

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Analisa Deskripsi Identitas Koresponden

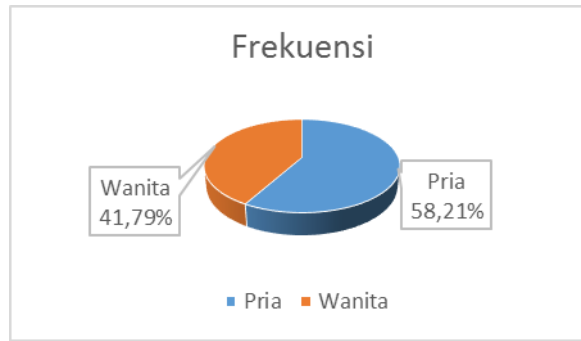
. Di dalam penelitian ini dikumpulkan data primer untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap kualitas produk CV Modern Stamp melalui penyebaran kuesioner kepada 67 koresponden yang menjadi sampel penelitian. Pada analisis deskriptif ini, data koresponden dijelaskan melalui tabel tunggal. Data koresponden dalam penelitian ini sangat dibutuhkan untuk mengetahui latar belakang koresponden yang dapat dijadikan masukan untuk menjelaskan hasil yang diperoleh dari penelitian. Untuk menjelaskan identitas koresponden maka peneliti membuat analisis data koresponden yang terdiri dari 3 tabel tunggal dengan data sebagai berikut :

4.1.1 Jenis Kelamin

Tabel IV.1
Gambaran Banyaknya Koresponden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Pria	39	58.21%
Wanita	28	41.79%
Total	67	100.00%
Sumber : Data primer yang diolah 2017		

Tabel VI.1 menunjukkan banyaknya koresponden berdasarkan “Jenis Kelamin”. Koresponden sebanyak 39 orang atau 58,21% adalah koresponden “Laki-laki” dan sisanya adalah koresponden “Perempuan” yakni sebanyak 28 orang atau 41,79%.



Sumber : Data primer yang diolah 2017

Gambar IV.1 Diagram Gambaran Banyaknya Koresponden Berdasarkan “Jenis Kelamin”

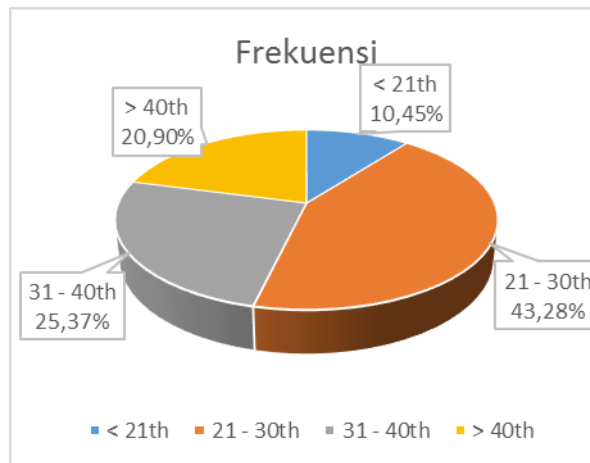
4.1.2 Usia

Tabel IV.2
Gambaran Banyaknya Koresponden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
< 21th	7	10.45%
21 - 30th	29	43.28%
31 - 40th	17	25.37%
> 40th	14	20.90%
Total	67	100.00%

Sumber : Data primer yang diolah 2017

Tabel IV.2 menunjukkan banyaknya koresponden berdasarkan “Usia”. Mayoritas koresponden sebanyak 29 orang atau 43,28% adalah koresponden yang berusia “31-40 Tahun” dan paling sedikit adalah responden yang berusia “<21 Tahun” yakni sebanyak 7 orang atau 10,45%.



Sumber : Data primer yang diolah 2017

Gambar IV.2 Diagram Gambaran Banyaknya Koresponden Berdasarkan “Usia”

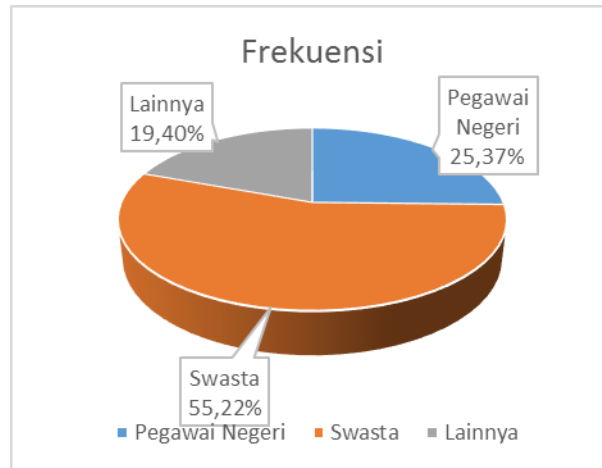
4.1.3 Pekerjaan

Tabel IV.3
Gambaran Banyaknya Koresponden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pegawai Negeri	17	25.37%
Swasta	37	55.22%
Lainnya	13	19.40%
Total	67	100.00%

Sumber : Data primer yang diolah 2017

Tabel IV.3 menunjukkan banyaknya koresponden berdasarkan “Pekerjaan”. Mayoritas koresponden sebanyak 37 orang atau 55,22% adalah koresponden yang memiliki pekerjaan “Swasta” sebanyak 17 orang atau 25,37% adalah koresponden “Pegawai Negeri” dan sisanya 13 orang atau 19,40% adalah yang memiliki pekerjaan “Lainnya” bukan pegawai negeri atau swasta, seperti wirausaha dan pelajar.



Sumber : Data primer yang diolah 2017

Gambar IV.3 Diagram Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan “Pekerjaan”

4.2 Hasil Analisa Dengan Metode Importance Performace Analysis (IPA)

Rekapitulasi hasil kuesioner mengenai tingkat kepentingan (*importance*) dan penilaian pengguna terhadap kinerja pelayanan (*performance*) dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

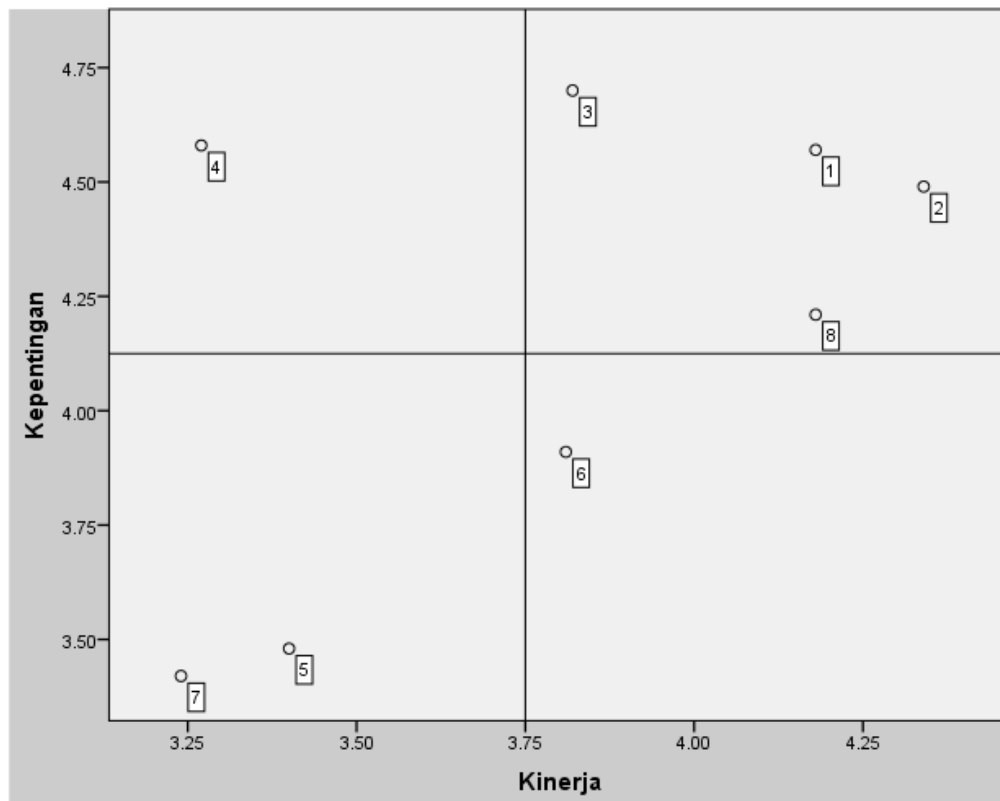
Tabel IV.4
Rekapitulasi Hasil kuesioner

No	Atribut / Pernyataan	Bobot	Bobot	Tingkat	$\bar{x}$	$\bar{y}$
		Kinerja	Kepentingan	Kesesuaian		
1	Kualitas stempel yang dihasilkan bagus	280	306	91.50%	4.18	4.57
2	Desain yang dibuat sesuai dengan pesanan	291	301	96.68%	4.34	4.49
3	Produk stempel lebih awet dan tahan lama	256	315	81.27%	3.82	4.70
4	Ketersediaan pusat reparasi/perbaikan stempel	219	307	71.34%	3.27	4.58
5	Pilihan jenis stempel variasi	228	233	97.85%	3.40	3.48
6	Tinta stempel yang dihasilkan rata	255	262	97.33%	3.81	3.91
7	Pilihan warna tinta stempel menarik	217	229	94.76%	3.24	3.42
8	Konsumen merasa puas terhadap mutu stempel	280	282	99.29%	4.18	4.21
Rata-Rata Tingkat Kesesuaian				91.25%		

Sumber : Data Primer yang diolah 2017

Dari data tabel IV.4 diperoleh data dengan nilai rata-rata tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan (harapan) konsumen dan kinerja produk sebesar 91,25%, yang berarti kinerja produk 91,25% sudah memenuhi harapan konsumen.

Tahap selanjutnya adalah melakukan pemetaan antara tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat kinerja (*performance*) ke dalam diagram kartesius Importance-Performance Analysis.



Sumber : Data Primer yang diolah 2017

Gambar IV.4
Diagram Kartesius Importance Performance Analysis (IPA)

Pada Gambar IV.1 dapat dilihat bahwa delapan atribut terbagi dalam empat kuadran.

1. Kuadran I (*concentrate these*) menunjukkan bahwa atribut 4 masih belum sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen yaitu pada atribut ketersediaan pusat reparasi/perbaikan stempel.

2. Kuadran II (*keep up the good work*) menunjukkan bahwa atribut 1, atribut 2, atribut 3 dan atribut 8 sudah dianggap sesuai oleh para pengguna. Faktor-faktor yang ada pada kuadran ini harus tetap dipertahankan karena faktor-faktor tersebut menjadikan kualitas produk CV Modern Stamp unggul menurut para konsumen.

Atribut yang ada pada kuadran II antara lain:

- a. Kualitas Stempel yang dihasilkan bagus.
- b. Desain yang dibuat sesuai dengan pesanan.
- c. Produk stempel lebih awet dan tahan lama
- d. Konsumen merasa puas terhadap mutu stempel.

3. Kuadran III (*low priority*) menunjukkan bahwa atribut 5 dan atribut 7 bukanlah hal yang terlalu penting bagi para konsumen, serta pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pengguna sangat kecil.

Atribut yang ada pada kuadran III antara lain:

- a. Pilihan jenis stempel variasi
- b. Pilihan warna tinta stempel menarik

4. Kuadran IV (*possible overkill*) menunjukkan atribut 6 yaitu tinta stempel yang dihasilkan rata bukanlah hal yang penting, namun pengguna merasakan kualitas berlebihan dalam melakukannya.

4.3 Hasil Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan metode Analisis korelasi. Perhitungan dilakukan dengan bantuan program SPSS. Nilai signifikansi yang berada di bawah 0,05 menunjukkan sebagai item yang valid. Pengujian validitas selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel IV.5
Hasil Uji Validitas

Uji Validitas Tingkat Kepentingan (I)

No	Atribut / Pernyataan	r tabel	r hitung	Hasil
1	Kualitas stempel yang dihasilkan bagus	0.244	0.456	Valid
2	Desain yang dibuat sesuai dengan pesanan	0.244	0.541	Valid
3	Produk stempel lebih awet dan tahan lama	0.244	0.466	Valid
4	Ketersediaan pusat reparasi/perbaikan stempel	0.244	0.368	Valid
5	Pilihan jenis stempel variasi	0.244	0.566	Valid
6	Tinta stempel yang dihasilkan rata	0.244	0.592	Valid
7	Pilihan warna tinta stempel menarik	0.244	0.481	Valid
8	Konsumen merasa puas terhadap mutu stempel	0.244	0.682	Valid

Uji Validitas Tingkat Kinerja (P)

No	Atribut / Pernyataan	r tabel	r hitung	Hasil
1	Kualitas stempel yang dihasilkan bagus	0.244	0.370	Valid
2	Desain yang dibuat sesuai dengan pesanan	0.244	0.380	Valid
3	Produk stempel lebih awet dan tahan lama	0.244	0.438	Valid
4	Ketersediaan pusat reparasi/perbaikan stempel	0.244	0.593	Valid
5	Pilihan jenis stempel variasi	0.244	0.662	Valid
6	Tinta stempel yang dihasilkan rata	0.244	0.638	Valid
7	Pilihan warna tinta stempel menarik	0.244	0.531	Valid
8	Konsumen merasa puas terhadap mutu stempel	0.244	0.521	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah 2017

Dari data di table IV.5 menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai nilai korelasi yang lebih besar dari r table 0.244. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa semua indikator tersebut adalah valid.

4.4 Hasil Uji Hipotesis (Uji T)

Untuk menguji keberartian model regresi untuk masing-masing variable secara parsial dapat diperoleh dengan menggunakan uji t. Berikut akan dijelaskan pengujian masing-masing variabel secara regresi sederhana.

1. Dimensi *Performance* (Kinerja)

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk dimensi performance (kinerja) seperti pada gambar 4.3 menunjukkan nilai $t = 7.321 > t \text{ table } 2.000$. Dengan nilai t hitung lebih besar dari t table menunjukkan bahwa dimensi *performance*/kinerja memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan. Hal ini berarti Hipotesis 1 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa *performance* (kinerja) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik *performance* (kinerja) yang ada dalam kualitas produk akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen, sebaliknya semakin tidak baik *performance* (kinerja) yang ada dalam kualitas produk semakin rendah pula kepuasan konsumen.

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.107	.971		7.321	.000
	Kinerja	.229	.113	.243	2.024	.047

a. Dependent Variable: Kepentingan

Sumber : Data Primer yang dilah 2017

Gambar IV.5 Hasil uji t dimensi *performance*

2. Dimensi *Durability* (Ketahanan)

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk dimensi *durability* (ketahanan) menunjukkan nilai $t = 15.586 > t_{table} = 2.000$ dengan nilai t hitung lebih besar dari t_{table} menunjukkan bahwa *durability* (ketahanan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti Hipotesis 2 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa *durability* (ketahanan) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin tinggi *durability* (ketahanan) suatu produk akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen, sebaliknya semakin rendah *durability* (ketahanan) suatu produk semakin rendah pula kepuasan konsumen.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.536	.291		15.586	.000
Kinerja	.043	.074	.072	.584	.561

a. Dependent Variable: Kepentingan

Sumber : Data Primer yang dilah 2017

Gambar IV.6 Hasil Uji t dimensi *durability*

3. Dimensi *Serviceability*

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk dimensi *serviceability* menunjukkan nilai $t = 17.184 > \text{nilai } t_{table} = 2.000$ dengan nilai t hitung lebih besar dari t_{table} tersebut menunjukkan bahwa *serviceability* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti Hipotesis 3 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa *serviceability* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin tinggi *serviceability* suatu produk akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen,

sebaliknya semakin rendah *serviceability* suatu produk semakin rendah pula kepuasan konsumen.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.255	.248		17.184	.000
Kinerja	.100	.073	.167	1.363	.178

a. Dependent Variable: Kepentingan

Sumber : Data Primer yang dilah 2017

Gambar IV.7 Hasil uji t *serviceability*

4.. Dimensi *Aesthetics* (Keindahan)

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk dimensi *aesthetics* (keindahan) menunjukkan nilai $t = 5.630 > \text{nilai table} = 2.000$ dengan nilai t hitung lebih besar dari t table tersebut menunjukkan bahwa *aesthetics* (keindahan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti Hipotesis 4 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa *aesthetics* (keindahan) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin besar *aesthetics* (keindahan) suatu produk akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen, sebaliknya semakin rendah *aesthetics* (keindahan) suatu produk semakin rendah pula kepuasan konsumen.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.408	.783		5.630	.000
Kinerja	.612	.074	.717	8.282	.000

a. Dependent Variable: Kepentingan

Sumber : Data Primer yang dilah 2017

Gambar IV.8 Hasi uji t dimensi *aesthetics*

5. Dimensi *Perceived Quality*

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk dimensi *perceived quality* menunjukkan nilai $t = 11.131 > \text{nilai } t \text{ table} = 2.000$ dengan nilai t hitung lebih besar dari t table tersebut menunjukkan bahwa *perceived quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti Hipotesis 5 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa *perceived quality* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin besar *perceived quality* suatu barang akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen, sebaliknya semakin rendah *perceived quality* suatu barang semakin rendah pula kepuasan konsumen.

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	4.035	.363		11.131
	Kinerja	.042	.085	.060	.487

a. Dependent Variable: Kepentingan

Sumber : Data Primer yang dilah 2017

Gambar IV.9 Hasil uji t dimensi *perceived quality*