

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Gambaran Umum Universitas Labuhanbatu**

###### **a. Profil**

Universitas Labuhanbatu adalah Universitas Swasta yang berada di Kota Rantauprapat Kabupaten Labuhanbatu Sumatera Utara. Universitas Labuhanbatu berdiri pada tahun 2019 berdasarkan keputusan Menteri Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia dengan nomor SK 658/KPT/I/2019 tanggal 29 Juli 2019. Universitas Labuhanbatu merupakan suatu perguruan tinggi yang didirikan sebagai sumbangsih dari bapak alm. H. Amarullah Nasution. Dengan tujuan untuk meningkatkan taraf pendidikan masyarakat Kabupaten Labuhanbatu, serta sebagai bentuk sumbangsih terhadap bangsa dan negara dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa dalam arti yang seluas-luasnya terhadap bidang ilmu pengetahuan. Universitas Labuhanbatu (ULB) merupakan sebuah universitas hasil penyatuan dari sejumlah Sekolah Tinggi dan Akademi dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Labuhanbatu, Sekolah Tinggi Ilmu Hukum (STIH) Labuhan Batu, Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian (STIPER) Labuhan Batu, Sekolah Tinggi Ilmu Keguruan dan Ilmu Pendidikan (STKIP) Labuhan Batu dan Akademi Manajemen Informatika dan Komputer (AMIK) Labuhan Batu yang mulai berdiri sejak tahun 1998 oleh Yayasan Universitas Labuhan Batu (YULB).

Atas berkat Rahmat Tuhan Yang Maha Esa diresmikanlah berdirinya beberapa perguruan tinggi yang berada dibawah naungan Yayasan Universitas

Labuhan Batu. Sejak tanggal 29 Juli 2019 secara resmi bergabung seluruh perguruan tinggi dibawah naungan Yayasan Universitas Labuhanbatu menjadi Universitas Labuhanbatu yang berkedudukan di Rantauprapat Kabupaten Labuhanbatu Propinsi Sumatera Utara.

Sebagai bagian dari sistem pendidikan nasional, Universitas Labuhanbatu bertekad untuk menjadi pusat pengembangan sumber daya manusia, ilmu pengetahuan, dan teknologi baik di tingkat lokal,nasional, regional serta Internasional. Sistem pendidikan tinggi pada Universitas Labuhanbatu yaitu menyelenggarakan pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat melalui Tri Dharma Perguruan Tinggi. Universitas Labuhanbatu berdasarkan asas Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 serta peraturan perundang-undangan tentang Sistem Pendidikan Nasional dan Statuta Universitas Labuhanbatu.

Universitas Labuhanbatu dengan Akreditasi Institusi B merupakan salah satu Kampus Terbaik di Sumatera Utara berdasarkan Data Sciences & Technology Index ( SINTA ) yang berada dalam Koordinasi LLDIKTI 1 Sumatera Utara 2022. Universitas Labuhanbatu memiliki Visi "Kreatif, Mandiri dan Berwirausaha" Yang saat ini menaungi 4 Fakultas, yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan Prodi Manajemen dan Akuntansi, Fakultas Sains dan Teknologi dengan Prodi Agroteknologi, Sistem Informasi, Teknologi Informasi dan Manajemen Informatika , Fakultas Ilmu Keguruan dan Ilmu Pendidikan dengan Prodi Pendidikan Biologi, Pendidikan Matematika, dan Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, dan Fakultas Hukum dengan Prodi Ilmu Hukum

dan telah disahkan Oleh kementerian Ristekdikti RI dalam keputusan Menteri Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia dengan nomor SK 658/KPT/I/2019 tentang izin penggabungan sekolah tinggi, pada tanggal 29/7/2019 di Jakarta tentang pendirian Universitas Labuhanbatu disertai dengan penambahan 3 Program Studi Baru yaitu Sistem Informasi S-1, Teknologi Informasi S-1 dan Akuntansi S-1. Universitas Labuhan Batu merupakan perguruan Tinggi swasta yang cukup ternama di provinsi Sumatera Utara dan berada di bawah naungan Kopertis Wilayah 1.

#### **b. Visi dan Misi**

Visi dan Misi Universitas Labuhanbatu adalah sebagai berikut :

##### **Visi :**

Menjadi universitas yang menghasilkan lulusan yang kreatif dan mandiri yang berbasis kewirausahaan di tingkat nasional tahun 2035.

##### **Misi :**

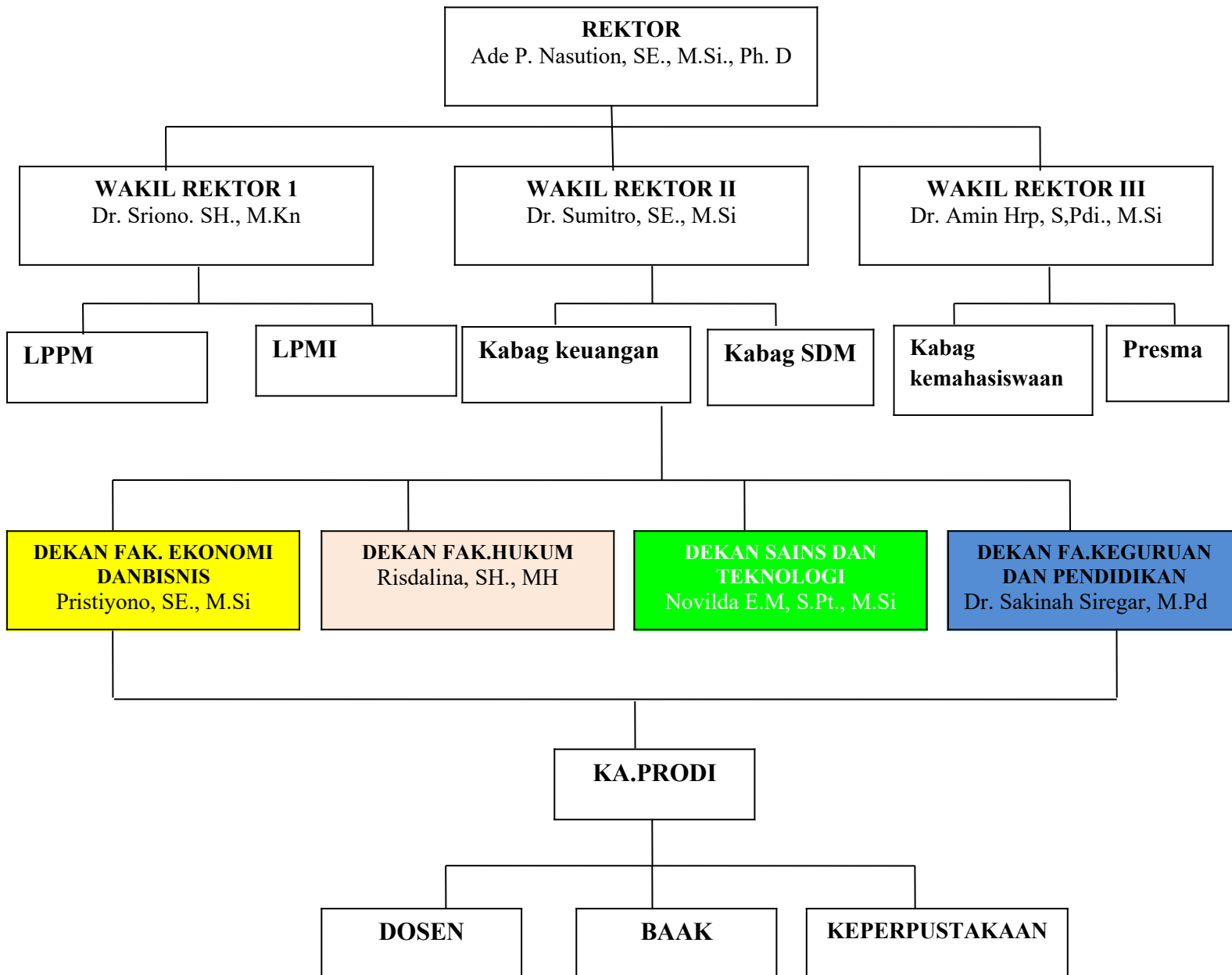
1. Menyelenggarakan pendidikan yang berkompetensi mendukung permintaan dunia kerja dan kewirausahaan.
2. Menyelenggarakan Tridarma perguruan tinggi yang dirancang untuk mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.
3. Menciptakan lingkungan kampus yang kondusif untuk mendorong munculnya mahasiswa yang kreatif dan mandiri serta menumbuhkan jiwa kewirausahaan.

### **c. Struktur Organisasi**

Struktur Organisasi merupakan susunan secara sistematis mengenai jabatan didalam suatu organisasi atau perusahaan, Struktur Organisasi dapat digunakan untuk melihat posisi kepala bagian dan divisi yang menjadi tanggung jawab nya.

Adapun Struktur Universitas Labuhanbatu dapat dilihat pada gambar 4.1 dibawah ini

STRUKTUR ORGANISASI UNIVERSITAS LABUHANBATU



Sumber : <http://ulb.ac.id>

Gambar 4.1

#### **d. Job Deskripsi**

##### **1) Rektor**

Tugas nya adalah :

1. Memimpin penyelenggaraan pendidikan, penelitian, pengabdian kepada masyarakat, membina tenaga kependidikan, mahasiswa, tenaga administrasi serta hubungan dengan lingkungannya.
2. Merintis, melaksanakan dan membina kerjasama dengan instansi pemerintah, badan-badan swasta dan masyarakat baik dalam daerah maupun luar daerah yang menyangkut tentang tanggung jawabnya.
3. Mengangkat dan memberhentikan pembantu Rektor setelah mendapatkan pertimbangan senat dan badan pengurus.
4. Menyusun rencana anggaran pendapatan dan belanja (RAPB) yang disahkan oleh badan pengurus yayasan setelah pertimbangan dan senat mengusulkan kepada badan pengurus yayasan personil yang akan menduduki jabatan struktural, dosen, staf administrasi dan staf lainnya untuk mendapatkan pengesahan.
5. Membuat dan menyusun laporan pertanggungjawaban kepada badan pengurus yayasan untuk dievaluasi kinerjanya

## **2) Wakil Rektor**

Tugasnya adalah :

1. Wakil rektor I, mempunyai tugas dalam memimpin pelaksanaan pendidikan, penelitian, pengabdian kepada masyarakat, kerjasama dengan pihak ketiga dan pengembangan sistem informasi serta menentukan kebijakan sesuai dengan bidangnya tersebut.
2. Wakil rektor II, mempunyai tugas membantu rektor dalam memimpin pelaksanaan kegiatan di bidang administrasi umum, perencanaan, keuangan, aset dan pengembangan sumber daya.
3. Wakil rektor III, mempunyai tugas membantu rektor dalam pelaksanaan kegiatan dibidang pengelolaan kegiatan bidang kemahasiswaan dan alumni.

## **3) Dekan**

Tugasnya adalah memimpin penyelenggaraan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat, membina tenaga kependidikan, mahasiswa, tenaga administrasi dan administrasi fakultas. Dekan bertanggung jawab kepada rektor

## **4) Ka. Prodi**

1. Menyusun rencana dan program kerja program studi
2. Menyusun kurikulum, silabus, buku modul ajar, dan buku modul praktik

3. Membagi tugas pengajaran kepada dosen dan teknisi
4. Mengevaluasi kegiatan akademik dosen dan mahasiswa
5. Menyusun rencana pengembangan program studi serta pengembangan laboratorium sesuai dengan bidang keilmuan program studi
6. Menyelesaikan masalah-masalah akademik bagi dosen dan mahasiswa
7. Menyusun konsep petunjuk teknis dibidang Akademik khususnya penyelenggaraan kurikulum sebagai bahan masukan Atasan
8. Menyusun laporan bagian berdasarkan hasil yang telah dicapai sebagai pertanggung jawaban pelaksanaan tugas
9. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh pimpinan

#### **5) Ka. LPPM**

1. Mengkoordinir penyusunan dan pengendalian dokumen yang diperlukan dalam rangka pelaksanaan sistem penjaminan mutu akademik dan non akademik mencakup kebijakan mutu, manual mutu, formulir mutu, SOP sesuai dengan peraturan yang berlaku
2. Menyelenggarakan pelatihan, konsultasi, pendampingan, dan kerjasama di bidang penjaminan mutu
3. Melaporkan pelaksanaan sistem penjaminan mutu kepada yang berwenang



**6) Ka. LPMI**

1. Merencanakan pelaksanaan dan memonitor sistem penjamin mutu akademik dan non akademik
2. Mengkoordinir pelaksanaan audit dan evaluasi sistem penjaminan mutu akademik dan non akademik
3. Mengkoordinir penyusunan dan pengendalian dokumen yang diperlukan dalam rangka pelaksanaan sistem penjaminan mutu akademik dan non akademik mencakup kebijakan mutu, manual mutu, formulir mutu, SOP sesuai dengan peraturan yang berlaku
2. Menyelenggarakan pelatihan, konsultasi, pendampingan, dan kerjasama di bidang penjaminan mutu
3. Melaporkan pelaksanaan sistem penjaminan mutu kepada yang berwenang

**7) Dosen**

Tugas dosen mencakup tiga bagian utama, yaitu sebagai berikut :

1. Pendidik dan pengajar
2. Melakukan penelitian
3. Kegiatan pengabdian pada masyarakat

**8) BAAK (Biro Administrasi dan Kemahasiswaan)**

1. Menyusun RKAT dan program kerja BAAK

2. Menyusun juklak dan juknis bidang administrasi dan mahasiswa
3. Mengelola sistem dan strategi proses penerimaan mahasiswa
4. Mengelola administrasi mahasiswa
5. Mengelola administrasi legalisasi akademik dan evaluasi akademik

#### **9) Keperpustakaan**

Bagian keperpustakaan bertugas dibagian pengaturan bagian keperpustakaan dimulai dari penyusunan buku-buku dan pengaturan data mahasiswa didalam kartu perpustakaan.

## **2. Deskriptif Responden**

Responden dalam penelitian ini adalah Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Labuhanbatu kampus III Kota Pinang TA. 2022 – 2023 dengan jumlah 94 orang. Dari keseluruhan kuisisioner yg dibagikan kepada seluruh sampel, kuisisioner yg diterima kembali hanya berjumlah 86 orang sehingga sampel yg digunakan dalam penelitian ini adalah 86 orang.. Berikut adalah deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin, umur dan tingkat semester.

### **a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

**Tabel 4.1**

# Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

JenisKelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	-	-
Perempuan	86	100%
Total	86	100 %

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa responden pada penelitian seluruhnya adalah berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 86 responden.

## b. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Tabel 4.2

# Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah	Persentase
<23Tahun	70	74,46

>23Tahun	16	25,54
Total	86	100 %

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasar kantabel 4.2 diperoleh bahwa untuk umur responden yang terbanyak adalah dibawah 23 tahun sebanyak 70 orang atau 74,46%.

### c. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Semester

**Tabel 4.3**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat semester**

Umur	Jumlah	Persentase
Semester 2	25 orang	29,07
Semester 4	25 orang	29,07
Semester 6	16 orang	18,60
Semester 8	20 orang	23,26
Total	86	100 %

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.3 diperoleh bahwa untuk tingkat semester responden yang terbanyak adalah pada semester 2 dan 4 yaitu sebanyak 25 orang atau 29,07%

### 3. Deskriptif Variabel Penelitian

#### a. Deskriptif Jawaban Responden pada Variabel Persaingan ( X1 )

Deskriptif variable persaingan produk emina pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu kampus III Kota Pinang TA. 2022 – 2023 . dilihat pada tabel 4.5 berikut ini :

**Tabel 4.4**

**Frekuensi jawaban responden pada variabel persaingan ( X1 )**

Pernyataan	Alternatif jawaban										Total	%
	SS		S		TS		KS		STS			
	F	%	F	%	F	%	Fi	%	F	%		
1	56	65,1	30	34,9	-	-	-	-	-	-	86	100
2	41	66,0	45	31,9	-	-	-	-	-	-	86	100
3	46	53,5	40	46,5	-	-	-	-	-	-	86	100
4	67	77,9	19	22,1	-	-	-	-	-	-	86	100
5	46	53,5	40	46,5	-	-	-	-	-	-	86	100
6	67	77,9	19	22,1	-	-	-	-	-	-	86	100

Sumber : Kuesioner (data diolah),2023

Dari data diatas terlihat bahwa :

Pada pernyataan ke 1, terdapat 56 responden atau sebanyak 65,1% menjawab sangat setuju dan terdapat 30 responden atau sebanyak 34,9% menjawab setuju. Sedangkan pada pernyataan ke 2, terdapat 41 responden atau sebanyak 66,0% menjawab sangat setuju, terdapat 45 responden atau sebanyak 31,9% menjawab setuju. Sedangkan pada pernyataan ke 3, terdapat 46 responden atau sebanyak 53,5% menjawab sangat setuju dan terdapat 40 responden atau sebanyak 46,5% menjawab setuju. Sedangkan pada pernyataan ke 4, terdapat 67 responden atau sebanyak 77,9% menjawab sangat setuju dan terdapat 19 responden atau sebanyak 22,1% menjawab setuju. Sedangkan pada pernyataan ke 5, terdapat 46 responden atau sebanyak 53,5% menjawab sangat setuju dan terdapat 40 responden atau sebanyak 46,5% menjawab setuju. Dan pada

pernyataan ke 6, terdapat 67 responden atau sebanyak 77,9% menjawab sangat setuju dan terdapat 19 responden atau sebanyak 22,1% menjawab setuju

### b. Deskriptif Jawaban Responden pada Variabel Bauran Promosi (X2 )

Deskriptif variabel bauran promosi produk emina pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu kampus III Kota Pinang TA. 2022 – 2023. dilihat pada tabel 4.5 berikut ini :

**Tabel 4.5**  
**Frekuensi jawaban responden pada variabel bauran promosi ( X2 )**

Pernyataan	Alternatif jawaban										Total	%
	SS		S		TS		KS		STS			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	76	88,4	10	11,6	-	-	-	-	-	-	86	100
2	67	77,9	19	22,1	-	-	-	-	-	-	86	100
3	65	75,6	21	24,4	-	-	-	-	-	-	86	100
4	71	82,6	15	17,4	-	-	-	-	-	-	86	100
5	71	82,6	15	17,4	-	-	-	-	-	-	86	100
6	43	50,0	43	50,0	-	-	-	-	-	-	86	100
7	45	52,3	41	47,7	-	-	-	-	-	-	86	100
8	73	84,9	13	15,1	-	-	-	-	-	-	86	100

Sumber : Kuesioner (data diolah),2023

Dari data diatas terlihat bahwa :

Pada pernyataan ke 1, terdapat 76 responden atau sebanyak 88,4% menjawab sangat setuju dan terdapat 10 responden atau sebanyak 11,6% menjawab setuju. Sedangkan pada pernyataan ke 2, terdapat 67 responden atau sebanyak 77,9% menjawab sangat setuju dan terdapat 19 responden atau sebanyak 22,1% menjawab setuju. Sedangkan pada pernyataan ke 3, terdapat 65 responden atau sebanyak 75,6% menjawab sangat setuju dan terdapat 21 responden atau sebanyak 24,4% menjawab setuju. Sedangkan pada pernyataan ke 4, terdapat 71 responden atau sebanyak 82,6% menjawab sangat setuju dan terdapat 15 responden atau sebanyak 17,4% menjawab setuju. Sedangkan pada pernyataan ke 5, terdapat 71 responden atau sebanyak 82,6% menjawab sangat setuju dan terdapat 15 responden atau sebanyak 17,4% menjawab setuju. Sedangkan pada pernyataan ke 6, terdapat 43 responden atau sebanyak 50,0% menjawab sangat setuju dan terdapat 43 responden atau sebanyak 50,0% menjawab setuju. Sedangkan pada pernyataan ke 7, terdapat 45 responden atau sebanyak 52,3% menjawab sangat setuju dan terdapat 41 responden atau sebanyak 47,7% menjawab setuju. Dan pada pernyataan ke 8, terdapat 73 responden atau sebanyak 84,9% menjawab sangat setuju dan terdapat 13 responden atau sebanyak 15,1% menjawab setuju.

### **c. Deskriptif Jawaban Responden pada Variabel Kepuasan Konsumen**

#### **(X3)**

Deskriptif variable kepuasan konsumen produk emina pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu kampus III Kota Pinang TA. 2022 - 2023 dilihat pada tabel 4.6 berikut ini :

**Tabel 4.6**  
**Frekuensi jawaban responden pada variabel kepuasan konsumen**  
**( X3 )**

Pernyataan	Alternatif jawaban										Total	%
	SS		S		TS		KS		STS			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	50	58,1	36	41,9	-	-	-	-	-	-	86	100
2	50	58,1	36	41,9	-	-	-	-	-	-	86	100
3	48	55,8	38	44,2	-	-	-	-	-	-	86	100
4	62	72,1	24	36,9	-	-	-	-	-	-	86	100
5	49	57,0	37	43,0	-	-	-	-	-	-	86	100
6	68	79,1	18	20,9	-	-	-	-	-	-	86	100

Sumber : Kuesioner (data diolah),2023

Dari data diatas terlihat bahwa :

Pada pernyataan ke 1, terdapat 50 responden atau sebanyak 58,1% menjawab sangat setuju dan terdapat 36 responden atau sebanyak 41,9% menjawab setuju. Sedangkan pada pernyataan ke 2, terdapat 50 responden atau sebanyak 58,1% menjawab sangat setuju dan terdapat 36 responden atau sebanyak 41,9% menjawab setuju. Sedangkan pada pernyataan ke 3, terdapat 48 responden atau sebanyak 55,8% menjawab sangat setuju, dan terdapat 38 responden atau sebanyak 44,2% menjawab setuju. Sedangkan pada pernyataan ke 4, terdapat 62 responden atau sebanyak 72,1% menjawab sangat setuju dan terdapat 24 responden atau sebanyak 36,9% menjawab setuju. Sedangkan pada pernyataan ke



5, terdapat 49 responden atau sebanyak 57,0% menjawab sangat setuju dan terdapat 37 responden atau sebanyak 43,0% menjawab setuju. Dan pada pernyataan ke 6, terdapat 68 responden atau sebanyak 79,1% menjawab sangat setuju dan terdapat 18 responden atau sebanyak 20,9% menjawab setuju.

#### d. Deskriptif Jawaban Responden pada Variabel Minat Beli Ulang ( Y )

Deskriptif variabel minat beli ulang produk emina pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu kampus III Kota Pinang TA. 2022 – 2023 dilihat pada tabel 4.7 berikut ini :

**Tabel 4.7**

#### **Frequensi jawaban responden pada variabel minat beli ulang ( Y )**

Pernyataan	Alternatif jawaban										Total	%
	SS		S		TS		KS		STS			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	56	65,1	30	34,9	-	-	-	-	-	-	86	100
2	63	73,3	23	26,7	-	-	-	-	-	-	86	100
3	74	86,0	12	14,0	-	-	-	-	-	-	86	100
4	63	73,3	23	26,7	-	-	-	-	-	-	86	100
5	61	70,9	25	29,1	-	-	-	-	-	-	86	100
6	55	64,0	31	36,0	-	-	-	-	-	-	86	100
7	65	75,6	21	24,4	-	-	-	-	-	-	86	100
8	82	95,3	4	4,7	-	-	-	-	-	-	86	100

Sumber : Kuesioner (data diolah),2023

Dari data diatas terlihat bahwa :

Pada pernyataan ke 1, terdapat 56 responden atau sebanyak 65,1% menjawab sangat setuju dan terdapat 30 responden atau sebanyak 34,9% menjawab setuju. Sedangkan pada pernyataan ke 2, terdapat 63 responden atau sebanyak 73,3% menjawab sangat setuju dan terdapat 23 responden atau sebanyak 26,7% menjawab setuju. Sedangkan pada pernyataan ke 3, terdapat 74 responden atau sebanyak 86,0% menjawab sangat setuju dan terdapat 12 responden atau sebanyak 14,0% menjawab setuju. Sedangkan pada pernyataan ke 4, terdapat 63 responden atau sebanyak 73,3% menjawab sangat setuju, terdapat 23 responden atau sebanyak 26,7% menjawab setuju. Sedangkan pada pernyataan ke 5, terdapat 61 responden atau sebanyak 70,9% menjawab sangat setuju dan terdapat 25 responden atau sebanyak 29,1% menjawab setuju. sedangkan pada pernyataan ke 6, terdapat 55 responden atau sebanyak 64,0% menjawab sangat setuju dan terdapat 31 responden atau sebanyak 36,0% menjawab setuju. Sedangkan pada pernyataan ke 7, terdapat 65 responden atau sebanyak 75,6% menjawab sangat setuju dan terdapat 21 responden atau sebanyak 24,4% menjawab setuju. Dan pada pernyataan ke 8, terdapat 82 responden atau sebanyak 95,3% menjawab sangat setuju dan terdapat 4 responden atau sebanyak 4,7% menjawab setuju.

#### **4. Analisis Uji Asumsi Klasik**

##### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas melihat apakah dalam model regresi variabel bebas dan variabel terikat memiliki data yang berdistribusi normal atau tidak. Cara yang sering digunakan dalam uji normalitas yaitu :

## 1) Tampilan grafik histogram

Tampilan grafik histogram yang memberikan pola distribusi normal akan menyebar secara merata ke kiri dan ke kanan.

## 2) grafik Normal PP plot.

Jika Grafik Normal Plot menunjukkan bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal maka dapat disimpulkan bahwa model garis regresi memenuhi asumsi normalitas.

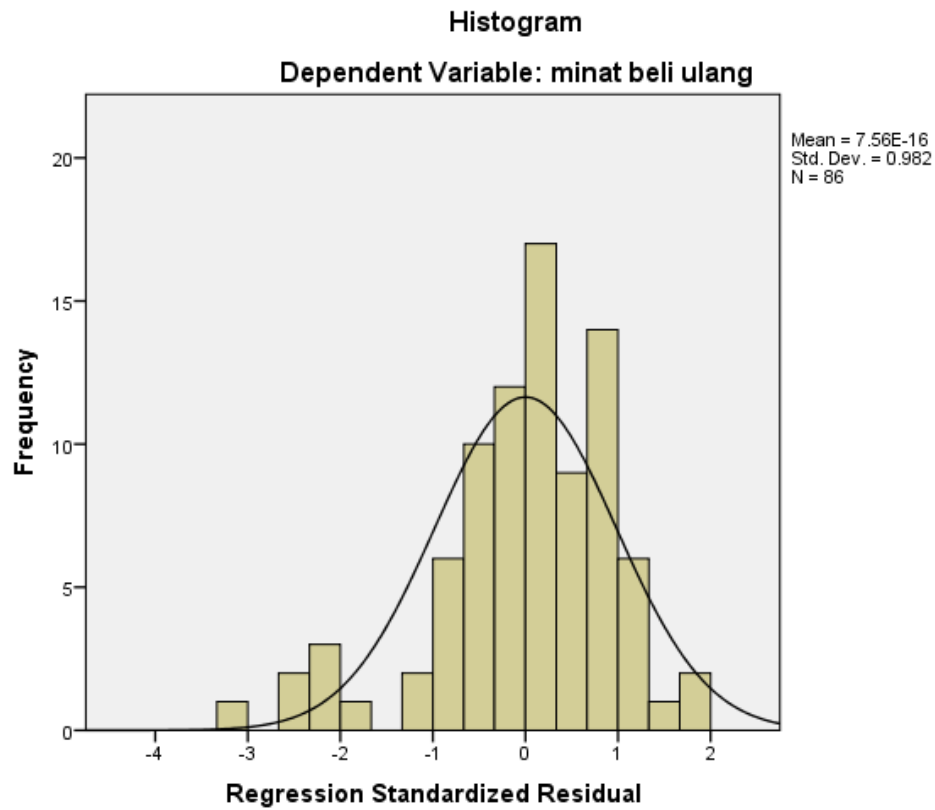
Berikut ini adalah grafik histogram dan grafik normal pp plot yang digunakan untuk melihat apakah model regresi bebas dan variabel terikat memiliki data yang berdistribusi normal atau tidak.

**Tabel 4.8**  
***Grafik Histogram***  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

	Unstandardized Residual
N	86

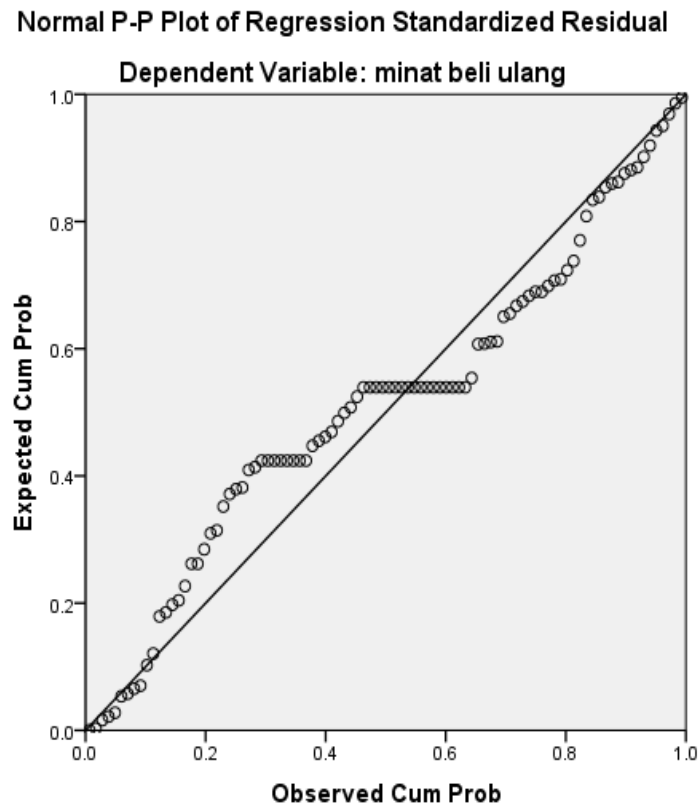
	Mean	0E-7
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	,87945599
	Absolute	,127
Most Extreme Differences	Positive	,046
	Negative	-,127
	Kolmogorov-Smirnov Z	,550
	Asymp. Sig. (2-tailed)	,678

Model regresi yang memenuhi asumsi normalitas yakni apabila nilai residu *Asymp.Sig (2-tailed)* lebih besar dari 0,05 maka dapat dinyatakan data dalam penelitian ini secara statistik berdistribusi normal dan jika *Asymp.Sig (2-tailed)* lebih kecil dari 0,05 maka data didistribusikan tidak normal. Karena nilai residual *Asymp.Sig (2-tailed)* pada tabel di bawah ini  $0,678 > 0,05$  atau lebih besar dari 0,05 maka data pada penelitian ini didistribusikan normal.



**Gambar 4.2 Grafik Histogram**

Tampilan grafik histogram diatas memberikan pola distribusi normal Karena menyebar secara merata kekiri dan kekanan, serta terbentuk bentuk lonceng. Hal ini menunjukkan bahwa regresi variabel bebas dan variabel terikat memiliki data yang berdistribusi normal.



**Gambar 4.3 Grafik Normal P-P Plot**

Pada Gambar P-P Plot diatas ini terlihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Dari grafik ini dapat disimpulkan bahwa model garis regresi memenuhi asumsi normalitas, Sehingga menunjukkan bahwa data berdistribusi secara normal.

### b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independent yang memiliki kemiripan dengan variabel independent lainnya dalam satu model yang dapat menyebabkan terjadinya korelasi yang sangat kuat antara variabel independent tersebut.

Perhitungan uji independen antar variabel bebas dapat dilihat dari hasil analisis collinearity statistik. Multikolinearitas terjadi apabila (1) nilai *tolerance* ( $Tolerance < 0.10$ ) dan (2) *Variance inflation faktor* ( $VIF > 10$ ). Hasil pengujian untuk uji multikolinearitas ditampilkan pada tabel berikut :

**Tabel 4.9**

#### *Hasil Uji Multikolineritas*

##### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1		
	(Constant)	
	Persaingan	.367
	bauran promosi	.317
	kepuasan konsumen	.460
		2.725
		3.155
		2.173

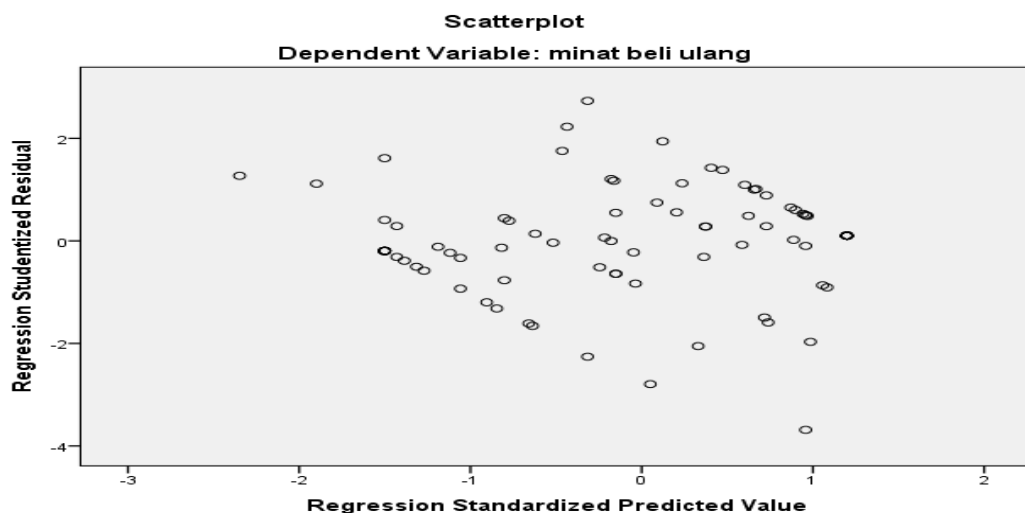
Sumber : Data Primer diolah, 2023

Tabel 4.9 di atas memperlihatkan nilai tolerance variabel persaingan adalah 0,367 lebih besar dari 0,10 dan nilai vif sebesar 2,725 lebih kecil dari 10, nilai tolerance variabel bauran promosi adalah 0,317 lebih besar dari 0,10 dan nilai vif sebesar 3,155 lebih kecil dari 10, nilai tolerance variabel kepuasan

konsumen adalah 0,460 lebih besar dari 0,10 dan nilai vif sebesar 2,173 lebih kecil dari 10, Hal ini berarti tidak terjadi problem multikolinieritas atau korelasi yang tinggi antar faktor yang terbentuk.

### c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan terhadap pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak mengalami gejala heterokedastisitas, dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan terhadap pengamatan yang lain, hal ini disebut homokedastisitas. Hasil pengujian heteroskedaritas dengan menggunakan metode gambar dapat dilihat pada gambar 4.4 sebagai berikut :



**Gambar 4.4 Uji Heteroskedaritas**

Berdasarkan Gambar 4.4 terlihat bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol, serta tidak membentuk pola. Dengan demikian dapat



disimpulkan bahwa persamaan regresi hipotesis penelitian ini tidak terdapat unsure heterokedastisitas.

## 5. Analisis Regresi Linier Berganda

### a. Analisis Regresi Berganda

**Tabel 4.10**  
**Hasil Analisis Regresi Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	2.287	2.241	
1 Persaingan	.320	.126	.227
bauran promosi	.197	.099	.192
kepuasan konsumen	.669	.101	.526

Sumber : data diolah dengan SPSS 20,2023

Berdasarkan Tabel 4.10 maka dapat dibuat persamaan yaitu :

$$Y = 2,287 + 0,320 + 0,197 + 0,669$$

Nilai Konstanta sebesar 2,287 menunjukkan bahwa minat beli ulang sebesar 2,287 tanpa adanya pengaruh dari variable persaingan (X1), variable bauran promosi (X2) dan variable kepuasan konsumen (X3).

Koefisien regresi variable persaingan (X1) menunjukkan hubungan positif terhadap variabel minat beli ulang (Y) dengan nilai koefisien sebesar 0,320. Berarti setiap peningkatan persaingan sebesar 0,320 akan meningkatkan minat beli ulang ( Y ) sebesar 0,320.

Koefisien regresi variabel bauran promosi (X2) menunjukkan hubungan positif terhadap variable minat beli ulang (Y) dengan nilai koefisien sebesar 0,197. Berarti setiap peningkatan variable bauran promosi sebesar 0,197 akan meningkatkan minat beli ulang sebesar 0,197.

Koefisien regresi variable kepuasan konsumen (X3) menunjukkan hubungan positif terhadap variable minat beli ulang (Y) dengan nilai koefisien sebesar 0,669. Berarti setiap peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,669 akan meningkatkan minat beli ulang konsumen sebesar 0,669.

#### **b. Uji t**

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, apakah secara parsial variabel independent memberikan pengaruh terhadap variabel dependent. Hasil uji t dapat dilihat 4.11 dibawah ini :

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji parsial (Uji T)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.287	2.241		1.021	.310
1					
Persaingan	.320	.126	.227	2.538	.013
bauran promosi	.197	.099	.192	1.998	.049
kepuasan konsumen	.669	.101	.526	6.599	.000

Sumber : data diolah menggunakan SPSS 20 :2023

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan antara  $t_{\text{tabel}}$  dengan  $t_{\text{hitung}}$ .

Diketahui T tabel pada distribusi 0,025 : 82 adalah 1,989.

Berdasarkan tabel 4.11 maka dapat dilihat bahwa :

1. Nilai  $t_{\text{hitung}}$  untuk persaingan adalah sebesar 2,538 lebih besar dari,  $t_{\text{tabel}}$  1,989 ( $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ), dengan nilai signifikan 0,013 lebih besar dari 0,05 ( $0,013 > 0,05$ ). Maka  $H_1$  diterima. Yang menyatakan persaingan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen.
2. Nilai  $t_{\text{hitung}}$  untuk bauran promosi adalah sebesar 1,998 lebih besar dari,  $t_{\text{tabel}}$  1,989 ( $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ), dengan nilai signifikan 0,049 lebih kecil dari 0,05 ( $0,049 < 0,05$ ). Maka  $H_1$  diterima. Yang menyatakan bauran promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen.
3. Nilai  $t_{\text{hitung}}$  untuk kepuasan konsumen adalah sebesar 6,599 lebih besar dari,  $t_{\text{tabel}}$  1,989 ( $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ), dengan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari

0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Maka H1 diterima. Yang menyatakan kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen.

### c. Uji F

Uji f dilakukan untuk menguji secara simultan (secara bersama-sama) apakah variabel independent memberikan pengaruh kepada variabel dependent.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Simultan (F)**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	719.873	3	239.958	83.827	.000 <sup>b</sup>
Residual	257.627	90	2.863		
Total	977.500	93			

(Sumber : Data diolah menggunakan SPSS windows 20, 2023)

Nilai F tabel pada distribusi 4 : 82 adalah 2,48, maka berdasarkan tabel 4.12 terlihat bahwa nilai F hitung 83,827 lebih besar dari 2,48 ( $83,827 > 2,47$ ), dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , ini menunjukkan hipotesis ke 4 (H4) diterima yang menyatakan bahwa secara bersama-sama variabel independent berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependent yaitu persaingan (X1), bauran promosi (X2), kepuasan konsumen (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

#### d. Koefisien Determinan

Koefisien Determinan ( $R^2$ ) digunakan mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independent dalam mempengaruhi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4.13**  
***Hasil Uji Koefisien Determinasi (R)***

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.858 <sup>a</sup>	.736	.728	1.692

Sumber : data diolah dengan SPSS 20,2023

Hasil output SPSS model summary terlihat bahwa besarnya Adjusted R Square adalah 0,728. Hal ini berarti 72,80% variabel independent yaitu variabel persaingan (X1), bauran promosi (X2) dan kepuasan konsumen (X3) memberikan pengaruh terhadap variabel dependent yaitu minat beli ulang, sedangkan sisanya sebesar 27,20% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

## **B. Pembahasan**

### **1. Persaingan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen (Studi kasus pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu)**

Koefisien regresi persaingan menunjukkan hubungan positif terhadap minat beli ulang konsumen dengan nilai koefisien sebesar 0,320. Berarti setiap peningkatan persaingan sebesar 0,320 akan meningkatkan minat beli ulang konsumen sebesar 0,320.

Nilai  $t$  hitung untuk persaingan adalah sebesar 2,538, lebih besar dari  $t$  tabel 1,989 ( $t$  hitung  $>$   $t$  tabel), dengan nilai signifikan  $0,013 < 0,05$ . Maka  $H_1$  diterima. Persaingan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen.

Hasil penelitian membuktikan bahwa persaingan memberikan pengaruh terhadap peningkatan minat beli ulang seorang konsumen, persaingan dijadikan sebagai tolak ukur konsumen didalam memberikan penilaian terhadap usaha yang menjadi minat konsumen, konsumen akan kembali melakukan pembelian pada usaha yang dapat memenangkan persaingan dengan baik.

Hasil penelitian yang dilakukan sejalan dengan penelitian yang di lakukan oleh (Niko, 2016) yang menyatakan bahwa persaingan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli Gula Merah Nadja,

Penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Teuku, 2019) yang menyatakan bahwa persaingan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada toko mekar sport.

Penelitian berikutnya yang juga sejalan dengan hasil penelitian yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Ahmad, 2017) yang menyatakan persaingan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada toko sepatu andalas.

## **2. Bauran promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen (Studi kasus pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu)**

Koefisien regresi kepuasan konsumen menunjukkan hubungan positif terhadap minat beli ulang konsumen dengan nilai koefisien sebesar 0,669. Berarti setiap peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,669 akan meningkatkan minat beli ulang konsumen sebesar 0,669

Nilai  $t$  hitung untuk kepuasan konsumen adalah sebesar 1,998 lebih besar  $t$  tabel 1,989 ( $t$  hitung  $>$   $t$  tabel), dengan nilai signifikan  $0,049 < 0,05$ . Maka  $H_1$  diterima. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran promosi akan memberikan dampak terhadap bagaimana pembelian ulang seorang konsumen, bauran promosi dijadikan suatu cara didalam memperkenalkan bagaimana suatu produk yang baik bagi konsumen, sehingga akan mempengaruhi minat pembelian ulang seorang konsumen.

Perbandingan hasil penelitian dengan hasil penelitian terdahulu memiliki hasil yang sejalan, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Penelitian (Febrianza & Aprileny, 2020), Yang menyatakan bahwa *advertising* berpengaruh terhadap minat beli ulang pengguna *E-Commerce Shopee*. *Advertising, Sales Promotion,*

*dan Public Relation* terdapat pengaruh terhadap Minat Beli Ulang Pengguna *E-Commerce Shopee* karena setiap unsur dalam bauran promosi yang dilakukan oleh Shopee secara bersamaan berhasil dijalankan dengan baik sehingga menimbulkan minat beli ulang penggunanya.

Penelitian ini memiliki hasil yang sejalan dengan hasil penelitian, penelitian yang dilakukan (Rian, 2018) yang menyatakan bahwa bauran promosi memiliki pengaruh terhadap minat beli kembali cat dulux di depo keramik katapang Bandung, dengan bauran promosi sebagai variabel yang lebih dominan.

Penelitian lain yang memiliki hasil sejalan adalah penelitian yang dilakukan oleh (Rizan, 2020) yang mengatakan bauran promosi memiliki pengaruh yang dominan terhadap minat beli ulang terhadap sepeda motor Honda pada CV. Anugerah Utama di Gorontalo.

### **3. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen (Studi kasus pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu)**

Koefisien regresi kepuasan konsumen menunjukkan hubungan positif terhadap minat beli ulang konsumen dengan nilai koefisien sebesar 0,669. Berarti setiap peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,669 akan meningkatkan minat beli ulang konsumen sebesar 0,669.

Nilai  $t$  hitung untuk kepuasan konsumen adalah sebesar 6,599, lebih besar dari  $t$  tabel 1,989 ( $t$  hitung  $>$   $t$  tabel), dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Maka  $H_1$  diterima. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen.



Kepuasan konsumen akan memberikan rasa ingin kembali untuk melakukan pembelian ulang, minat beli ulang konsumen berpengaruh dari seberapa besar konsumen memiliki rasa puas, hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen memberikan pengaruh yang positif terhadap minat beli ulang konsumen.

Hasil penelitian sejalan dengan Penelitian (Imran, 2018) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dengan dimensi kualitas produk, harga, kualitas layanan, emosi, dan kemudahan secara bersama-sama dan terpisah memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli ulang produk Somethinc sebesar 64.2%.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Clarisa, 2022) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang produk somethinc memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen.

Penelitian lain yang memiliki hasil yang sejalan dengan hasil penelitian adalah penelitian yang dilakukan oleh (Nurdin, 2018) dengan nilai penelitian kepuasan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen yang akan menyebabkan pengaruh terhadap minat beli ulang pada aplikasi belanja online lazada.

**4. Persaingan, Bauran promosi dan Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen (Studi kasus pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu)**

Nilai Konstanta sebesar 2,287 menunjukkan bahwa minat beli ulang konsumen sebesar 2,287 tanpa adanya pengaruh dari persaingan, bauran promosi dan kepuasan konsumen

Nilai F tabel pada distribusi 4 : 92 adalah 2,48, maka berdasarkan tabel 4.12 terlihat bahwa nilai F hitung  $83,827 > 2,48$ , dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , ini menunjukkan bahwa secara serempak variabel independent berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependent

Hasil output SPSS model summary terlihat bahwa besarnya Adjusted R Square adalah 0,728. Hal ini berarti 72,80% variabel independent yaitu variabel persaingan (X1), bauran promosi (X2) dan kepuasan konsumen (X3) memberikan pengaruh terhadap variabel dependent yaitu minat beli ulang, sedangkan sisanya sebesar 27,20% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.