

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Profil Lokasi Penelitian

Obyek penelitian ini adalah Agroindustri Sambel Pecel yang berada di Jalan Salak Raya No. 84 Kota Madiun. Taman Sari merupakan unit bisnis yang bergerak di bidang pusat oleh-oleh khas Kota Madiun yang telah memiliki merek (brand) sendiri. Taman Sari didirikan pada tanggal 15 Desember 1994 oleh Bapak Soekaryono yang sekaligus sebagai owner dan sekarang bisnis ini dilanjutkan oleh Ibu Siti Umiyati yang tidak lain adalah istri Bapak Soekaryono. Pada awal berdirinya Taman Sari hanyalah toko kecil berukuran 3x3 m yang hanya menjual brem dari pemasok-pemasok saja dengan berbagai merek brem.

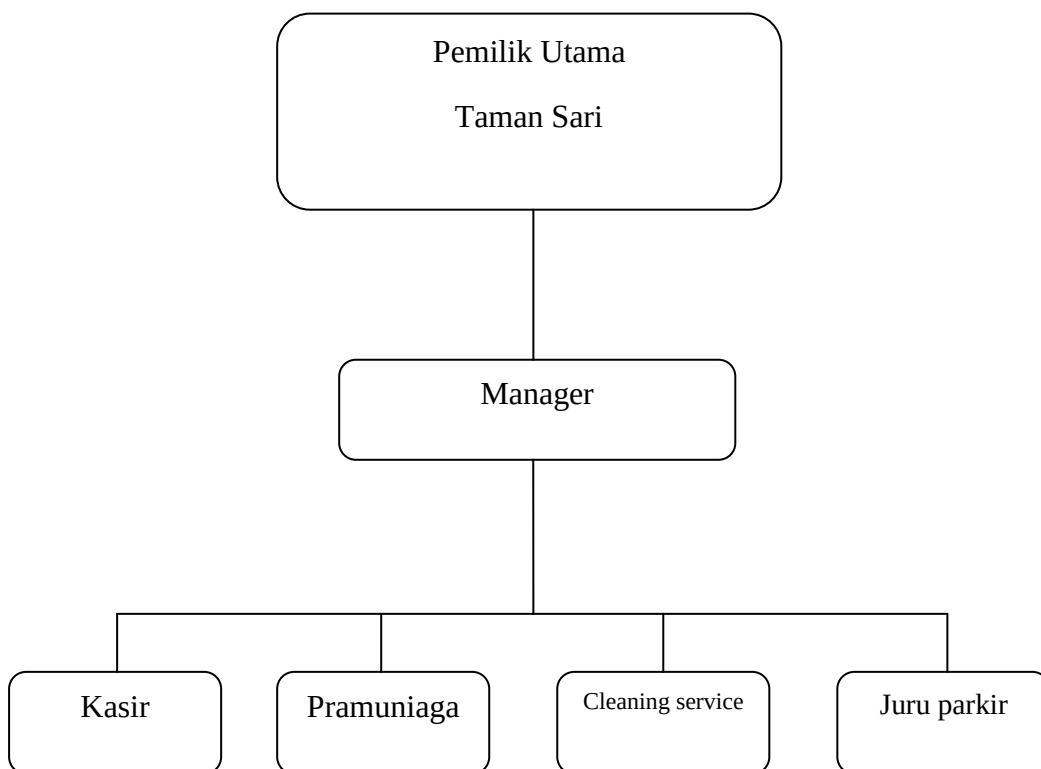
Tahun 2003 merupakan langkah awal berkembangnya Taman Sari dimana pemilik membongkar rumah tinggalnya untuk dijadikan sebuah toko berkonsep swalayan yang bertujuan untuk memberikan kenyamanan kepada konsumen saat berbelanja, dari sinilah Taman Sari mulai dikenal oleh masyarakat luas baik dari Madiun maupun luar Madiun.

Pada tahun 2012 Taman Sari mulai memproduksi sambel pecel sendiri dengan nama Sambel Pecel Khas Madiun Taman Sari. Langkah ini diambil dengan tujuan untuk memaksimalkan penjualan sambel pecel yang sebelumnya hanya berasal dari pemasok-pemasok saja, sehingga penjualan bisa dimaksimalkan dengan adanya produksi sambel pecel ini. Agroindustri sambel pecel taman sari dikelola langsung oleh Bapak Susilo Heru Prasetyo yang merupakan putra dari Ibu Siti Umiyati. Sambel Pecel Khas Madiun Taman Sari telah memiliki perizinan dari Dinas Kesehatan dengan P-IRT No. 2153519010454-17, selain itu Sambel Pecel Khas Madiun Taman Sari juga telah mendapat penghargaan Piagam Bintang Keamanan Pangan dari Badan POM RI dengan nomor 101014.3519.162 berdasarkan pada higiene karyawan, penyimpanan pangan, pengendalian hama, serta sanitasi tempat dan peralatan.

Seiring dengan perkembangannya, saat ini Taman Sari telah memiliki 5 outlet yaitu, Taman Sari 1 terletak di Jalan Salak Barat No. 84 Kota Madiun, Taman Sari 2 terletak di Jalan Taman Praja No. 3 Kota Madiun, Taman Sari 3

terletak di Jalan Pahlawan No. 9 Kota Madiun, lalu Taman Sari 4 di Jalan Raya Madiun-Solo Kecamatan Jiwan Kabupaten Madiun, dan yang terakhir Taman Sari 5 berada di Jalan Kemiri Kota Madiun. Taman Sari juga memperluas daerah pemasarannya ke daerah Yogyakarta, Magelang, Salatiga, dan Surabaya.

Sistem kepengurusan dan struktur organisasi Taman Sari dibagi menjadi 5 bagian jabatan, diantaranya: Pemilik Utama, Manager, Kasir, Pramuniaga, Cleaning Service, dan Juru Parkir. Berikut struktur organisasi dalam Taman Sari.



Skema 2. Sistem Kepengurusan Taman Sari

5.2 Karakteristik Responden

Pada penelitian mengenai pengaruh kualitas produk Sambel Pecel Khas Madiun Taman Sari terhadap kepuasan konsumen ini untuk memperoleh data menggunakan bantuan kuesioner. Kuesioner ini yang menjadi alat untuk mengetahui persepsi konsumen akan kualitas dari Sambel Pecel Khas Madiun Taman Sari. Maka, kuesioner yang telah disebar dapat diketahui gambaran karakteristik dari konsumen Sambel Pecel Khas Madiun Taman Sari sebagai berikut:

Tabel 2. Karakteristik responden menurut jenis kelamin

Karakteristik		Jumlah Responden	Presentase (%)
Jenis Kelamin	Pria	14	28 %
	Wanita	36	72 %
Jumlah		50	100 %

Sumber: Data Primer Diolah, 2015

Berdasarkan tabel karakteristik responden menurut jenis kelamin, dapat dilihat dominasi konsumen wanita. Hal ini dikarenakan wanita cenderung lebih aktif dalam berbelanja dan lebih peka terhadap kebutuhan yang akan dibeli dibanding dengan pria. Begitu juga dalam hal ini, wanita lebih dapat memilih komoditas yang akan dibeli, khususnya sambel pecel. Selain itu wanita khususnya yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga lebih sering melakukan pembelian mengingat perannya sebagai pengatur kebutuhan rumah tangga.

Tabel 3. Karakteristik responden menurut umur

Karakteristik		Jumlah responden	Presentase (%)
Umur	< 20 tahun	27	54 %
	21 – 30 tahun	14	28 %
	31 – 40 tahun	7	14 %
	41 – 50 tahun	1	2 %
	>51 tahun	1	2 %
Jumlah		50	100 %

Sumber: Data Primer Diolah, 2015

Berdasarkan tabel karakteristik responden menurut umur, usia produktif lebih mendominasi daripada usia tua. Hal ini dikarenakan usia produktif lebih aktif dibanding usia yang lebih tua. Begitu juga dalam kegiatan berbelanja, usia produktif lebih sering ditemui. Hal itu juga terjadi di outlet – outlet Taman Sari, bahwa usia produktif lebih mendominasi kegiatan ini.

Tabel 4. Karakteristik responden menurut pendidikan

Karakteristik		Jumlah responden	Presentase (%)
Pendidikan	SD	-	-
	SMP	18	36 %
	SMA/SMK	26	52 %
	DIPLOMA	1	2 %
	SARJANA	5	10 %
Jumlah		50	100 %

Sumber: Data Primer Diolah, 2015

Berdasarkan tabel karakteristik responden menurut pendidikan, dominasi terlihat pada tingkat pendidikan SMA/SMK. Hal ini terjadi karena mayoritas mereka yang berada pada tingkat pendidikan tersebut lebih memiliki waktu luang dibanding dengan yang lain. Atau pekerjaan yang dimiliki responden pada tingkat pendidikan SMA/SMK lebih memungkinkan untuk ditinggal berbelanja karena tidak terikat pada atasan sehingga dapat ditinggal untuk pergi belanja sambil pecel Khas Madiun Taman Sari.

Tabel 5. Karakteristik responden menurut profesi

Profesi		Jumlah responden	Presentase (%)
Profesi	Pelajar	23	46 %
	Mahasiswa	2	4 %
	IRT	4	8 %
	Wiraswasta	8	16 %
	Guru/PNS	3	6 %
	Kontraktor	1	2 %
	Mekanik	1	2 %
	Lain-lain	8	16%
Jumlah		50	100 %

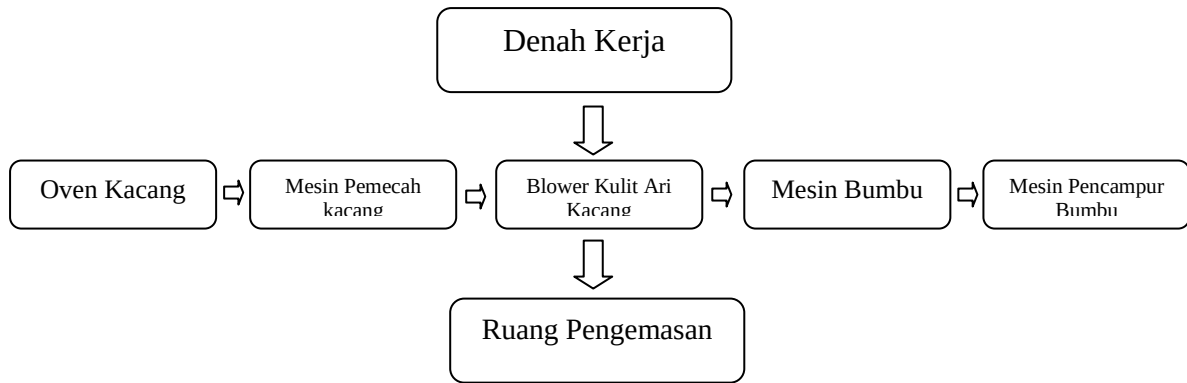
Sumber: Data Primer Diolah, 2015

Berdasarkan hasil penelitian produk yang dibeli hanya dikonsumsi dalam keluarga atau tidak untuk dijual kembali. Hanya sebagian kecil produk yang kemudian dijual kembali, namun kebanyakan para pembeli berasal dari luar Kota Madiun atau yang mempunyai outlet-outlet kecil oleh-oleh khas Kota Madiun.

5.3 Proses Produksi

Pada proses produksi strategi pengendalian kualitas yang dilakukan mulai dari aspek tenaga kerja, perawatan peralatan. Dalam menjaga kualitas produk dilihat dari aspek tenaga kerja maka perlu suatu standar operasional yang harus dijalankan oleh setiap tenaga kerja yang terlibat. Penerapan standar operasional sangat diwajibkan dalam hal proses produksi sambel pecel ini. Selain itu kebersihan juga sangat diperhatikan di dalam proses produksi, mulai dari kebersihan tenaga kerja, bahan baku, dan peralatan yang akan digunakan selama proses produksi sambel pecel.

Berikut denah kerja yang diterapkan oleh Taman Sari dalam proses produksi sambel pecel:



Skema 3. Denah Kerja Produksi Sambel Pecel Taman Sari

Denah kerja Produksi Sambel Pecel Taman Sari ini digunakan sebagai kontrol produksi untuk menjaga kualitas dari Sambel Pecel Khas Madiun Taman Sari. Dengan terjaganya kualitas dari sambel pecel maka konsumen dapat terpuaskan dan loyalitas terhadap Taman Sari dapat terbangun.

5.4 Pasca Produksi

Kualitas produk tidak hanya berkaitan dengan faktor higienitas tetapi juga dari aspek estetika dari produk tersebut. Konsumen akan merasa puas apabila mendapat produk yang sempurna baik dari kualitas rasa, tampilan dan pelayanan. Untuk menjaga kualitas tampilan produk Sambel Pecel Khas Madiun Taman Sari juga menerapkan sistem sortasi dan kontrol agar produk yang akan dijual kepada konsumen benar-benar sempurna dan terjaga kualitasnya.

Setelah selesai tahapan produksi maka sambel pecel langsung dikemas dan siap di distribusikan ke outlet-outlet Taman Sari yang tersebar di Kota Madiun dan Kabupaten Madiun. Setelah proses distribusi, dilakukan pengecekan terhadap stok sambel pecel yang akan dijual kepada konsumen. Setelah melalui proses pengecekan stok dan produk sudah siap maka Sambel Pecel Khas Kota Madiun Taman Sari bisa dibeli oleh konsumen di semua outlet Taman Sari di Kota maupun Kabupaten Madiun.

5.5 Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi jawaban responden dapat menggambarkan tanggapan responden atas kuesioner yang telah diberikan kepada 50 responden Sambel Pecel Khas

Madiun Taman Sari. Untuk mengetahui deskripsi jawaban responden tersebut maka secara lengkap dapat diuraikan sebagai berikut:

5.5.1 Kondisi Sambel Pecel = X_1

Tanggapan responden mengenai variabel Kondisi Sambel Pecel dapat diketahui melalui lima indikator yang secara lengkap dapat disajikan pada tabel berikut:

Tabel 6. Deskripsi jawaban variabel Kondisi Sambel Pecel X_1

Item	5		4		3		2		1		Jumlah		Rata-rata	Indeks
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Jumlah	%		
X1.1	8	16	15	30	19	38	7	14	1	2	50	100	3.44	68.80
X1.2	5	10	14	28	21	42	10	20	0	0	50	100	3.28	65.60
													3.36	

Sumber: Data Primer Diolah 2015

Hasil jawaban 50 responden pada variabel Kondisi Sambel Pecel indikator pertama kenikmatan rasa sambel pecel yang dirasakan memiliki indeks sebesar 68,80. Hasil ini menunjukkan bahwa konsumen memberikan penilaian yang tinggi terhadap indikator tersebut. Untuk indikator kedua tentang kekentalan rasa kacang tanah dan cabai sebagai bahan utama Sambel Pecel Khas Madiun Taman Sari memiliki nilai indeks sebesar 65,60. Hal ini menunjukkan bahwa indikator tersebut memiliki tingkat yang sedang di mata konsumen.

5.5.2 Keistimewaan Tambahan = X_2

Tanggapan responden mengenai variabel Keistimewaan Tambahan dapat diketahui melalui dua indikator yang masing-masing dapat diuraikan pada tabel berikut:

Tabel 7. Deskripsi jawaban variabel Keistimewaan Tambahan X_2

Item	5		4		3		2		1		Jumlah		Rata-rata	Indeks
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Jumlah	%		
X2.1	15	30	14	28	10	20	8	16	3	6	50	100	3.60	72.00
X2.2	10	20	16	32	14	28	8	16	2	4	50	100	3.48	69.60
													3.54	

Sumber. Data Primer Diolah 2015

Hasil jawaban 50 responden pada variabel Kesitimewaan Tambahan indikator pertama ketersediaan varian ukuran kemasan Sambel Pecel Khas Madiun Taman Sari sudah memenuhi keinginan konsumen memiliki nilai indeks sebesar 72. Hasil ini menunjukkan bahwa konsumen memberikan penilaian yang tinggi terhadap indikator tersebut. Untuk indikator kedua tentang penggunaan cabai pada Sambel Pecel Khas Madiun Taman Sari memiliki nilai indeks sebesar 69,6. Hal ini menunjukkan bahwa indikator tersebut memiliki tingkat yang tinggi di mata konsumen.

5.5.3 Daya Tahan = X_3

Tanggapan responden mengenai variabel Daya Tahan dapat diketahui melalui dua indikator yang masing-masing dapat diuraikan pada tabel berikut:

Tabel 8. Deskripsi jawaban variabel Daya Tahan X_3

Item	5		4		3		2		1		Jumlah		Rata-rata	Indeks
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Jumlah	%		
X3.1	8	16	20	40	13	26	5	10	4	8	50	100	3.46	69.20
X3.2	8	16	21	42	12	24	5	10	4	8	50	100	3.48	69.60
													3.47	

Sumber. Data Primer Diolah 2015

Hasil jawaban 50 responden pada variabel Daya Tahan indikator pertama perubahan rasa setelah disimpan lama (1 bulan) memiliki nilai indeks sebesar 69.20. Hasil ini menunjukkan bahwa konsumen memberikan penilaian yang tinggi tentang indikator tersebut. Untuk indikator kedua tentang perubahan warna setelah disimpan lama (1 bulan) memiliki nilai indeks sebesar 69.60. Hasil ini menunjukkan bahwa indikator tersebut memiliki tingkat yang tinggi di mata konsumen.

5.5.4 Pelayanan Terhadap Konsumen = X_4

Tanggapan responden mengenai variabel Pelayanan Terhadap Konsumen dapat diketahui melalui lima indikator yang masing-masing dapat diuraikan pada tabel berikut:

Tabel 9. Deskripsi jawaban variabel Pelayanan Terhadap Konsumen X₄

Item	5		4		3		2		1		Jumlah		Rata-rata	Indeks
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Jumlah	%		
X4.1	8	16	21	42	12	24	8	16	1	2	50	100	3.54	70.80
X4.2	8	16	20	40	8	16	14	28	0	0	50	100	3.44	68.80
													3.49	

Sumber. Data Primer Diolah 2015

Hasil jawaban 50 responden pada variabel Pelayanan Terhadap Konsumen indikator pertama perlakuan terhadap pelanggan ketika melakukan pembelian Sambel Pecel Khas Madiun Taman Sari memiliki nilai indeks sebesar 70,80. Hasil ini menunjukkan bahwa konsumen memberikan penilaian yang tinggi terhadap indikator tersebut. Untuk indikator kedua tentang setiap transaksi jual beli, pelayan juga memberikan informasi tambahan maupun menjawab pertanyaan konsumen memiliki nilai indeks sebesar 68,80. Hal ini menunjukkan bahwa indikator tersebut memiliki tingkat yang tinggi di mata konsumen.

5.5.5 Nilai Estetika = X₅

Tanggapan responden mengenai variabel Nilai Estetika dapat diketahui melalui dua indikator yang masing-masing dapat diuraikan pada tabel berikut:

Tabel 10. Deskripsi jawaban variabel Nilai Estetika X₄

Item	5		4		3		2		1		Jumlah		Rata-rata	Indeks
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Jumlah	%		
X5.1	17	34	23	46	4	8	5	10	1	2	50	100	4.00	80.00
X5.2	14	28	27	54	5	10	2	4	2	4	50	100	3.98	79.60
													3.99	

Sumber. Data Primer Diolah 2015

Hasil jawaban 50 responden pada variabel Nilai Estetika indikator pertama kemasan Sambel Pecel Khas Madiun Taman Sari menarik minat beli konsumen memiliki nilai indeks sebesar 80. Hasil ini menunjukkan bahwa konsumen memberikan penilaian yang tinggi terhadap indikator tersebut. Untuk indikator kedua tentang kemasan selalu rapi dan diperhatikan memiliki nilai indeks sebesar 79.60. hasil ini menunjukkan bahwa indikator tersebut memiliki tingkat yang tinggi di mata konsumen.

5.5.6 Kesan Kualitas = X_6

Tanggapan responden mengenai variabel Kesan Kualitas dapat diketahui melalui satu indikator yang masing-masing dapat diuraikan pada tabel berikut:

Tabel 11. Deskripsi jawaban variabel Kesan Kualitas X_6

Item	5		4		3		2		1		Jumlah		Rata-rata	Indeks
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Jumlah	%		
X6	9	18	31	62	5	10	2	4	3	6	50	100	3.82	76.40
													3.82	

Sumber. Data Primer Diolah 2015

Hasil jawaban 50 responden pada variabel Kesan Kualitas indikator pertama harga yang harus dibayarkan sesuai dengan kualitas Sambel Pecel Khas Madiun Taman Sari memiliki nilai indeks sebesar 76,40. Hasil ini menunjukkan bahwa konsumen memberikan penilaian yang tinggi tentang indikator tersebut.

5.6 Uji Instrumen Penelitian

Kuesioner dalam penelitian ini digunakan sebagai alat pengukur. Oleh karena itu dalam analisis yang dilakukan lebih bertumpu pada skor responden pada setiap item pertanyaan, sedangkan benar atau tidaknya skor responden tersebut tergantung pada pengumpulan data. Instrumen pengumpulan data yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabel.

5.6.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan analisis untuk mengetahui apakah jumlah butir pertanyaan atau item mampu mengungkap variabel yang diungkapkan. Uji validitas digunakan untuk melihat valid atau tidaknya masing-masing instrumen dalam variabel variabel bebas dari *store atmosphere* yang nantinya akan mempengaruhi variabel terkait yaitu *repurchase decisions*. Pengujian ini diukur dengan koefisien korelasi yang dibandingkan dengan nilai tabel korelasi product moment. Uji validitas ini menggunakan korelasi antara indikator instrumen penelitian dengan total skor. Tabel berikut akan menjelaskan hasil pengujian dengan probabilitas signifikansi. Dengan tabel seperti berikut ini:

Tabel 12. Uji Validitas Variabel Responden

Item	r Hitung	Sig.	r Tabel	Keterangan
X1.1	0.872	0.000	0.3	Valid
X1.2	0.844	0.000	0.3	Valid
X2.1	0.885	0.000	0.3	Valid
X2.2	0.852	0.000	0.3	Valid
X3.1	0.865	0.000	0.3	Valid
X3.2	0.865	0.000	0.3	Valid
X4.1	0.843	0.000	0.3	Valid
X4.2	0.861	0.000	0.3	Valid
X5.1	0.952	0.000	0.3	Valid
X5.2	0.946	0.000	0.3	Valid

Sumber: Analisis data primer dengan SPSS 16 for Windows

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari seluruh indikator variabel terikat memiliki nilai sig. $< 0,05$ atau nilai r Hitung $> 0,3$. Artinya, seluruh instrumen pada penelitian ini valid dan sah digunakan karena seluruh instrumen atau kuesioner yang disebar mampu menjelaskan elemen-elemen setiap variabelnya.

5.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang *reliable* adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas memberikan jawaban atas tingkatkehandalan instrumen penelitian.

Penelitian ini menggunakan uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, dimana suatu pengukuran dikatakan reliabel bilamana paling tidak nilai alphanya 0,6 yang berarti instrumen yang digunakan pada penelitian ini adalah reliabel dan konsisten. Adapun untuk nilai reliabilitas setiap variabelnya akan ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Tabel 13. Uji Reliabilitas

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	33.5600	31.149	.523	.591
X2	33.4800	27.887	.481	.598
X3	33.6200	35.547	.135	.715
X4	33.5800	30.616	.443	.611
X5	32.5800	27.922	.562	.569
X6	36.7400	39.380	.174	.675
Y	39.8000	38.163	.778	.634

Sumber: Analisis data primer dengan SPSS 16 for Windows

Dari tabel 13 dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliable, hal tersebut dikarenakan koefisien *cronbach's alpha* diatas 0,6. Berdasarkan hasil analisis dapat dikatakan bahwa semua instrumen dalam penelitian ini meskipun dilakukan pengujian secara berulang-ulang dapat menghasilkan hasil yang sama sehingga dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel dalam penelitian.

5.7 Hasil Analisis Data

5.7.1 Persamaan Regresi Logistik

Regresi logit (*Logit Regression*) merupakan salah satu jenis analisis yang digunakan untuk memprediksi hubungan pengaruh antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y), namun dalam regresi logit syarat utama yang harus dipenuhi adalah bahwa variabel terikat (Y) harus terdiri dari dua kategori (berupa *binary*). Kelebihan dari regresi logit adalah dapat diprediksi besarnya probabilitas suatu peristiwa.

Dalam penelitian ini regresi logit digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap tingkat Kepuasan Konsumen. Penelitian ini dilakukan terhadap 50 konsumen berkenaan dengan tingkat Kepuasan Konsumen (Puas/Tidak) variabel yang digunakan adalah variabel Kondisi Sambel Pecel, Kesitimewaan Tambahan, Daya Tahan, Pelayanan Terhadap Konsumen, Nilai Estetika, dan Kesan Kualitas. Berdasarkan analisis regresi logistik dengan paket program SPSS *release 16.0 for windows* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 14. Koefisien Regresi Logistik

Variables in the Equation							
		B	S. E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1	X1	.112	.525	.045	1	.832	1.118
	X2	.885	.437	4.104	1	.043	2.424
	X3	.147	.398	.137	1	.711	1.159
	X4	1.331	.629	4.474	1	.034	3.783
	X5	.056	.412	.019	1	.891	1.058
	X6	.381	.800	.227	1	.634	1.464
	Constant	-16.133	5.977	7.287	1	.007	.000

a. Variable(s) entered on step 1: X1, X2, X3, X4, X5, X6.

Sumber: Data Primer Diolah 2015

Dari tabel 9 maka dapat dibentuk suatu persamaan regresi logistik sebagai berikut:

$$Z = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + B_5X_5$$

$$Z = -16,133 + 0,112 X_1 + 0,885 X_2 + 0,147 X_3 + 1,331 X_4 + 0,056 X_5 + 0,381 X_6$$

Jika nilai probabilitasnya $> 0,5$ maka responden ini masuk dalam kategori konsumen yang memilih Puas. Jika probabilitasnya $< 0,5$ maka responden tersebut masuk dalam kategori konsumen yang memilih Tidak Puas, demikian seterusnya dilakukan sampai pad aresponden yang terakhir.

1. Nilai statistik exp untuk variabel Kondisi Sambel Pecel (X_1) sebesar 1,118 mempunyai arah yang positif. Hasil tersebut menunjukkan bahwa probabilitas konsumen untuk memilih Puas dengan Kondisi Sambel Pecel adalah 1,118 kali lebih besar dari probabilitas memilih Puas oleh Kondisi Sambel Pecel

yang baik. Atau dengan kata lain konsumen merasa puas dengan kondisi sambel pecel yang enak dan kekentalan yang tinggi.

2. Nilai statistik exp untuk Keistimewaan Tambahan (X_2) sebesar 2,424 mempunyai arah yang positif, hasil tersebut menunjukkan bahwa probabilitas konsumen untuk memilih Puas dengan Keistimewaan Tambahan lebih banyak adalah 2,424 kali lebih besar dari probabilitas Tidak Puas oleh konsumen yang memiliki Keistimewaan Tambahan lebih banyak. Atau dengan kata lain Keistimewaan Tambahan yang banyak mempunyai peluang lebih besar untuk mendapatkan kepuasan dari konsumen.
3. Nilai statistik esp untuk variabel Daya Tahan (X_3) sebesar 1,159 mempunyai arah yang positif. Hasil tersebut menunjukkan bahwa probabilitas konsumen untuk memilih Puas lebih banyak adalah 1,159 kali lebih besar dari probabilitas Tidak Puas dengan daya tahan kecil. Atau dengan kata lain Daya Tahan yang lamam mempunyai peluang lebih tinggi untuk memuaskan konsumen daripada Daya Tahan yang pendek.
4. Nilai statistik exp untuk variabel Pelayanan Terhadap Konsumen (X_4) sebesar 3,783 mempunyai arah yang positif. Hasil tersebut menunjukkan bahwa probabilitas konsumen untuk memilih Puas dengan pelayanan yang baik adalah 3,783 kali lebih tinggi daripada pelayanan yang kurang baik. Atau dengan kata lain pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan terhadap konsumen daripada pelayanan yang buruk.
5. Nilai statistik exp untuk variabel Nilai Estetika (X_5) sebesar 1,058 mempunyai arah yang positif. Hasil tersebut menunjukkan bahwa probabilitas konsumen untuk memilih Puas dengan Nilai Estetika lebih tinggi dari probabilitas Tidak Puas dengan Nilai Estetika lebih sedikit. Atau dengan kata lain konsumen merasa puas dengan Nilai Estetika yang banyak dibandingkan dengan Nilai Estetika yang buruk.
6. Nilai statistik exp untuk variabel Kesan Kualitas (X_6) sebesar 1,464 mempunyai arah yang positif. Hasil tersebut menunjukkan bahwa probabilitas

konsumen untuk memilih Puas dengan Kesan Kualitas yang lebih tinggi sebesar 1,464 kali lebih dari probabilitas dengan Kesan Kualitas rendah. Atau dengan kata lain konsumen merasa puas dengan Kesan Kualitas yang baik.

5.7.2 Pengaruh Variabel Bebas Terhadap Kepuasan Konsumen

1. Uji Seluruh Model (Uji G)

Uji G untuk mengetahui apakah parameter dapat dimasukkan kedalam model dengan melihat χ^2 hitung. Jika nilai χ^2 hitung lebih besar dari pada χ^2 tabel maka disimpulkan bahwa parameter dapat dimasukkan kedalam model.

Tabel 15. Omnibus Test of Model Coefficients

Omnibus Tests of Model Coefficients				
		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	38.346	6	.000
	Block	38.346	6	.000
	Model	38.346	6	.000

Analisis ini dapat diketahui dari tabel *omnibus test of models coefficients* dengan pengujian melalui *chi-square* dengan db = k, banyaknya variabel bebas. Berdasarkan hasil penghitungan diperoleh *chi-square* tabel dengan db 6 pada tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 5\%$) sebesar 12,591. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai *chi-square* hitung > nilai *chi-square* tabel, $38,346 > 12,591$ atau nilai peluang *chi-square* hitung $(0,000) < (0,05)$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel bebas yang meliputi Kondisi Sambel Pecel, Keistimewaan Tambahan, Daya Tahan, Pelayanan Terhadap Konsumen, Nilai Estetika, dan Kesan Kuaitas berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

2. Uji “Log Likelihood”

Untuk menilai keseluruhan model dapat juga dengan melihat nilai log likelihood. Bila nilai log likelihood pada block number = 0 lebih besar daripada nilai log likelihood pada block number = 1 dapat dikatakan bahwa model regresi tersebut baik, begitu pula sebaliknya.

Tabel 16. Iteration History (a, b, c)

Iteration History ^{a,b,c}			
Iteration		-2 Log likelihood	Coefficients
			Constant
Step 1		55.226	1.040
0	2	55.108	1.150
	3	55.108	1.153
	4	55.108	1.153

a. Constant is included in the model.

b. Initial -2 Log Likelihood: 55.108

c. Estimation terminated at iteration number 4 because parameter estimates changed by less than .001.

Tabel 17. Iteration History (a, b, c,d)

Iteration History ^{a,b,c,d}									
Iteration		-2 Log likelihood	Coefficients						
			Constant	X1	X2	X3	X4	X5	X6
Step 1	1	27.077	-7.030	.106	.325	.105	.354	.154	.164
1	2	19.661	-10.827	.116	.538	.154	.664	.166	.238
	3	17.343	-13.550	.097	.729	.172	.972	.119	.299
	4	16.816	-15.264	.097	.845	.162	1.206	.074	.349
	5	16.763	-16.008	.108	.881	.150	1.314	.058	.376
	6	16.762	-16.131	.111	.885	.147	1.330	.056	.381
	7	16.762	-16.133	.112	.885	.147	1.331	.056	.381
	8	16.762	-16.133	.112	.885	.147	1.331	.056	.381

a. Method: Enter

b. Constant is included in the model.

c. Initial -2 Log Likelihood: 55.108

d. Estimation terminated at iteration number 8 because parameter estimates changed by less than .001.

Hasil yang diperoleh dari Tabel 11 dan Tabel 12 dapat diketahui bahwa nilai log likelihood pada block number = 0 adalah 55,108 lebih besar daripada nilai log likelihood pada block number = 1 yaitu sebesar 16,762. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dikatakan bahwa model regresi logistik sudah baik.

3. Uji Goodness of Fit (R^2)

Goodness of Fit (R^2) digunakan untuk mengetahui ukuran ketepatan model yang dipakai, yang dinyatakan dengan berapa persen perubahan variabel tak bebas dijelaskan oleh variabel bebas yang dimasukkan ke dalam logit. Nilai R^2 pada program SPSS dapat dilihat dari nilai Nagelkerke R-Square.

Tabel 18. Model Summary

Model Summary			
Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	16.762 ^a	.536	.802

a. Estimation terminated at iteration number 8 because parameter estimates changed by less than .001.

Besarnya pengaruh dapat diketahui dari besarnya nilai *R-square nagelkerke* pada tabel *model summary*. Dari hasil perhitungan diperoleh nilai $R^2 = 0,802$ (80,2%), artinya pengaruh variabel-variabel bebas yang meliputi Kondisi Sambel Pecel, Keistimewaan Tambahan, Daya Tahan, Pelayanan Terhadap Konsumen, Nilai Estetika, dan Kesan Kualitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 80,2% sedangkan sisanya sebesar 19,8% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model persamaan.

5.7.3 Uji Hipotesis

Pada uji hipotesis pertama dinyatakan bahwa diduga variabel bebas yang meliputi Kondisi Sambel Pecel, Kesitimewaan Tambahan, Daya Tahan, Pelayanan Terhadap Konsumen, Nilai Estetika, dan Kesan Kualitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Untuk menguji hipotesis ini maka digunakan uji statistik *wald*. Adapun hasil pengujian hipotesis pertama dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 19. Hasil Uji Hipotesis 1

Faktor	Koefisien	Std. Error	Wald	Sig.	Chi square Tabel	Keterangan
X ₁	0.112	0.525	0.045	0.832	3,841	Terima H ₀
X ₂	0.885	0.437	4.104	0.043	3,841	Tolak
X ₃	0.147	0.398	0.137	0.711	3,841	H ₀ Terima
X ₄	1.331	0.629	4.474	0.034	3,841	H ₀
X ₅	0.056	0.412	0.019	0.891	3,841	Tolak
X ₆	0.381	0.800	0.227	0.634	3,841	H ₀ Terima
						H ₀
						Terima H ₀

Sumber: Data Primer Diolah 2015

Berdasarkan Tabel 14 maka dapat diketahui bahwa:

1. Nilai statistik wald untuk variabel Kondisi Sambel Pecel (X_1) sebesar 0,045, sedangkan *Chi-square* tabel = 3,841, hasil tersebut menunjukkan bahwa statistik wald < *Chi-square* tabel atau nilai signifikansi (0,832) > nilai α (0,05), maka dapat menerima H_0 . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh tidak signifikan antara variabel Kondisi Sambel Pecel terhadap Kepuasan Konsumen.
2. Nilai statistik wald untuk Keistimewaan Tambahan (X_2) sebesar 4,104, sedangkan *Chi-square* tabel = 3,841, hasil tersebut menunjukkan bahwa statistik wald > *Chi-square* tabel atau nilai signifikansi (0,043) < nilai α (0,05), maka dapat menolak H_0 . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Keistimewaan Tambahan terhadap Kepuasan Konsumen.
3. Nilai statistik wald untuk variabel Daya Tahan (X_3) sebesar 0,137, sedangkan *Chi-square* tabel = 3,841, hasil tersebut menunjukkan bahwa statistik wald < *Chi-square* tabel atau nilai signifikansi (0,711) > nilai α (0,05), maka dapat menerima H_0 . Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang tidak signifikan antara variabel Daya Tahan terhadap Kepuasan Konsumen.
4. Nilai Statistik wald untuk variabel Pelayanan Terhadap Konsumen (X_4) sebesar 4,474, sedangkan *Chi-square* tabel = 3,841, hasil tersebut menunjukkan bahwa statistik wald > *Chi-square* tabel atau nilai signifikansi (0,034) < nilai α (0,05), maka dapat menolak H_0 . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel Pelayanan Terhadap Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen.
5. Nilai statistik wald untuk variabel Nilai Estetika (X_5) sebesar 0,019, sedangkan *Chi-square* tabel = 3,841, hasil tersebut menunjukkan bahwa statistik wald < *Chi-square* tabel atau nilai signifikansi (0,891) > nilai α (0,05), maka dapat menerima H_0 . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa

terdapat pengaruh tidak signifikansi antara variabel Nilai Estetika terhadap Kepuasan Konsumen.

6. Nilai statistik wald untuk variabel Kesan Kualitas (X_6) sebesar 0,229, sedangkan *Chi-square* tabel = 3,841 hasil tersebut menunjukkan bahwa statistik wald < *Chi-square* tabel atau nilai signifikansi (0,634) > nilai α (0,05), maka dapat menerima H_0 . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh tidak signifikansi antara variabel Kesan Kualitas terhadap Kepuasan Konsumen.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen hanya Kesitimewaan Tambahan dan Pelayanan Terhadap Konsumen. Dari kedua variabel berpengaruh tersebut yang mempunyai pengaruh dominan adalah Pelayanan Terhadap Konsumen karena memiliki nilai wald paling tinggi.