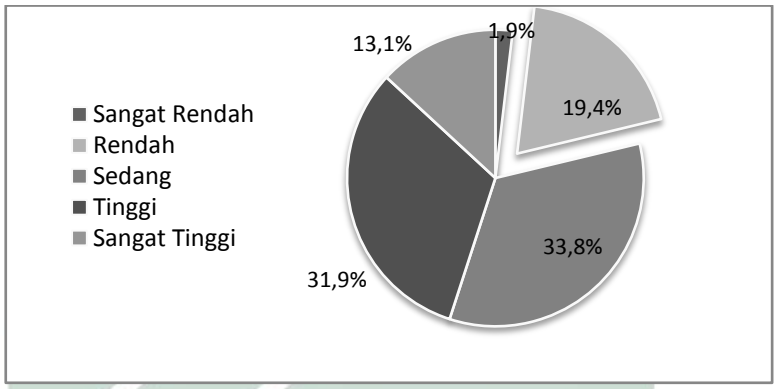


Sumber : Data Diolah Spss 16

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap kelembutan tekstur daging sate/krengsengan Istiqomah Aqiqah terbilang tinggi dengan jumlah 57 responden atau 35,6%. Jawaban sedang sebanyak 45 responden atau 28,1%, kemudian jawaban rendah sebanyak 37 responden atau 23,1%. Jawaban sangat tinggi sebanyak 11 responden atau 11,2%, sedangkan jawaban sangat rendah dapat diketahui bahwa terdapat 3 responden yang memilih jawaban tersebut atau 1,9%.

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 4.7
Indikator Kemasan (Ketertarikan Pengemasan Produk Istiqomah Aqiqah)



Sumber : Data Diolah Spss 16

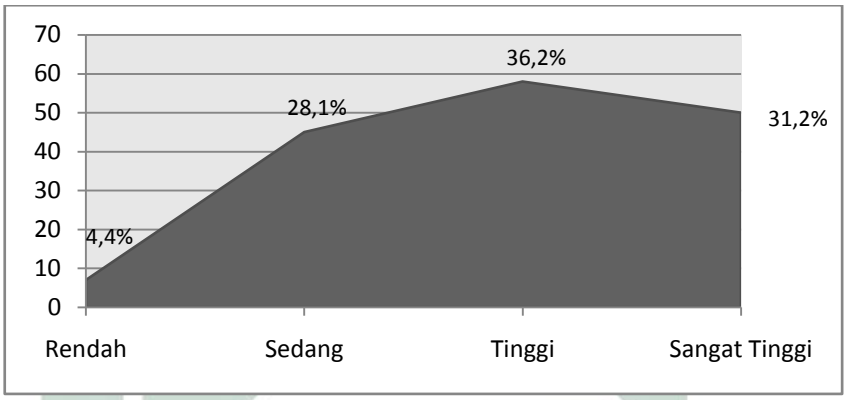
Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap pengemasan produk Istiqomah Aqiqah terbilang sedang dengan jumlah 54 responden atau 33,8%. Jawaban tinggi sebanyak 51 responden atau 31,9%, kemudian jawaban rendah sebanyak 31 responden atau 19,4%. Jawaban sangat tinggi sebanyak 21 responden atau 13,1%, sedangkan jawaban sangat rendah dapat diketahui bahwa terdapat 3 responden yang memilih jawaban tersebut atau 1,9%.

3. Penyajian Data Tentang Persepsi Harga

Pada varaiabel kualitas produk terdapat empat indikator dan enam pertanyaan. Masing-masing pertanyaan akan dihitung skor dari hasil jawaban responden. Berikut ini hasil dari variabel kualitas produk.

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

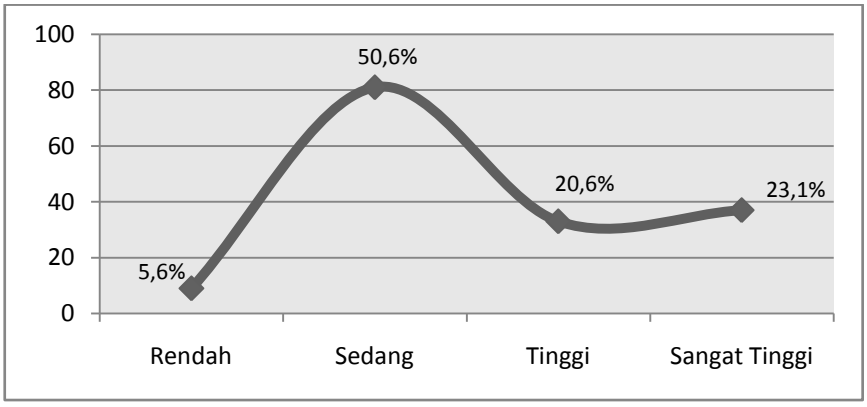
Gambar 4.8
Indikator Harga Daya Beli (Keterjangkauan Harga Produk Istiqomah Aqiqah)



Sumber : Data Diolah Spss 16

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap keterjangkauan harga produk Istiqomah Aqiqah terbilang tinggi dengan jumlah 58 responden atau 36,2%. Jawaban sangat tinggi sebanyak 50 responden atau 31,2%. Jawaban sedang sebanyak 45 responden atau 28,1%, sedangkan jawaban rendah sebanyak 7 responden atau 4,4% dan jawaban sangat rendah dapat diketahui bahwa tidak ada satupun responden yang memilih jawaban tersebut.

Grafik 4.9
Indikator Daya Beli (Kesesuaian Harga Dengan Kebutuhan)

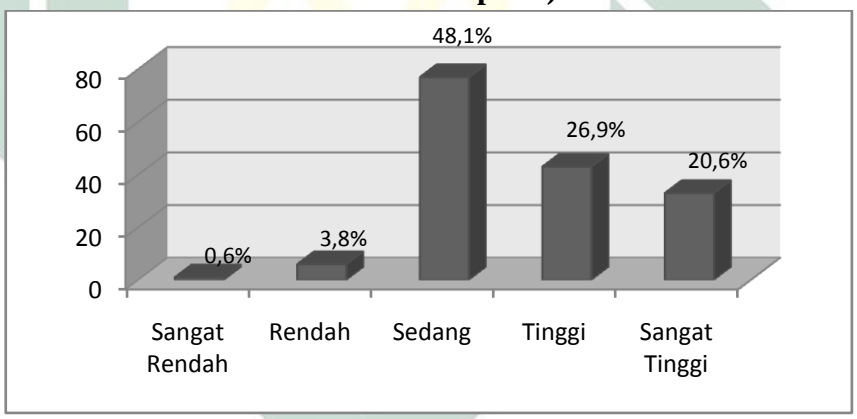


Sumber : Data Diolah Spss 16

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

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap kesesuaian harga dengan kebutuhan dan keinginan konsumen terbilang sedang dengan jumlah 81 responden atau 50,6%. Jawaban sangat tinggi sebanyak 37 responden atau 23,1%, kemudian jawaban tinggi sebanyak 33 responden atau 20,6%. Jawaban rendah sebanyak 9 responden atau 5,6%, sedangkan jawaban sangat rendah dapat diketahui bahwa tidak ada satupun responden yang memilih jawaban tersebut.

Grafik 4.10
Indikator Gaya Hidup (Ketersediaan Membeli Dengan Harga Yang Sudah Ditetapkan)

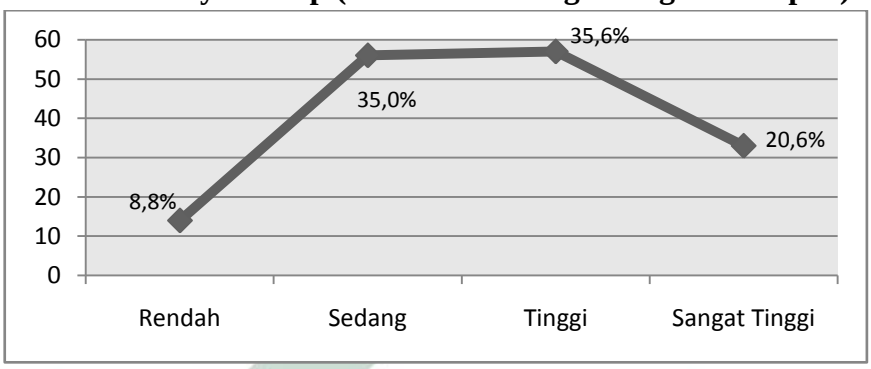


Sumber : Data Diolah Spss 16

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap ketersediaan membeli dengan harga yang sudah ditetapkan terbilang sedang dengan jumlah 77 responden atau 48,1%. Jawaban tinggi sebanyak 43 responden atau 26,9%, kemudian jawaban sangat tinggi sebanyak 33 responden atau 20,6%. Jawaban rendah sebanyak 6 responden atau 3,8%, sedangkan jawaban sangat rendah dapat diketahui terdapat 1 responden yang memilih jawaban tersebut atau 0,6%.

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

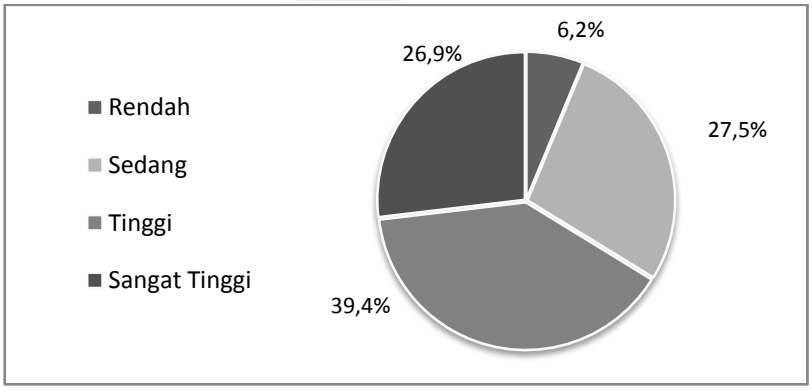
Grafik 4.11
Indikator Gaya Hidup (Kesesuaian Harga Dengan Harapan)



Sumber : Data Diolah Spss 16

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap kesesuaian harga dengan harapan terbilang tinggi dengan jumlah 57 responden atau 35,6%. Jawaban sedang sebanyak 56 responden atau 35,0%, kemudian jawaban sangat tinggi sebanyak 33 responden atau 20,6%. Jawaban rendah sebanyak 14 responden atau 8,8%, sedangkan jawaban sangat rendah dapat diketahui bahwa tidak ada satupun responden yang memilih jawaban tersebut.

Gambar 4.9
Indikator Produk Lain (Keterjangkauan Harga Dibandingkan Tempat Lain)

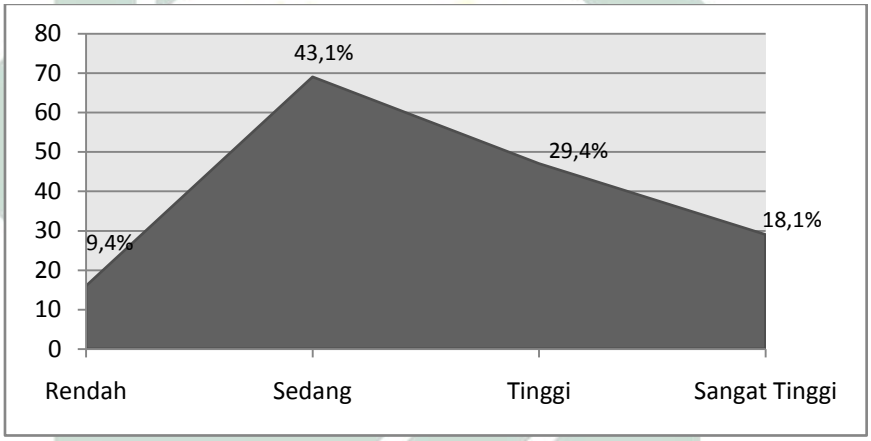


Sumber : Data Diolah Spss 16

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

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap keterjangkauan harga dibandingkan tempat lain terbilang tinggi dengan jumlah 63 responden atau 39,4%. Jawaban sedang sebanyak 44 responden atau 27,5%, kemudian jawaban sangat tinggi sebanyak 43 responden atau 26,9%. Jawaban rendah sebanyak 10 responden atau 6,2% dan jawaban sangat rendah dapat diketahui bahwa tidak ada satupun responden yang memilih jawaban tersebut.

Gambar 4.10
Indikator Harga Dengan Kualitas (*Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk*)



Sumber : Data Diolah Spss 16

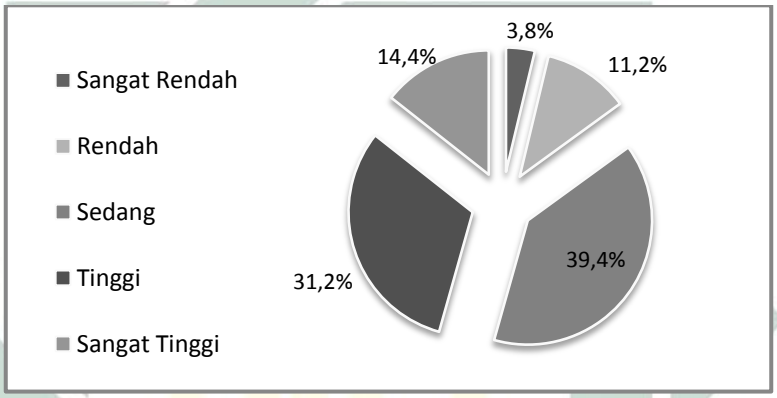
Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap kesesuaian harga denga kualitas produk terbilang sedang dengan jumlah 69 responden atau 43,1%. Jawaban sangat tinggi sebanyak 47 responden atau 29,4%, kemudian jawaban sangat tinggi sebanyak 29 responden atau 18,1%. Jawaban rendah sebanyak 15 responden atau 9,4% dan jawaban sangat rendah dapat diketahui bahwa tidak ada satupun responden yang memilih jawaban tersebut.

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. Penyajian Data Tentang Kualitas Pelayanan

Pada varaiabel kualitas pelayanan terdapat lima indikator dan delapan pertanyaan. Masing-masing pertanyaan akan dihitung skor dari hasil jawaban responden. Berikut ini hasil dari variabel kualitas pertanyaan.

Gambar 4.11
Indikator Bukti Langsung (Kebersihan Ruangan)

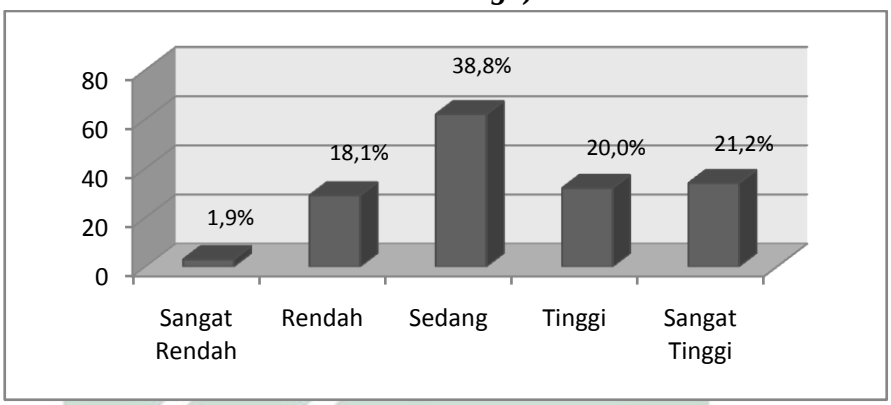


Sumber : Data Diolah Spss 16

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap kebersihan ruangan terbilang sedang dengan jumlah 63 responden atau 39,4%. Jawaban tinggi sebanyak 50 responden atau 31,2%, kemudian jawaban sangat tinggi sebanyak 23 responden atau 14,4%. Jawaban rendah sebanyak 18 responden atau 11,2%, sedangkan jawaban sangat rendah dapat diketahui terdapat 6 responden yang memilih jawaban tersebut atau 3,8%.

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

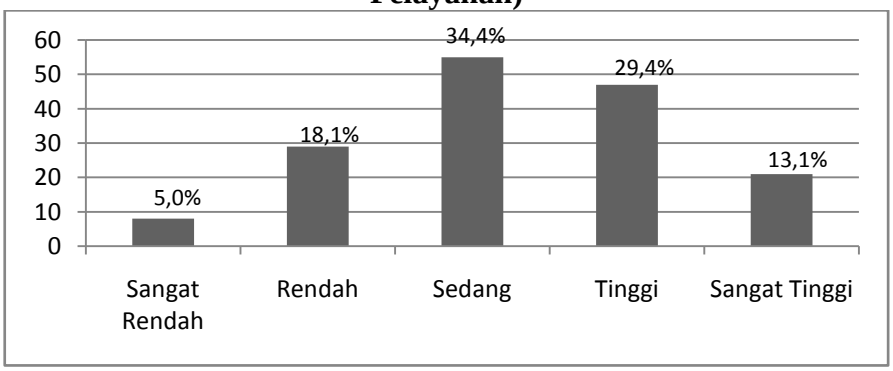
Grafik 4.12
Indikator Keandalan (Kemampuan *Customer Service* menjelaskan *Product Knowladge*)



Sumber : Data Diolah Spss 16

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap kemampuan *customer service* menjelaskan *product knowladge* terbilang sedang dengan jumlah 62 responden atau 38,8%. Jawaban sangat tinggi sebanyak 34 responden atau 21,2%, kemudian jawaban tinggi sebanyak 32 responden atau 20,0%. Jawaban rendah sebanyak 29 responden atau 18,1% dan jawaban sangart rendah dapat diketahui bahwa terdapat 3 responden yang memilih jawaban tersebut atau 1,9%.

Grafik 4.14
Indikator Keandalan (Keterampilan *Customer Service* Saat Pelayanan)

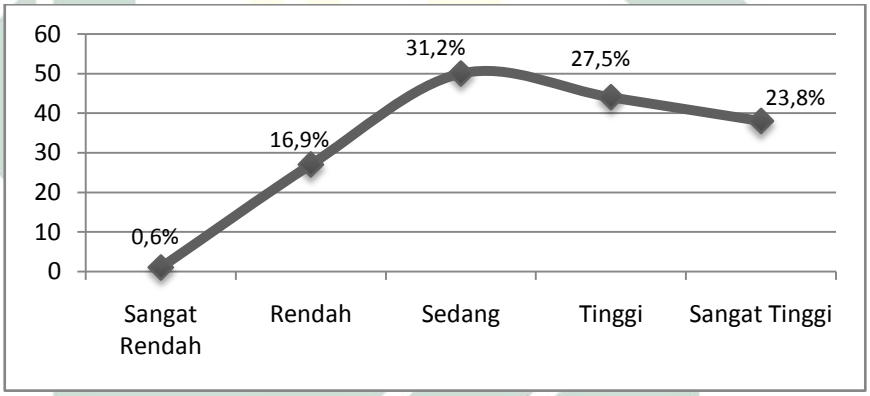


Sumber : Data Diolah Spss 16

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

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap keterampilan *customer service* saat melayani konsumen terbilang sedang dengan jumlah 50 responden atau 31,2%. Jawaban tinggi sebanyak 44 responden atau 27,5%, kemudian jawaban sangat tinggi sebanyak 38 responden atau 23,8%. Jawaban rendah sebanyak 27 responden atau 16,9% dan jawaban sangat rendah terdapat 8 responden yang memilih jawaban tersebut atau 5,0%.

Grafik 4.14
Indikator Daya Tanggap (Kecepatan dan Ketepatan *Customer Service* Melayanani Transaksi)

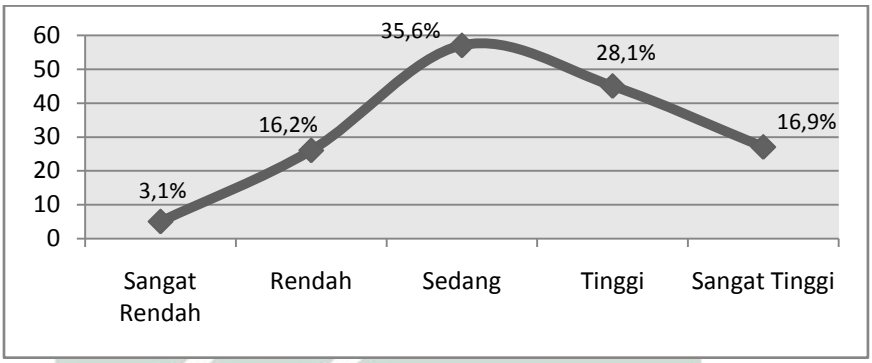


Sumber : Data Diolah Spss 16

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap kecepatan dan ketepatan *Customer Service* saat melayanani transaksi terbilang sedang dengan jumlah 50 responden atau 31,2%. Jawaban tinggi sebanyak 44 responden atau 27,5%, kemudian jawaban sangat tinggi sebanyak 38 responden atau 23,8%. Jawaban rendah sebanyak 27 responden atau 16,9%, sedangkan jawaban sangat rendah dapat diketahui terdapat 1 responden yang memilih jawaban tersebut atau 0,6%.

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

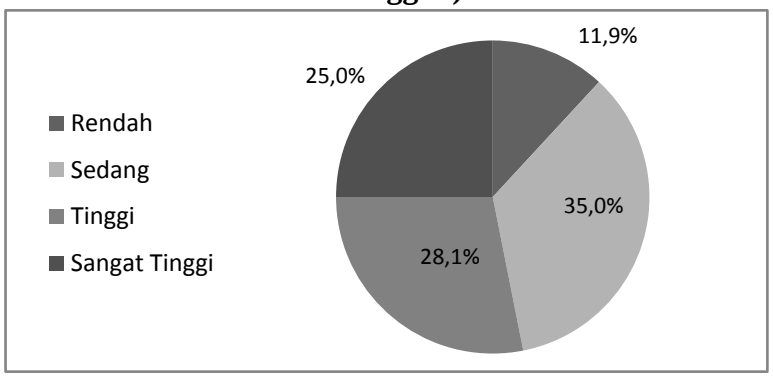
Grafik 4.15
Indikator Daya Tanggap (Ketelatenan *Customer Service* Merespon/Menanggapi Keluhan)



Sumber : Data Diolah Spss 16

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap ketelatenan *customer service* merespon/menggapi keluhan terbilang sedang dengan jumlah 57 responden atau 35,6%. Jawaban tinggi sebanyak 45 responden atau 28,1%, kemudian jawaban sangat tinggi sebanyak 27 responden atau 16,9%. Jawaban rendah sebanyak 26 responden atau 16,2%, sedangkan jawaban sangat rendah dapat diketahui terdapat 5 responden yang memilih jawaban tersebut atau 3,1%.

Gambar 4.12
Indikator Jaminan (Keramahan *Customer Service* Memperlakukan Pelanggan)

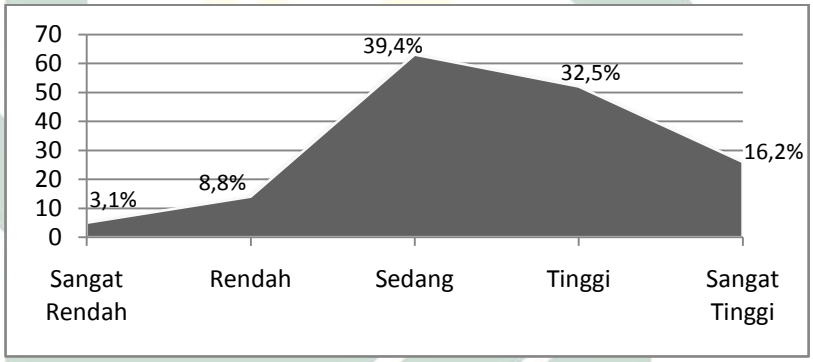


Sumber : Data Diolah Spss 16

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

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap kesopanan *customer service* memperlakukan pelanggan terbilang sedang dengan jumlah 56 responden atau 35,0%. Jawaban tinggi sebanyak 45 responden atau 28,1%, kemudian jawaban sangat tinggi sebanyak 40 responden atau 25,0%. Jawaban rendah sebanyak 19 responden atau 11,9% dan sangat rendah dapat diketahui bahwa tidak ada satupun responden yang memilih jawaban tersebut.

Gambar 4.17
Indikator Empati (Kepedulian *Customer Service* Akan Keinginan Pelanggan)

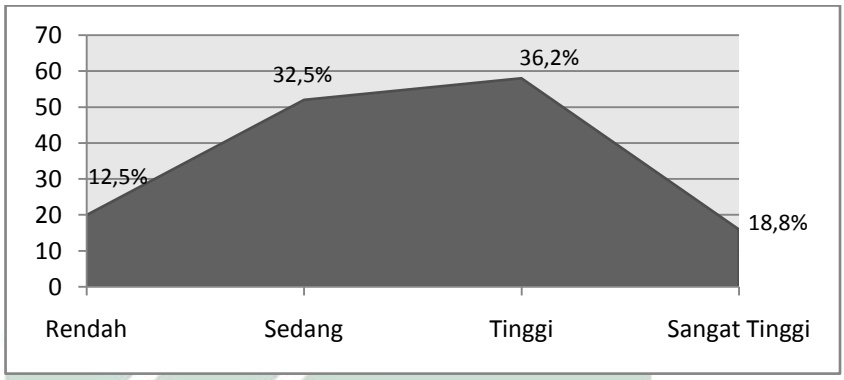


Sumber : Data Diolah Spss 16

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap kepedulian c*ustomer service* akan keinginan pelanggan terbilang sedang dengan jumlah 63 responden atau 39,4%. Jawaban tinggi sebanyak 52 responden atau 32,5%, kemudian jawaban sangat tinggi sebanyak 26 responden atau 16,2%. Jawaban rendah sebanyak 14 responden atau 8,8%, sedangkan jawaban sangat rendah dapat diketahui bahwa terdapat 5 responden yang memilih jawaban tersebut atau 3,1%.

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 4.14
Indikator Empati (Kemudahan Mendapatkan Informasi)



Sumber : Data Diolah Spss 16

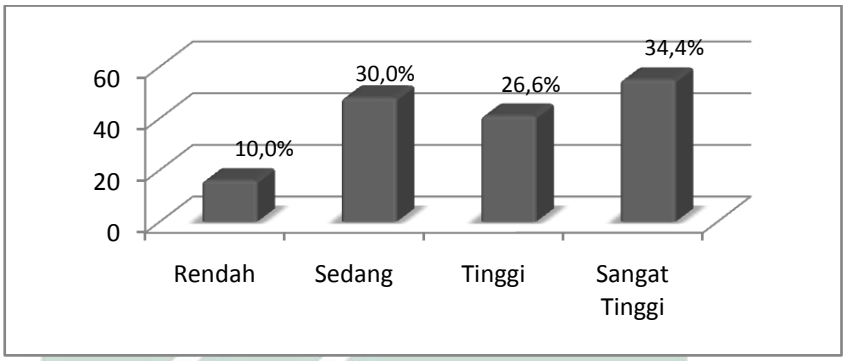
Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap kemudahan mendapatkan informasi Istiqomah Aqiqah terbilang tinggi dengan jumlah 58 responden atau 36,2%. Jawaban sedang sebanyak 52 responden atau 32,5%, kemudian jawaban sangat tinggi sebanyak 30 responden atau 18,8%. Jawaban rendah sebanyak 20 responden atau 12,5%, sedangkan jawaban sangat rendah dapat diketahui bahwa tidak ada satupun responden yang memilih jawaban tersebut.

5. Penyajian Data Tentang Kepuasan Pelanggan

Pada varaiabel kualitas pelayanan terdapat lima indikator dan enam pertanyaan. Masing-masing pertanyaan akan dihitung skor dari hasil jawaban responden. Berikut ini hasil dari variabel kepuasan pelanggan.

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

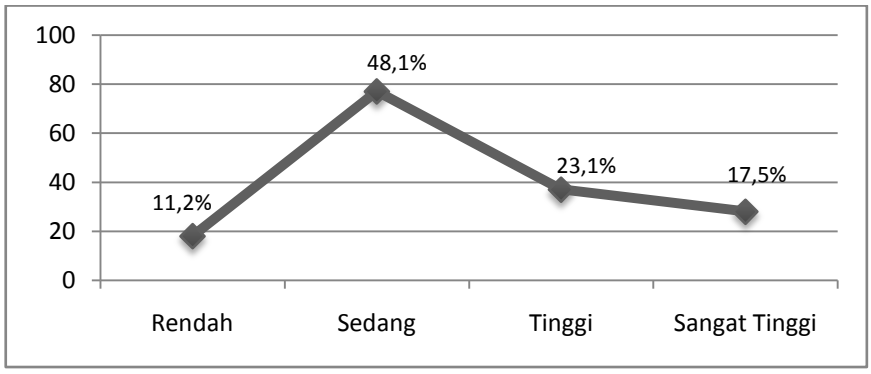
Grafik 4.16
Indikator Selalu Membeli Produk (Menggunakan Produk/Jasa ke depannya)



Sumber : Data Diolah Spss 16

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap ketertarikan menggunakan produk/jasa Istiqomah Aqiqah ke depannya terbilang sangat tinggi dengan jumlah 55 responden atau 34,4%. Jawaban sedang sebanyak 48 responden atau 30,0%, kemudian jawaban tinggi sebanyak 41 responden atau 25,6%. Jawaban rendah sebanyak 16 responden atau 10,0% dan jawaban sangat rendah dapat diketahui bahwa tidak ada satupun responden yang memilih jawaban tersebut.

Grafik 4.17
Indikator Merekomendasikan (Kepada Tetangga)

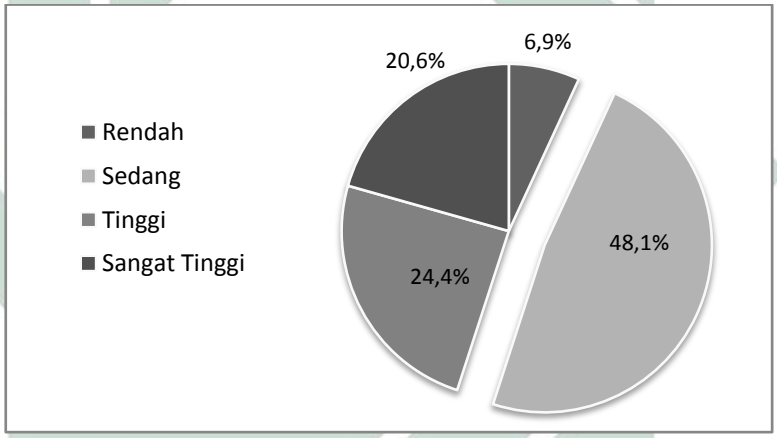


Sumber : Data Diolah Spss 16

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

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap merekomendasikan kepada tetangga terbilang sedang dengan jumlah 77 responden atau 48,1%. Jawaban tinggi sebanyak 37 responden atau 23,1%, kemudian jawaban sangat tinggi sebanyak 28 responden atau 17,5%. Jawaban rendah sebanyak 18 responden atau 11,2% dan jawaban sangat rendah dapat diketahui bahwa tidak ada satupun responden yang memilih jawaban tersebut.

Gambar 4.15
Indikator Merekomendasikan (Kepada Saudara)

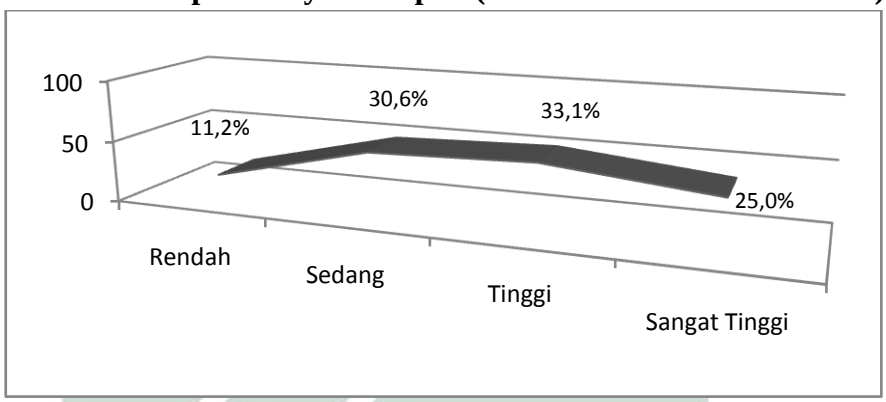


Sumber : Data Diolah Spss 16

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap merekomendasikan kepada saudara terbilang sedang dengan jumlah 77 responden atau 48,1%. Jawaban tinggi sebanyak 39 responden atau 24,4%, kemudian jawaban sangat tinggi sebanyak 33 responden atau 20,6%. Jawaban rendah sebanyak 11 responden atau 6,9%, sedangkan jawaban sangat rendah dapat diketahui bahwa tidak ada satupun responden yang memilih jawaban tersebut.

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

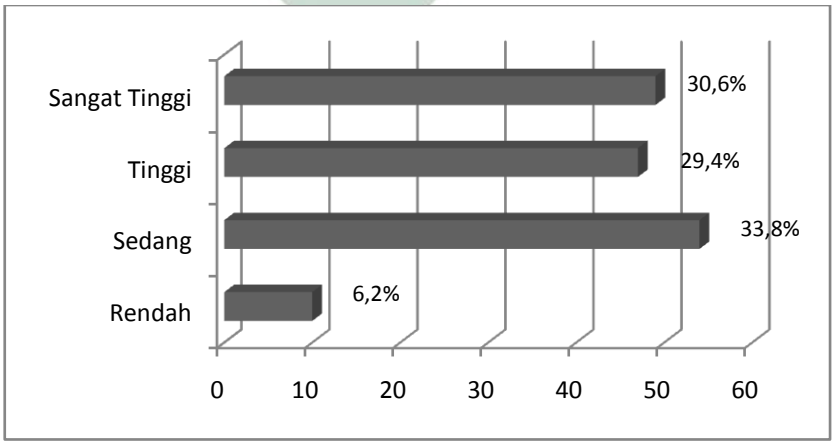
Grafik 4.18
Indikator Terpenuhinya Harapan (Kesesuaian Kualitas Produk)



Sumber : Data Diolah Spss 16

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap kesesuaian kualitas produk Istiqomah Aqiqah terbilang tinggi dengan jumlah 53 responden atau 30,6%. Jawaban sedang sebanyak 49 responden atau 30,6%, kemudian jawaban sangat tinggi sebanyak 40 responden atau 25,0%. Jawaban rendah sebanyak 18 responden atau 11,2%, sedangkan jawaban sangat rendah dapat diketahui bahwa tidak ada satupun responden yang memilih jawaban tersebut.

Grafik 4.19
Indikator Terpenuhinya Harapan (Kesesuaian Kualitas Pelayanan)

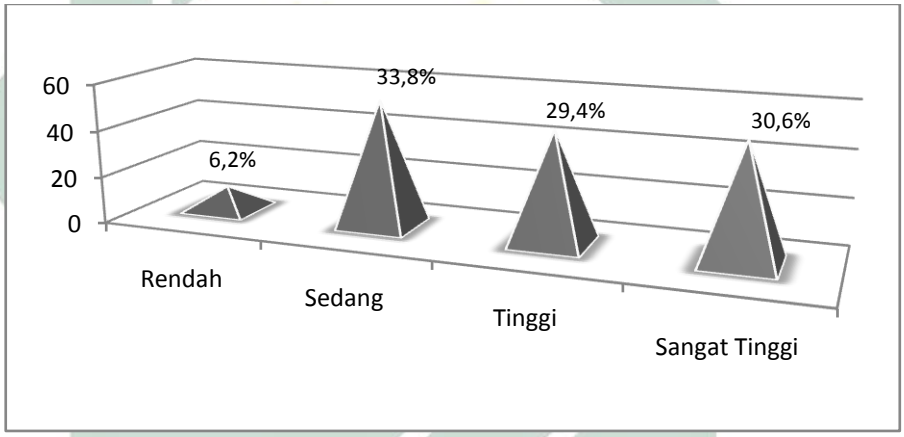


Sumber : Data Diolah Spss 16

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

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap kesesuaian kualitas pelayanan Istiqomah Aqiqah terbilang sedang dengan jumlah 54 responden atau 33,8%. Jawaban tinggi sebanyak 47 responden atau 29,4%. Kemudian jawaban sangat tinggi sebanyak 49 responden atau 30,6%, sedangkan jawaban rendah sebanyak 10 responden atau 6,2% dan jawaban sangat rendah dapat diketahui bahwa tidak ada satupun responden yang memilih jawaban tersebut.

Grafik 4.20
Indikator Terpenuhinya Harapan Pelanggan (Ketepatan Waktu Pengiriman)



Sumber : Data Diolah Spss 16

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap ketepatan waktu pengiriman terbilang sedang dengan jumlah 54 responden atau 33,8%. Jawaban sangat tinggi sebanyak 49 responden atau 30,6%. Kemudian jawaban tinggi sebanyak 47 responden atau 29,4%. Jawaban rendah sebanyak 10 responden atau 6,2% dan jawaban sangat rendah dapat diketahui bahwa tidak ada satupun responden yang memilih jawaban tersebut.

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. Hasil Uji Asumsi Klasik

Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresilinier berganda. Sebelum melakukan analisisdata untuk mencari pengaruh antar variabel yang dipakai untuk penelitian dilakukan uji asumsi yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Pelaksanaan uji asumsi klasik ini dilakukan dengan *SPSS 16 for Windows.*

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui data variabel penelitian berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas menggunakan teknik analisis *Kolmogorov-Smirnov* dan untuk perhitungannya menggunakan program SPSS 16 *for windows*. Hasil uji normalitas untuk variabel penelitian disajikan berikut ini.

Tabel 4.1

Hasil Uji Normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov*

Variabel	Signifikansi	Keterangan
Kualitas Produk	0,322	Normal
Persepsi Harga	0,201	Normal
Kualitas Pelayanan	0,285	Normal
Kepuasan Pelanggan	0,110	Normal

Sumber : Data Diolah Dengan Spss 16

Dari hasil diatas dapat dilihat pada kolom *Kolmogorov-Smirnov* dan dapat diketahui bahwa nilai signifikansi untuk kualitas produk 0,322, untuk persepsi harga sebesar 0,201, kualitas pelayanan 0,285 dan kepuasan pelanggan sebesar 0,110. Karena signifikansi untuk seluruh variabel lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa

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

data pada variabel kualitas produk, persepsi harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui besarnya interkorelasi antar variabel bebas dalam penelitian ini. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat masalah multikolinearitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat pada nilai *tolerance* dan VIF. Apabila dibawah 10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas untuk model regresi pada penelitian ini disajikan pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.2
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients[a]

Dimensi	*Tolerance*	VIF	Kesimpulan
Kualitas Produk	0,743	1,345	Tidak terjadi multikolinearitas
Persepsi Harga	0,779	1,284	Tidak terjadi multikolinearitas
Kualitas Pelayanan	0,732	1,366	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber : Data Diolah Dengan Spss 16

Dari hasil di atas dapat diketahui nilai *variance inflation factor* (VIF) variabel kualitas produk yaitu 1,345, variabel persepsi harga yaitu 1,284 dan variabel kualitas pelayanan 1,366 lebih kecil dari 10. Oleh karena itu, bisa diduga bahwa antar variabel independen tidak terjadi persoalan multikolinearitas.

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

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satupengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas dan untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *Glejser*. Jika variabel independen tidak signifikan secara statistik dan tidak memengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut ini adalah hasil uji heteroskedastisitas terhadap model regresi pada penelitian ini.

Tabel 4.3

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dimensi	Sig	Kesimpulan
Kualitas Produk	0,504	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Persepsi Harga	0,093	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kualitas Pelayanan	0,213	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai signifikansi sebesar 0,504, persepsi harga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,093 dan kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,213. Ketiga variabel tersebut memiliki nilai lebih besar dari 0,05, sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.

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

7. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Dari hasil pengujian hipotesis sebelumnya diatas selanjutnya peneliti menjelaskan hasil analisis regresi linier berganda dalam penelitian. Adapun hasil analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 4.4
Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.821	1.574		2.427	.016
	Kualitas Produk	.139	.051	.182	2.718	.007
	Persepsi Harga	.539	.068	.516	7.886	.000
	Kualitas Pelayanan	.092	.043	.145	2.146	.033

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
Sumber : Data Diolah Dengan Spss 16

Dari hasil tabel diatas dapat dirumuskan suatu persamaan regresi untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, persepsi harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = 3{,}821 + 0{,}139\ X_1 + 0{,}539\ X_2 + 0{,}092\ X_3 + e}$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

X1 = Kualitas Produk

X2 = Persepsi Harga

X3 = Kualitas Pelayanan

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

Persamaan regresi tersebut memiliki makna sebagai berikut :

a. Koefisien regresi variabel konstanta sebesar 3,821. Dapat diartikan, jika nilai kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan sama dengan tiga, maka kepuasan pelanggan sebesar 3,821.
b. Koefesien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,139. Dapat diartikan kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Istiqomah Aqiqah. Dalam hal ini menunjukkan bahwa dengan penambahan satu satuan kualitas produk, maka akan terjadi peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0,139 dan sebaliknya.
c. Koefesien regresi variabel persepsi harga sebesar 0,539. Dapat diartikan persepsi harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Istiqomah Aqiqah. Dalam hal ini menunjukkan bahwa dengan penambahan satu satuan persepsi harga, maka akan terjadi peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0,539 dan sebaliknya.
d. Koefesien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,092. Dapat diartikan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Istiqomah Aqiqah. Dalam hal ini menunjukkan bahwa dengan penambahan satu satuan kualitas pelayanan, maka akan terjadi peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0,092 dan sebaliknya.

Berdasarkan persamaan diatas dapat diketahui bahwa variabel independen yang paling berpengaruh adalah variabel persepsi harga dengan nilai koefesien 0,539 dan yang paling berpengaruh paling rendah adalah variabel kualitas pelayanan dengan nilai koefesien 0,092.

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

8. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis ini terdiri dari pengujian secara parsial dan simultan.

a. Uji Parsial (Uji t)

Dalam penentuan t_{tabel} dapat diketahui dari rumus $t_{tabel} = t\ (\alpha)$, dk = (n-2).[108] Nilai t_{hitung} tersebut dibandingkan dengan t_{tabel} dengan dk = (n-2) pada tingkat signifikansi $\alpha = 0{,}05$, dk untuk data diatas adalah (160-2) = 158. Nilai t_{tabel} untuk dk = 158 ($\alpha = 0{,}05$) adalah 1,975. [109]

Berdasarkan tabel 4.4, maka diperoleh variabel kualitas produk t_{hitung} = 2,718 dengan nilai signifikansi 0,007 < 0,05, menyatakan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Istiqomah Aqiqah Sidoarjo diterima.

Variabel persepsi harga t_{hitung} = 7,886 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, menyatakan persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Istiqomah Aqiqah Sidoarjo diterima.

Sedangkan variabel kualitas pelayanan t_{hitung} = 2.146 dengan nilai signifikansi 0,033 < 0,05, menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Istiqomah Aqiqah Sidoarjo diterima.

Dari pemaparan diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan memiliki

[108] Nanang Martono, 2010, *Statistik Sosial - Teori dan Aplikasi Program SPSS*, Yogyakarta: Gava Media, hlm. 101

[109] Junaidichaniago.wordpress.com (T_{tabel} tercantum pada halaman lampiran)

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

pengaruh yang positif dengan tingkat signifikan masing-masing terhadap variabel kepuasan pelanggan. Sehingga hipotesis pertama pada penelitian ini menyatakan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Istiqomah Aqiqah Sidoarjo.

b. Uji Statistik F (Simultan)

Untuk meyakinkan kebenaran uji koefisien determinasi, maka dapat diketahui melalui uji *Anova* atau Uji F. Uji Hipotesis secara simultan (Uji F) antara variabel bebas dalam hal ini, kualitas produk (X_1), persepsi harga (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap kepuasan pelanggan. Hasil perhitungan uji F dapat dilihat pada tabel penelitian uji *Anova* yang memperoleh hasil seperti berikut.

Tabel 4.5
ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	706.588	3	235.529	47.879	.000[a]
	Residual	767.412	156	4.919		
	Total	1474.000	159			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan
b. Dependent Variabel: Kepuasan Pelanggan
Sumber : Data Diolah Dengan Spss 16

Dalam menentukan F_{tabel}, dapat diketahui dari rumus $Df_1 = k-1$, $Df_2 = n-k$.[110] Nilai F_{tabel} dengan $Df_1 = 4-1 = 3$ dan $Df_2 = (160-4) = 156$. Nilai F_{tabel} untuk $Df_1 = 3$, $Df_2 = 156$ adalah 2,66.

[110] Agus Sukoco, dkk, *Bagaimana Mencari F Tabel*, hlm. 1 (F_{tabel} tercantum pada halaman lampiran)

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

Keterangan :

Df = Degree of Freedom

k = Jumlah variabel (bebas + terikat)

n = jumlah sampel

Hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS dapat diketahui bahwa F_{hitung} = 47,879 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, sehingga hipotesis kedua pada penelitian ini menyatakan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Istiqomah Aqiqah Sidoarjo diterima.

c. Koefisien Determinasi (R2)

Koefesien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kecenderungan pengaruh antara variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Dalam pengujian ini dilakukan melalui uji nilai *adjusted* R2 (*Adjusted R Square*). Berikut hasil uji determinasi dalam penelitian ini.

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 4.6
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.629[a]	.479	.469	2.218

a. Rediactors: (Constant), Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan
b. Dependent Variabel: Kepuasan Pelanggan
Sumber : Data Diolah Dengan Spss 16

Dari hasil perhitungan diatas dapat diketahui bahwa, koefesien determinasi (*Adjusted R Square*) yang diperoleh sebesar 0,479. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa 47,9% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya yaitu 52,1% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya selain dalam penelitian ini.

9. Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data)

Berdasarkan hasil analisis data dari uji simultan dan uji parsial, dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan pada Istiqomah Aqiqah Sidoarjo mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang dibuktikan dari uji analisis regresi. Bentuk pengaruh dari kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan tersebut dapat digambarkan dengan persamaan regresi yang diperoleh nilai koefisien regresi yang bertanda positif. Hal tersebut menunjukkan bahwa antar kualitas produk (0,139), persepsi harga (0,539) dan kualitas pelayanan (0,092) mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, dapat

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

dijelaskan bahwa jika variabel kualitas produk ditingkatkan satu point, maka akan diikuti dengan meningkatnya kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, untuk menjamin kepuasan pelanggan dapat terwujud, salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh Istiqomah Aqiqah Sidoarjo yaitu dengan menjamin kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan untuk tetap baik sesuai dengan harapan pelanggan, karena kontribusi dari kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan cukup besar.

Secara umum dapat diketahui bahwa kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan merupakan faktor yang penting agar diperoleh tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Hal ini ditunjukkan dari hasil simultan yang diperoleh dari ketiga variabel yaitu kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan yang signifikan, yang berarti ada pengaruh antara kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Besarnya pengaruh dari ketiga variabel ini yaitu 47,9% dan sisanya yaitu 52,1% dari kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil pengujian variabel kulitas produk secara parsial (Uji t) nilai yang didapat sebesar 2,718 lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,975. Sedangkan dari nilai signifikansi diperoleh hasil sebesar 0,007 lebih kecil dari nilai 0,05. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

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 hasil analisis kualitas produk dapat diketahui bahwa produk yang diberikan Istiqomah termasuk dalam kategori baik yang sesuai dengan pernyataan sebagian besar responden. Dalam hal ini sesuai dengan pendapat yang disampaikan oleh Garvin, kualitas produk mempunyai hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan karena kualitas produk dapat dinilai dari kemampuan produk tersebut untuk menciptakan kepuasan pelanggan.[111]

Teori yang diungkapkan oleh Garvin sesuai dengan hasil penelitian. Karenanya, semakin tinggi kualitas produk yang dirasakan, maka semakin tinggi kepuasan pelanggan pada produk Istiqomah Aqiqah. Sebaliknya, jika kualitas produk yang dirasakan rendah, maka kepuasan pelanggan pada produk Istiqomah Aqiqah rendah. Kualitas produk dapat dirasakan oleh pelanggan melalui produk Istiqomah Aqiqah yang mempunyai kualitas yang tinggi. Jadi biaya yang dikeluarkan oleh seorang pelanggan dengan produk yang diperoleh seorang pelanggan dapat sesuai.

Berdasarkan hasil pengujian variabel persepsi harga secara parsial (Uji t) nilai yang didapat sebesar 7,886 lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,975. Sedangkan dari nilai signifikansi diperoleh hasil sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai 0,05. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

---

[111] Albertus Ferry Rostya Adi, 2012, *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Lampersari Semarang)*, Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang, hlm. 38

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 hasil analisis persepsi harga pelanggan dengan harga yang disediakan Istiqomah Aqiqah termasuk dalam kategori baik, hal ini dapat dilihat dari harga yang terjangkau, harga yang lebih murah dibanding pesaingnya dan harga sesuai dengan kualitas barang. Ketika penetapan harga perlu diperhatikan daya beli pelanggan, karena harga erat kaitannya dengan perspektif pelanggan. Pelanggan langsung merasakan perubahan harga yang ditawarkan. Dalam hal ini sesuai dengan Paul Peter dan Jerry Olson menyatakan, persepsi harga berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami seluruhnya oleh konsumen dan memberikan makna yang dalam bagi mereka.[112] Hal ini dirasakan oleh pelanggan Istiqomah Aqiqah yang merasa bahwa harga yang ditawarkan Istiqomah Aqiqah terjangkau oleh semua kalangan masyarakat baik menengah keatas maaupun menengah kebawah.

Berdasarkan hasil pengujian variabel kualitas pelayanan secara parsial (Uji t) nilai yang didapat sebesar 2,146 lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,975. Sedangkan dari nilai signifikansi diperoleh hasil sebesar 0,033 lebih kecil dari nilai 0,05. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Sedangkan, analisis kualitas pelayanan dapat diketahui bahwa pelayanan yang diberikan Istiqomah Aqiqah termasuk dalam kategori baik

[112] Imam Febri Cahyudi, 2014, *Pengaruh Persepsi Harga, Atribut produk dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Susu Formula (Studi Pada Konsumen Susu Formula SGM di Kota Yogyakarta),* Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, hlm. 22

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

yang sesuai dengan pernyataan sebagian besar responden. Dalam hal ini sesuai dengan pendapat Powpaka yang menyatakan bahwa standart tinggi kualitas layanan merupakan hal yang penting,tetapi tidak cukup untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.[113]

Menurut sebagian besar responden, bukti fisik pada Istiqomah Aqiqah termasuk dalam kategori baik, hal ini dapat dilihat dari kondisi bangunan yang kokoh, ruangan yang bersih, lokasi yang strategis, adanya nota pembelian dan karyawan yang rapi. Disamping itu, Istiqomah Aqiqah juga cepat dalam melayani pembelian, cermat dalam menyelesaikan transaksi pembayaran, dalam melayani pelanggan dan tanggap terhadap masalah yang dihadapi pelanggan. Jika dilihat dari aspek jaminan dan empati atau perhatian, menurut pernyataan sebagian besar responden karyawan Istiqomah Aqiqah bersikap ramah, mampu menjelaskan masalah yang dihadapi pelanggan, karyawan yang bersemangat dalam bekerja, karyawan mampu memberikan informasi yang jelas kepada pembeli dan mengucapkan terima kasih setelah transaksi jual beli. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan kepada pelanggan, maka semakin meningkat kepuasan pelanggan pada pelayanan Istiqomah Aqiqah.

[113] Ari Wijayanti, 2008, *Strategi Meningkatkan Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Produk Kartu Seluler Prabayar Mentari Indosat Wilayah Semarang),*Tesis Program Studi Magister ManajemenProgram Pasca SarjanaUniversitas DiponegoroSemarang, hlm. 30

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