

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Dan Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah UMKM Dapur Keyra

UMKM Dapur Keyra di dirikan pada tahun 2022 yang bertempat di desa kebonagung Kec. Puri Kab. Mojokerto dengan owner pemiliknya yakni Bapak Sasmito dan Ibu Nurkhotimah. Awalnya bapak Sasmito dan ibu Nurkhotimah bingung mau membuat UMKM apa, dan setelah di pikir pikir kedua suami istri tersebut memutuskan untuk membuat UMKM yang bernama UMKM Dapur Keyra dengan menyediakan makanan seperti kue basah, dan aneka kuah untuk di buat sarapan seperti kuah soto, bali ayam, kuah sop dll. Dengan begitu UMKM Dapur Keyra ini sukses dengan konsumen yang rata rata ibu rumah tangga yang tidak ingin ribet kalau pagi ingin masak dan bisa membeli menu yang ada di dapur keyra.

4.1.2 Jam Buka Pelayanan UMKM Dapur Keyra

Jam buka UMKM Dapur Keyra buka pada hari senin sampai minggu:

1. Pukul 06.00 pagi sampai 11.00 siang pada hari senin sampai jumat.
2. Pukul 06.00 pagi 12.00 pada hari sabtu dan minggu.

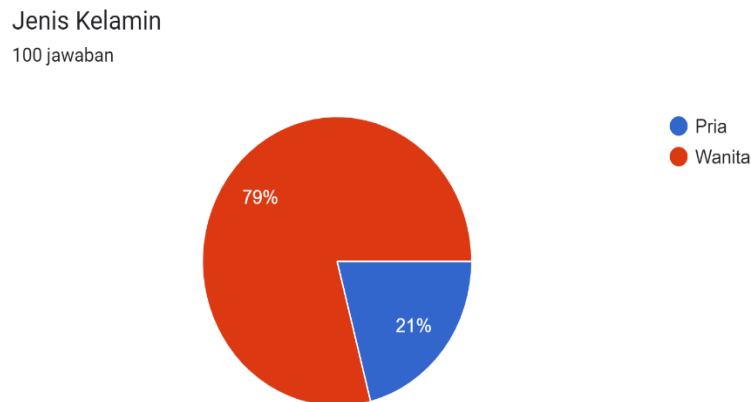
4.2 Hasil Analisis Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini bersumber dari penyebaran kuisisioner kepada seluruh konsumen yang telah berkunjung di UMKM Dapur Keyra dengan sampel 100 orang.

1. Karakteristik Responden

a. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden



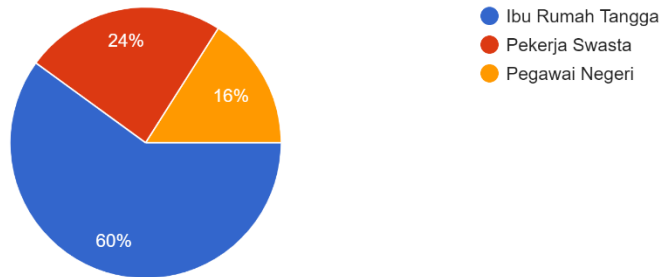
Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2023

Dari tabel diatas bahwa Responden jenis kelamin laki-laki sebanyak 21 responden dengan persentase 21%. Sedangkan untuk responden berjenis kelamin Perempuan sebanyak 79 responden dengan persentase 79%. Maka dapat disimpulkan responden yang diambil dalam penelitian di UMKM Dapur Keyra sebesar 100 responden dengan persentase 100%.

b. Jenis Pekerjaan Responden

Tabel 4. 2 Jenis Pekerjaan Responden

Pekerjaan
100 jawaban



Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2023

Dari tabel diatas pekerjaan yang diambil dari penelitian ini adalah Pegawai Negeri sebanyak 16 responden dengan persentase 16%, Pegawai Swasta sebanyak 24 responden dengan persentase 24%, dan Ibu Rumah Tangga sebanyak 60 responden dengan persentase 60%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa total pekerjaan dari responden sebanyak 100 responden dengan persentase 100%.

4.3 Hasil Uji Kualitas Data

Pada penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan metode *survey* atau penyebaran kuisisioner kepada responden yang sebelumnya telah ditetapkan kriterianya. Hal ini merupakan langkah pertama untuk mengetahui apakah item – item dalam kuisisioner layak atau tidak diujikan dalam sebuah penelitian, agar kuisisioner mampu menjawab dari tujuan penelitian (*valid*), mampu menjadi acuan dari kekonsistensian jika item –

item pertanyaan tersebut dijawab dalam waktu yang berbeda (*reliabel*). Sehingga mendapatkan hasil data yang diinginkan dari responden. Uji instrumen data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

4.3.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau *valid* tidaknya suatu kuesioner. Teknik pengujian dalam penelitian ini menggunakan korelasi *Reliability Analysis*. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan R hitung dari hasil *output* dengan R tabel yang

penyelesaiannya dilakukan dengan menggunakan program SPSS 25, dimana jika R hitung $>$ R tabel maka pertanyaan disetiap kuesioner tersebut dinyatakan *valid*, sebaliknya apabila R hitung $<$ R tabel maka pertanyaan disetiap kuesioner tersebut dinyatakan tidak *valid*. Dalam penelitian ini dilakukan dengan uji signifikan yang membandingkan nilai R hitung dengan nilai R tabel untuk *degree of freedom* $df = n-2$. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel atau responden. Jadi, dalam penelitian ini $df = 100-2$ atau $df = 98$ dengan alpha 5% sehingga didapatkan hasil untuk R tabel = **0,1654**. Berikut adalah hasil pengujiannya sebagai berikut:

a) Uji Validitas Kualitas Produk (X1)

Tabel 4. 3 Tabel 4.3 Uji Validitas Kualitas Produk (X1)

Correlations							
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.227*	.113	.499**	.955**	.788**
	Sig. (2-tailed)		.023	.261	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.227*	1	.172	.402**	.276**	.620**
	Sig. (2-tailed)	.023		.088	.000	.005	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.113	.172	1	.137	.165	.468**
	Sig. (2-tailed)	.261	.088		.174	.101	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.499**	.402**	.137	1	.532**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.174		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.955**	.276**	.165	.532**	1	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.101	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL X1	Pearson Correlation	.788**	.620**	.468**	.751**	.829**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

Sumber: Output Data Pengolahan SPSS 25

Pada variabel X1 terdapat 4 butir pertanyaan yang dapat diolah oleh SPSS *version 25*. Nilai *item total correlation* pada keragaman menu (X1) antara lain: **Item Pernyataan ke 1** mempunyai nilai korelasi sebesar 0,788, Sehingga positif ($r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$), **Item Pertanyaan ke 2** mempunyai nilai korelasi sebesar 0,620, Sehingga positif ($r \text{ hitung} > r \text{ table}$), **Item Pertanyaan ke 3** mempunyai nilai korelasi sebesar 0,468, Sehingga positif ($r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$), **Item Pertanyaan ke 4** mempunyai nilai korelasi

sebesar 0,751, Sehingga positif (r hitung $>$ r tabel), **Item Pertanyaan ke 5** mempunyai nilai korelasi sebesar 0,829, Sehingga positif (r hitung $>$ r tabel). Dilihat dari *output* diatas, seluruh data memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari pada r tabel, maka semua item pertanyaan dikatakan *Valid*.

b) Uji Validitas Kualitas Layanan (X2)

Tabel 4. 4 Uji Validitas Kualitas Layanan (X2)

Correlations							
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.498**	.143	.486**	.564**	.436**
	Sig. (2-tailed)		.000	.155	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.498**	1	.092	.476**	.599**	.475**
	Sig. (2-tailed)	.000		.362	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.143	.092	1	.182	.117	.387**
	Sig. (2-tailed)	.155	.362		.069	.246	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.486**	.476**	.182	1	.463**	.514**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.069		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.564**	.599**	.117	.463**	1	.444**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.246	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL X2	Pearson Correlation	.436**	.475**	.387**	.514**	.444**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

Sumber: Output Data Pengolahan SPSS25

Pada variabel X2 terdapat 4 butir pertanyaan yang dapat diolah oleh SPSS *version 25*. Nilai *item total correlation* pada keragaman menu (X2) antara lain: **Item Pertanyaan ke 1** mempunyai korelasi sebesar 0,436,

Sehingga positif (r hitung $>$ r tabel), **Item Pertanyaan ke 2** mempunyai korelasi sebesar 0,475, Sehingga positif (r hitung $>$ r tabel), **Item Pertanyaan ke 3** mempunyai korelasi sebesar 0,387, Sehingga positif (r hitung $>$ r tabel), **Item Pertanyaan ke 4** mempunyai nilai korelasi sebesar 0,514, Sehingga positif (r hitung $>$ r tabel), **Pertanyaan ke 5** mempunyai nilai korelasi sebesar 0,444, Sehingga positif (r hitung $>$ r tabel). Dilihat dari *output* diatas, seluruh data memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari pada r tabel, maka semua item pertanyaan dikatakan *Valid*.

c) Uji Validitas Citra Perusahaan (X3)

Tabel 4. 5 Uji Validitas Citra Perusahaan (X3)

Correlations							
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X4.5	TOTAL X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.349**	.135	.217*	.289**	.530**
	Sig. (2-tailed)		.000	.180	.030	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.349**	1	.404**	.548**	.563**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.135	.404**	1	.251*	.419**	.659**
	Sig. (2-tailed)	.180	.000		.012	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.217*	.548**	.251*	1	.663**	.743**
	Sig. (2-tailed)	.030	.000	.012		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100

Tabel lanjutan 4. 5 Uji Validitas Citra Perusahaan (X3)

Correlations							
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X4.5	TOTAL X3
X5.5	Pearson Correlation	.289**	.563**	.419**	.663**	1	.827**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL X3	Pearson Correlation	.530**	.796**	.659**	.743**	.827**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

Sumber: Output Data Pengolahan SPSS 25

Pada variabel X3 terdapat 5 butir pertanyaan yang dapat diolah oleh SPSS *version 25*. Nilai *item total correlation* pada keragaman menu (X3) antara lain: **Item Pertanyaan ke 1** mempunyai korelasi sebesar 0,530, Sehingga positif ($r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$), **Item Pertanyaan ke 2** mempunyai korelasi sebesar 0,796, Sehingga positif ($r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$), **Item Pertanyaan ke 3** mempunyai korelasi sebesar 0,659, Sehingga positif ($r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$), **Item Pertanyaan ke 4** mempunyai korelasi sebesar 0,743, Sehingga positif ($r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$), **Item Pertanyaan ke 5** mempunyai korelasi sebesar 0,827, Sehingga positif ($r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$). Dilihat dari output diatas, seluruh data memiliki nilai $r \text{ hitung}$ yang lebih besar dari pada $r \text{ tabel}$, maka semua item pertanyaan dikatakan *Valid*.

d) Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 4.6 Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

Correlations							
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	TOTAL Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.626**	.581**	.606**	.293**	.827**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.626**	1	.474**	.503**	.250*	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.012	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.581**	.474**	1	.786**	.189	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.060	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.606**	.503**	.786**	1	.252*	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.011	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	.293**	.250*	.189	.252*	1	.551**
	Sig. (2-tailed)	.003	.012	.060	.011		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL Y	Pearson Correlation	.827**	.756**	.793**	.830**	.551**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

Sumber: Output Data Pengolahan SPSS 25

Pada variabel Y terdapat 5 butir pertanyaan yang dapat diolah oleh SPSS *version 25*. Nilai *item total correlation* pada keragaman menu (Y) antara lain: **Item Pertanyaan ke 1** mempunyai korelasi sebesar 0,827, Sehingga positif ($r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$), **Item Pertanyaan ke 2** mempunyai korelasi sebesar 0,756, Sehingga positif ($r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$), **Item Pertanyaan ke 3** mempunyai korelasi sebesar 0,793, sehingga positif (r

hitung > r tabel), **Item Pertanyaan ke 4** mempunyai korelasi sebesar 0,830, sehingga positif (r hitung > r tabel), **Item Pertanyaan ke 5** mempunyai korelasi sebesar 0,551, sehingga positif (r hitung > r tabel). Dilihat dari output diatas, seluruh data memiliki nilai *r* hitung yang lebih besar dari pada *r* tabel, maka semua item pertanyaan dikatakan **Valid**.

4.3.2 Uji Reabilitas

Menurut Sugiyono (2020:185) menyatakan bahwa uji *reliabilitas* adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Yang berarti kuisisioner tersebut dapat digunakan untuk mengukur dari satu kondisi ke kondisi lainnya. *Software* SPSS versi 25 yang digunakan dalam penelitian ini memberikan fasilitas untuk mengukur *reliabilitas* dengan uji *statistik*. *Cronbach Alpha* (α). Dengan kriteria jika :

- a. *Cronbach Alpha* > 0,60 maka dinilai **reliabel**.
- b. *Cronbach Alpha* < 0,60 maka dinilai tidak **reliabel**.

1. Uji Reabilitas Kualitas Produk (X1)

Tabel 4. 7 Uji Reabilitas Kualitas Produk (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.719	5

Sumber: output data pengolahan SPSS 25

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel

independent (Kualitas Produk) adalah 0,719. Karena nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh sebesar 0,719 berada diatas 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa setiap item pertanyaan untuk mendapatkan nilai variabel keragaman menu dapat dinyatakan *reliabel* atau handal.

2. Kualitas layanan (X2)

Tabel 4. 8 Uji Reabilitas Kualitas Layanan (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.740	5

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 25

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel *independent* (Kualitas Layanan) adalah 0,740. Karena nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh sebesar 0,740 berada diatas 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa setiap item pertanyaan untuk mendapatkan nilai variabel keragaman menu dapat dinyatakan *reliabel* atau handal.

3. Citra perusahaan (X3)

Tabel 4. 9 Uji Reabilitas Citra Perusahaan (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.753	5

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 25

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel *independent* (Citra Perusahaan) adalah 0,753. Karena nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh sebesar 0,753 berada diatas 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa setiap item pertanyaan untuk mendapatkan nilai variabel keragaman menu dapat dinyatakan *reliabel* atau handal.

4. Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 4. 10 Uji Reabilitas Kepuasan Konsumen (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.800	5

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 25

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel *dependent* (Kepuasan Konsumen) adalah 0,800. Karena nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh sebesar 0,800 berada diatas 0,60, Maka dapat disimpulkan bahwa setiap item pertanyaan untuk mendapatkan nilai variabel keragaman menu dapat dinyatakan reliabel atau handal.

4.4 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Gunawan (2020) Uji normalitas data adalah uji yang digunakan untuk mengetahui dan mengukur apakah data yang didapatkan memiliki distribusi normal atau tidak, dan apakah data yang diperoleh berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Uji

normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model *regresi*, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model *regresi* yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau penyebaran data statistik pada sumbu *diagonal* dari *grafik* distribusi normal. Pada uji normalitas data dilakukan memakai uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* yaitu ketentuan nilai *signifikan* diatas 5% atau 0,05 maka data itu mempunyai distribusi normal. Sebaliknya jika nilai *signifikan* dibawah 5% atau 0,05 maka data tidak memiliki distribusi normal.

Tabel 4. 11 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.84630025
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.054
	Negative	-.061
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 25

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai *signifikasi* 0,200. Artinya lebih besar dari nilai *signifikan* diatas 5% atau 0,05 Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi **Normal**.

b. Uji Linieritas

Uji Linearitas Menurut Ghozali (2018:167) uji linieritas digunakan untuk melihat apakah *spesifikasi* model yang digunakan sudah benar atau tidak.

Berikut ini hasil Uji Linieritas untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4. 12 Uji Linieritas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X2	Between Groups	(Combined)	150.219	9	16.691	2.984	.004
		Linearity	107.494	1	107.494	19.215	.000
		Deviation from Linearity	42.725	8	5.341	.955	.476
	Within Groups		503.491	90	5.594		
	Total		653.710	99			

Sumber: Ouput Data Pengolahan Data SPSS 25

Berdasarkan hasil uji linieritas diketahui nilai *signifikansi deviation from linearity* sebesar 0,476. Artinya lebih besar dari nilai signifikansi yaitu 0,05 maka dapat disimpulkan dua variabel dikatakan mempunyai hubungan *linier* karena *signifikansi* lebih dari 0,05.

c. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2018: 145) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model *regresi* variabel *independent* dan variabel *dependent* atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Dalam pengertian sederhana setiap variabel bebas menjadi variabel terikat dan diregresi terhadap variabel bebas lainnya. Multikolinieritas terjadi apabila antar variabel bebas terdapat hubungan yang *signifikan*.

Untuk mengetahui model *regresi* yang tidak terjadi Multikolinieritas adalah koefisien antar variabel bebas haruslah lemah, jika ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90) ini akan terindikasi adanya Multikolinieritas. Untuk mendeteksi adanya Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

- ~ Jika nilai *tolerance* < 0,10 dan VIF > 10, maka terjadi Multikolinieritas.
- ~ Jika nilai *tolerance* > 0,10 dan VIF < 10, maka tidak terjadi Multikolinieritas.

Tabel 4. 13 Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.969	.645		4.602	.000		
	X1	.308	.040	.345	7.801	.000	.525	1.907
	X2	.078	.031	.100	2.531	.013	.663	1.509
	X3	.462	.028	.651	16.567	.000	.664	1.505

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 25

Berdasarkan tabel di atas, hasil Uji Multikolinearitas menunjukkan bahwa seluruh variabel *independent* **Kualitas Produk (X1)** memiliki nilai toleransi sebesar 0,525, **Kualitas Layanan (X2)** memiliki nilai toleransi 0,663 dan **Citra Perusahaan (X3)** memiliki nilai toleransi sebesar 0,664, dimana seluruh *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF variabel **Kualitas Produk (X1)** memiliki nilai VIF sebesar 1,907, **Kualitas Layanan (X2)** memiliki nilai VIF sebesar 1,509, dan

Citra Perusahaan (X3) memiliki nilai VIF sebesar 1,505.

Sehingga seluruh nilai *VIF* lebih kecil dari 10, Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh data dalam penelitian ini tidak terjadi Multikolinearitas sehingga dapat dikatakan sebagai data yang bagus.

4.5 Uji Heteroskedastisitas

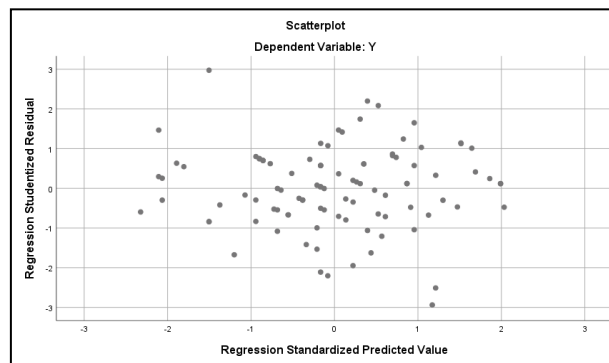
Menurut Ghozali (2018:137) Uji Heteroskedastisitas berfungsi untuk mengetahui apakah dalam model *regresi* terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* suatu pengamatan ke pengamatan lain.

Kemudian Iman Ghozali (2018:138) menyatakan bahwa ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas sebagai berikut: “Dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (*dependent*) yaitu *ZPRED* dengan residualnya *SRESID*”. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatterplot* antara *SRESID* dan *ZPRED* dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di *studentized*. Adapun dasar analisisnya sebagai berikut:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka menunjukkan telah terjadi Heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola tertentu yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Berikut merupakan tabel hasil Uji Heteroskedasitas dengan menggunakan bantuan SPSS 25.

Tabel 4. 14 Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 25

Hasil dari grafik *Scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu model *regresi*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Heteroskedastisitas.

4.6 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2020:213) menyatakan bahwa Analisis Regresi Linier berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel *dependent* bila nilai variabel *independent* dinaikkan atau diturunkan nilainya. Analisis Regresi Linier berganda merupakan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini, digunakan untuk menguji Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen. Berikut merupakan tabel hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda dengan menggunakan bantuan SPSS 25.

Tabel 4. 15 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.969	.645		4.602	.000
	X1	.308	.040	.345	7.801	.000
	X2	.078	.031	.100	2.531	.013
	X3	.462	.028	.651	16.567	.000

Sumber: Output Data Pengolahan SPSS 25

Dari hasil pada tabel diatas, persamaan Regresi Linier Berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut ;

$$Y = A + B1X1 + B2X2 + B3X3$$

$$Y = 2,969 + 0,308 X1 + 0,078 X2 + 0,462 X3$$

Berdasarkan persamaan diatas, maka dapat dijelaskan hasil Uji Regresi Linier Berganda adalah sebagai berikut:

- a. Nilai a sebesar 2,969 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel kepuasan konsumen belum di pengaruhi oleh variabel lainnya yaitu variabel Kualitas Produk (X1), Kualitas Layanan (X2) dan Citra Perusahaan (X3). Jika variabel *independent* tidak ada maka variabel kepuasan konsumen tidak mengalami perubahan.
- b. B1 (Nilai Koefisien Regresi X1) 0,308 menunjukkan bahwa variabel mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen, yang berarti setiap kenaikan satuan variabel kualitas produk maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 0,308, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak di teliti dalam penelitian ini.

- c. B2 (Nilai Koefisien Regresi X2) 0,078 menunjukkan bahwa variabel mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen, yang berarti setiap kenaikan satuan variabel kualitas layanan maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 0,078, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak di teliti dalam penelitian ini.
- d. B3 (Nilai Koefisien Regresi X3) 0,462 menunjukkan bahwa variabel mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen, yang berarti setiap kenaikan satuan variabel citra perusahaan maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 0,462, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak di teliti dalam penelitian ini.

4.7 Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Ghozali (2018, 152) mengatakan bahwa *uji t* digunakan untuk mengetahui masing-masing variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Uji ini pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel *independent* secara parsial dalam menerangkan variasi variabel *dependent*.

Dalam penelitian ini menggunakan nilai T tabel sebesar **1,98498**, dan rumus nya sebagai berikut:

$$(a / 2 ; n - k - 1)$$

$$(0.05 / 2 ; 100 - 3 - 1)$$

$$(0.025 ; 96)$$

Sumber: Sahid Raharjo (2018)

Uji Parsial ini untuk menganalisis data menggunakan nilai signifikan yaitu 0,05. Penolakan atau penerimaan hipotesis berdasarkan kriteria diantaranya yaitu :

- a. Jika probabilitas (*signifikansi*) $< 0,05$ atau $T \text{ hitung} > T \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat secara individual.
- b. Jika probabilitas (*signifikansi*) $> 0,05$ atau $T \text{ hitung} < T \text{ tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel terikatnya secara individual.

Hasil dari uji parsial dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel di bawah. Hasil Uji T atas variabel **Kualias Produk (X1)**, **Kualitas Layanan (X2)** dan **Citra Perusahaan (X3)** terhadap **Kepuasan konsumen (Y)** dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 16 Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.969	.645		4.602	.000
	X1	.308	.040	.345	7.801	.000
	X2	.078	.031	.100	2.531	.013
	X3	.462	.028	.651	16.567	.000

Sumber: Output Data Pengolahan SPSS 25

Berdasarkan Tabel Uji T di atas dapat di jelaskan di bawah ini:

1. Diperoleh variabel *independent* Kualitas Produk (X1) memiliki nilai positif, hal ini menunjukkan hubungan antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen berbanding lurus. Diketahui *signifikansi* (Sig) variabel keragaman menu (X1) adalah sebesar 0,000. Karena nilai Sig. $0,000 < probabilitas$ 0,05, dan nilai t hitung variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 7,801. Karena nilai t hitung $7,801 > t$ tabel 1,98498. Maka, dapat disimpulkan bahwa H1 atau hipotesis pertama diterima. Artinya, terdapat pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).
2. Diperoleh variabel *independent* Kualitas Layanan (X2) memiliki nilai positif, hal ini menunjukkan hubungan antara Kualitas Layanan dengan Kepuasan Konsumen berbanding lurus. Diketahui *signifikansi* (Sig) variabel keragaman menu (X2) adalah sebesar 0,013. Karena nilai Sig. $0,013 < probabilitas$ 0,05, dan nilai t hitung variabel Kualitas Layanan (X2) sebesar 2,531. Karena nilai t hitung $2,531 > t$ tabel 1,98498. Maka, dapat disimpulkan bahwa H2 atau hipotesis kedua diterima. Artinya, terdapat pengaruh Kualitas Layanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).
3. Diperoleh variabel *independent* Citra Perusahaan (X3) memiliki nilai positif, hal ini menunjukkan hubungan antara Citra Perusahaan dengan Kepuasan Konsumen berbanding lurus. Diketahui *signifikansi* (Sig) variabel keragaman menu (X3) adalah sebesar 0,000. Karena

nilai Sig. 0,000 < *probabilitas* 0,05, dan nilai t hitung variabel Citra perusahaan (X3) sebesar 16.567. Karena nilai t hitung 16,567 > t tabel 1,98498. Maka, dapat disimpulkan bahwa H3 atau hipotesis ketiga diterima. Artinya, terdapat pengaruh Citra Perusahaan (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

b. Uji F (Uji Silmutan)

Menurut Ghozali (2018) uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel *dependent* dan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual melalui *goodness of fit*. Uji koefisien regresi simultan juga digunakan untuk pengujian hipotesis penelitian pengaruh variabel *independent* secara bersama, variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen dengan menggunakan uji F. Untuk mengetahui pengaruh variabel – variabel *independent* secara simultan terhadap variabel *dependent* digunakan tingkat *signifikansi* $\alpha = 0,05$ atau 5%. Hasil uji F dapat dilihat pada table ANOVA yang menunjukkan variabel *independent* berpengaruh terhadap variabel *dependent* jika p value (kolom sig) < *level of signifikan* yang ditentukan.

Dalam penelitian ini menggunakan nilai F tabel sebesar **2.70**, dan rumus nya sebagai berikut:

$$F_{tabel} = F(k ; n - k)$$

$$F(3 ; 100 - 3) = (3 ; 97)$$

Sumber: Sahid Raharjo (2018)

Hasil dari uji kelayakan model dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4. 17 Uji F (Silmutan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	316.236	3	105.412	292.834	.000 ^b
	Residual	34.557	96	.360		
	Total	350.794	99			

Sumber: Output Data Pengolahan SPSS 25

Berdasarkan Tabel yang ditampilkan uji F yang dapat dipergunakan untuk memprediksi kontribusi aspek-aspek variabel Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Dari perhitungan didapatkan nilai F hitung sebesar 292,834 dan F tabel sebesar 2,70, karena nilai F hitung > F tabel atau $292,834 > 2,70$ dan besar signifikan $0,000 < 0,05$, maka hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel *independent* atau Kualitas Produk (X1), Kualitas Layanan (X2) dan Citra Perusahaan (X3) secara bersama-sama berpengaruh *signifikan* terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Nurhidayati & Yuliantari (2018) “koefisien determinasi adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih X (bebas) terhadap variabel Y (terikat)”. Koefisien determinasi

pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan variabel *independent* dalam menerangkan variasi variabel *dependent*. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel *independent* dalam menjelaskan variasi variabel *dependent* amat terbatas. Nilai yang mendekati satu, maka variabel – variabel *independent* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel *dependent*. Dengan menggunakan model ini, maka kesalahan pengganggu diusahakan minimum sehingga (*R* ²) mendekati 1, sehingga perkiraan regresi akan lebih mendekati keadaan yang sebenarnya. Berikut ini adalah tabel hasil pengujian koefisien determinasi:

Tabel 4. 18 Koefisien Determnasi (R²)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.949 ^a	.901	.898	.600

Sumber: Output Data Pengolahan SPSS25

Berdasarkan Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,901. Hal ini berarti 90,1% variabel *dependent* berupa Kepuasan Konsumen dapat dipengaruhi oleh variabel Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan sedangkan sisanya sebesar 9,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

4.8 Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan model pengaruh variabel Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen di UMKM Dapur Keyra Kec. Puri Kab. Mojokerto secara sendiri – sendiri (*parsial*) dan secara simultan yang sebelumnya telah dilakukan uji validitas dan reliabilitas *instrument* penelitian yaitu kuesioner. Berdasarkan hasil yang diperoleh yaitu dari kuesioner yang telah disebarakan kepada responden telah *valid* dan *reliabel* sehingga akan memberikan hasil penelitian yang diharapkan. Setelah semua instrument *valid* dan *reliable*, uji *asumsi klasik* sebagai asumsi dasar dari model *analisis regresi*. Dengan demikian maka model yang diperoleh dapat diinterpretasikan secara rinci sebagai berikut:

a) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di UMKM Dapur Keyra Kec. Puri Kab. Mojokerto.

Berdasarkan pengujian hipotesis pertama diperoleh nilai T hitung Kualitas Produk (X1) sebesar 7,801 yang lebih besar dari T tabel sebesar 1,98498 dengan nilai *probabilitas signifikansi* $0,000 < 0,05$, artinya variabel Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Maka dalam penelitian ini H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya Kualitas Produk berpengaruh positif dan *signifikan* terhadap Kepuasan Konsumen.

Kualitas produk juga menentukan rasa kepuasan konsumen dalam membeli suatu produk dari UMKM Dapur Keyra. Apabila kualitas yang

diberikan buruk, maka konsumen akan merasa kecewa telah membeli produk tersebut begitupun sebaliknya jika kualitas dari produk tersebut baik, maka konsumen akan merasa puas. Kepuasan yang dirasakan konsumen dapat membuat konsumen tersebut untuk terus melakukan pembelian terhadap produk tersebut.

Pernyataan tersebut di perkuat oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Roni Andika, Edy Kusnadi dan Dwi Perwitasari Wiryaningtyas, (2022) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Sembako Barokah Dibesuki Situbondo”, dengan hasil yang diperoleh adalah Kualitas Produk berpengaruh *signifikan* positif terhadap Kepuasan Konsumen.

b) Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di UMKM Dapur Keyra Kec. Puri Kab. Mojokerto

Berdasarkan pengujian hipotesis kedua diperoleh nilai T hitung Kualitas Layanan (X2) sebesar 2,531 yang lebih besar dari T tabel sebesar 1,98498 dengan nilai *probabilitas signifikansi* $0,013 < 0,05$, artinya variabel Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh positif dan *signifikan* terhadap Kepuasan Konsumen. Maka dalam penelitian ini Ho ditolak dan Ha diterima yang artinya Kualitas Layanan berpengaruh positif dan *signifikan* terhadap Kepuasan Konsumen.

Kualitas layanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan keinginan dan kebutuhan konsumen serta ketetapan penyampainnya

dalam mengimbangi harapan konsumen. Konsumen dalam hal ini yaitu konsumen UMKM Dapur Keyra yang mendapatkan pelayanan yang baik, mereka akan merasa senang atas sikap yang didapatkan oleh semua pihak pelayanan jasa tersebut. Karena pada dasarnya setiap karyawan perusahaan akan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada para konsumen atau pelanggan mereka, akan menumbuhkan kepuasan tersendiri dari para konsumen untuk tetap mempertahankan mendapatkan pelayanan jasa dari perusahaan tersebut.

Pernyataan tersebut diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Dwi Aliyyah Apriyani sunarti (2019) Universitas Brawijaya Malang. dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen “(Survey Pada Konsumen *the little a coffe shop* sidoarjo)” dengan hasil yang diperoleh adalah Kualitas Layanan berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan Konsumen

c) Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen Di UMKM Dapur Keyra Kec. Puri Kab. Mojokerto

Berdasarkan Tabel Uji T diperoleh nilai T hitung Citra Perusahaan (X3) sebesar 16,567 yang lebih besar dari T tabel sebesar 1,98498 dengan nilai *probabilitas signifikansi* $0,000 < 0,05$, artinya variabel Citra Perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan *signifikan* terhadap Kepuasan konsumen. Maka dalam penelitian ini H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya Citra Perusahaan berpengaruh positif dan

signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Citra perusahaan sangatlah penting bagi sebuah perusahaan terutama yang penulis teliti yaitu di UMKM dapur keyra dan *owner* suatu perusahaan haruslah menjaga citra perusahaannya tetap terjaga dengan baik. Citra perusahaan yang baik akan mempermudah konsumen dalam mengenali suatu perusahaan dan memungkinkan untuk melakukan pembelian berulang sehingga pada akhirnya perusahaan akan memperoleh laba yang lebih besar.

Pernyataan tersebut diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Dewi Sartika Agustiar Sihombing (2020) Universitas Riau. dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Jalur Nugraha Ekakurir (Jne) Pekanbaru” dengan hasil yang diperoleh adalah Citra Perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan Konsumen.

d) Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Secara Simultan Terhadap Kepuasan Konsumen Di UMKM Dapur Keyra Kec. Puri Kab. Mojokerto

Berdasarkan uji hipotesis yang dapat dipergunakan untuk memprediksi kontribusi aspek-aspek variabel Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Dari perhitungan didapatkan nilai F hitung sebesar 292,834 dan F tabel sebesar 2,699, karena nilai F hitung > F tabel atau $292,834 > 2,70$ dan besar *signifikan*

0,000 < 0,05, maka hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel *independent* atau Kualitas Produk (X1), Kualitas Layanan (X2) dan Citra Perusahaan (X3) secara bersama-sama berpengaruh *signifikan* terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

Kualitas produk, Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan memiliki hubungan yang kuat dan bersifat positif diantara ketiganya, memiliki pengaruh yang bersifat searah yakni kualitas produk mempengaruhi kualitas layanan dan kualitas layanan mempengaruhi citra perusahaan yang artinya ketika kualitas produk mengalami peningkatan, serta mempertahankan kualitas pelayanan serta selalu aktif dalam melakukan pemasaran

Pernyataan tersebut diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Chalsy Chrissanda Novalia, Sri Wijastuti, Muhammad Nurhadi Sulistyono (2020). Dengan judul penelitian "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen", Dengan hasil yang diperoleh Adalah Kualitas Pelayanan, Kualita Produk Dan Citra Toko berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan Konsumen.