

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Perusahaan

a. Profil Perusahaan

Memfasilitasi kesejahteraan karyawan sesuai undang-undang merupakan tanggung jawab perusahaan, salah satu tanggung jawab yang diberikan oleh PT. Tasik Raja terhadap karyawannya yaitu dengan membuat sebuah koperasi. Biasanya koperasi berbentuk simpan pinjam berupa uang, akan tetapi berbeda dengan koperasi yang didirikan oleh PT. Tasik Raja yang dimana koperasi tersebut tersedia berbagai macam sembako seperti minyak goreng, gula, tepung dan masih banyak lagi.

Sebelum Koperasi karyawan PT. Tasik Raja didirikan oleh para karyawan PT. Tasik Raja dan anggota SPSI berkumpul dibalai karyawan untuk memberikan tanggapan dari masing-masing pihak apakah menyetujui pendirian dari Koperasi karyawan PT. Tasik Raja, setelah seluruh karyawan dan SPSI setuju maka pada tahun 2012 didirikan koperasi yang diberi nama Koperasi karyawan PT. Tasik Raja sesuai dengan kemufakatan bersama.

Koperasi karyawan PT. Tasik Raja dengan struktur pengurusan memiliki dua ketua koperasi yaitu ketua koperasi 1 dan ketua koperasi 2, sekretatis koperasi 1 dan sekretaris koperasi 2, seorang bendahara dan 3 anggota sebagai pengawas. Sedangkan PT. Tasik Raja bertindak sebagai fasilitator dengan uang pangkal

anggota sebanyak 60 ribu pertahun dan iuran anggota koperasi sebesar 20 ribu setiap bulan.

Pada awal pendirian Koperasi karyawan PT. Tasik Raja hanya menjual sembako akan tetapi seiring berjalannya waktu Koperasi karyawan PT. Tasik Raja juga menjual berbagai peralatan sekolah dan kelontong. Hingga saat ini Koperasi karyawan PT. Tasik Raja terus berkembang dan memiliki pelanggan tetap yaitu karyawan PT. Tasik Raja

b. Visi dan Misi

Visi dan misi Koperasi karyawan PT. Tasik Raja adalah sebagai berikut :

VISI :

“Menjadi suatu wadah didalam membantu dan meringankan perekonomian konsumen khususnya karyawan PT. Tasik Raja”.

Misi :

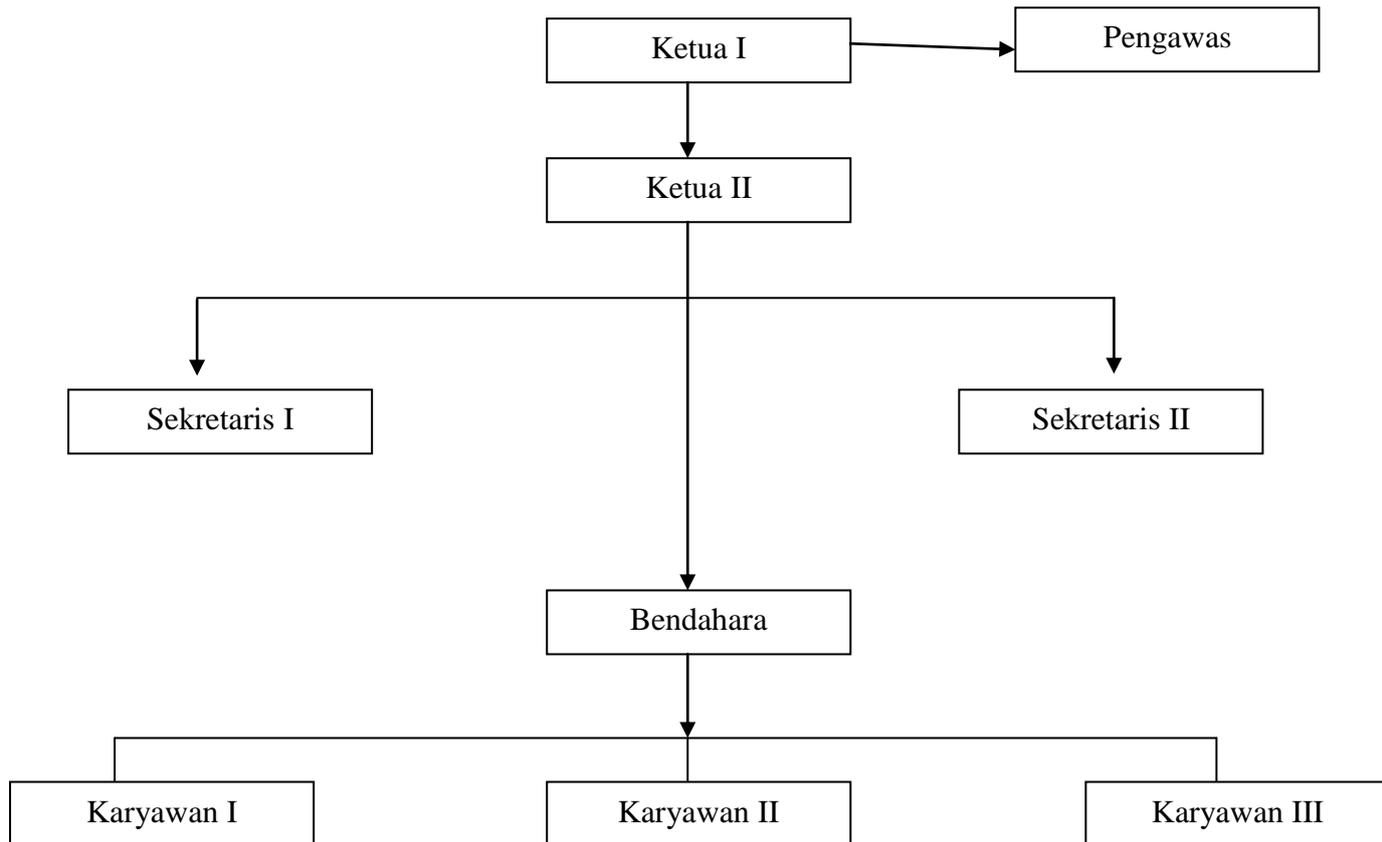
1. Menjalankan berbagai upaya yang terkait dengan operasional perusahaan
2. Meningkatkan kreatifitas dan produktifitas karyawan untuk mencapai kinerja terbaik dalam usaha pengembangan usaha

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 jawabnya.

Adapun Struktur Koperasi karyawan PT. Tasik Raja dapat dilihat pada gambar 4.1 dibawah ini

STRUKTUR ORGANISASI KOPERASI KARYAWAN PT. TASIK RAJA



Gambar 4.1

d. Job Deskripsi

1. Ketua I dan Ketua II mentance kinerja para karyawan dan bertanggung jawab penuh dalam urusan bisnis dan collection.
2. Sekretaris I dan II
 - 1) Mengerjakan semua urusan bisnis dan administrasi
 - 2) Mengerjakan arsip administrasi
3. Bendahara melakukan tanggung jawab terhadap pembayaran dan segala administrasi keuangan
4. Anggota bertanggung jawab untuk melaksanakan kegiatan koperasi dan melakukan pengawasan.

2. Deskriptif Responden

Responden dalam penelitian ini adalah koperasi karyawan PT.Tasik Raja dideskripsikan berdasarkan jenis kelamin, dan tingkat umur.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	28	49,12
Perempuan	29	50,88
Total	57	100 %

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.1 diperoleh bahwa mayoritas responden adalah perempuan yaitu 29 orang atau 50,88%, sedangkan laki-laki 28 orang atau 49,12%

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah	Persentase
<25 Tahun	42	73,68
>25 Tahun	15	26,32
Total	57	100 %

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.2 diperoleh bahwa untuk umur responden yang terbanyak adalah dibawah 23 tahun sebanyak 42 orang atau 73,68%.

3. Deskriptif Variabel Penelitian

a. Deskriptif Jawaban Responden Kedekatan emosional

Deskriptif tentang kedekatan emosional pada koperasi karyawan PT. Tasik Raja dilihat pada tabel 4.3 berikut ini :

Tabel 4.3
Tanggapan responden tentang kedekatan emosional

Pernyataan	Alternatif jawaban										Total	%
	SS		S		TS		KS		STS			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
1	29	50,9	28	49,1	-	-	-	-	-	-	57	100
2	32	56,1	25	43,9	-	-	-	-	-	-	57	100
3	24	42,1	33	57,9	-	-	-	-	-	-	57	100
4	27	47,4	30	52,6	-	-	-	-	-	-	57	100

Sumber : Kuesioner (data diolah),2023

Dari data diatas terlihat bahwa :

1. Pada pernyataan ke 1 (Koperasi karyawan PT.Tasik Raja selalu menjaga kualitas hubungan dengan konsumen), terdapat 29 responden atau sebanyak 50,9% menjawab sangat setuju dan terdapat 28 responden atau sebanyak 49,1% menjawab setuju.
2. Pada pernyataan ke 2 (Seluruh karyawan dan konsumen memiliki perilaku yang positif), terdapat 32 responden atau sebanyak 56,1% menjawab sangat setuju dan terdapat 25 responden atau sebanyak 43,9% menjawab setuju.
3. Pada pernyataan ke 3 (Koperasi karyawan PT.Tasik Raja selalu memiliki sifat empati yang tinggi), terdapat 24 responden atau sebanyak 42,1% menjawab sangat setuju dan terdapat 33 responden atau sebanyak 57,9% menjawab setuju.
4. Pada pernyataan ke 4 (Koperasi karyawan PT.Tasik Raja selalu memiliki sifat simpati yang tinggi), terdapat 27 responden atau sebanyak 47,4% menjawab sangat setuju dan terdapat 30 responden atau sebanyak 52,6% menjawab setuju.

b. Deskriptif jawaban responden tentang lokasi

Deskriptif tentang lokasi pada konsumenkoperasi karyawan PT.Tasik

Raja dilihat pada tabel 4.4 berikut ini :

Tabel 4.4
Tanggapan responden tentang Lokasi

Pernyataan	Alternatif jawaban										Total	%
	SS		S		TS		KS		STS			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
1	28	49,1	29	50,9	-	-	-	-	-	-	57	100
2	30	52,6	27	47,4	-	-	-	-	-	-	57	100
3	22	38,6	35	61,4	-	-	-	-	-	-	57	100
4	20	35,1	37	64,9	-	-	-	-	-	-	57	100

Sumber : Kuesioner (data diolah),2023

Dari data diatas terlihat bahwa :

1. Pada pernyataan ke 1 (Lokasi Koperasi karyawan PT.Tasik Raja merupakan lokasi yang mudah diakses), terdapat 28 responden atau sebanyak 49,1% menjawab sangat setuju dan terdapat 29 responden atau sebanyak 50,9% menjawab setuju.
2. Pada pernyataan ke 2 (Lokasi Koperasi karyawan PT.Tasik Raja memiliki jarak tempuh yang tidak jauh dari lokasi saya), terdapat 30 responden atau sebanyak 52,6% menjawab sangat setuju dan terdapat 27 responden atau sebanyak 47,4% menjawab setuju.
3. Pada pernyataan ke 3 (Lokasi Koperasi karyawan PT.Tasik Raja memiliki visibilitas yang mudah ditempuh), terdapat 22 responden atau sebanyak 38,6% menjawab sangat setuju dan terdapat 35 responden atau sebanyak 61,4% menjawab setuju.
4. Pada pernyataan ke 4 (Lokasi Koperasi karyawan PT.Tasik Raja merupakan lingkungan yang strategis), terdapat 20 responden atau

sebanyak 35,1% menjawab sangat setuju dan terdapat 37 responden atau sebanyak 64,9% menjawab setuju.

c. Deskriptif jawaban responden tentang persepsi konsumen

Deskriptif tentang persepsi konsumen pada konsumen koperasi karyawan PT.Tasik raja dilihat pada tabel 4.5 berikut ini :

Tabel 4.5
Tanggapan responden tentang persepsi konsumen

Pernyataan	Alternatif jawaban										Total	%
	SS		S		TS		KS		STS			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
1	20	35,1	37	64,9	-	-	-	-	-	-	57	100
2	27	47,4	30	52,6	-	-	-	-	-	-	57	100
3	24	42,1	33	57,9	-	-	-	-	-	-	57	100
4	21	36,8	36	63,2	-	-	-	-	-	-	57	100

Sumber : Kuesioner (data diolah),2023

Dari data diatas terlihat bahwa :

1. Pada pernyataan ke 1 (Karyawan Koperasi karyawan PT.Tasik Raja selalu menjalin komunikasi yang baik dengan konsumen), terdapat 20 responden atau sebanyak 35,1% menjawab sangat setuju dan terdapat 37 responden atau sebanyak 64,9% menjawab setuju
2. Pada pernyataan ke 2 (Saya selalu mendapatkan pelayanan yang baik), terdapat 27 responden atau sebanyak 47,4% menjawab sangat setuju dan terdapat 30 responden atau sebanyak 52,6% menjawab setuju.
3. Pada pernyataan ke 3 (Saya merasa berbelanja di Koperasi karyawan PT.Tasik Raja lebih efektif), terdapat 24 responden atau sebanyak

42,1% menjawab sangat setuju dan terdapat 33 responden atau sebanyak 57,9% menjawab setuju.

4. Pada pernyataan ke 4 (Koperasi karyawan PT.Tasik Raja memiliki citra yang baik), terdapat 21 responden atau sebanyak 36,8% menjawab sangat setuju dan terdapat 36 responden atau sebanyak 63,2% menjawab setuju.

d. Deskriptif jawaban responden tentang kelengkapan produk

Deskriptif tentang kelengkapan produk pada konsumen koperasi karyawan PT.Tasik Raja dilihat pada tabel 4.6 berikut ini :

Tabel 4.6

Tanggapan responden tentang kelengkapan produk

Pernyataan	Alternatif jawaban										Total	%
	SS		S		TS		KS		STS			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
1	26	45,6	31	54,4	-	-	-	-	-	-	57	100
2	21	36,8	36	63,2	-	-	-	-	-	-	57	100
3	21	36,8	36	63,2	-	-	-	-	-	-	57	100
4	28	49,1	29	50,9	-	-	-	-	-	-	57	100

Sumber : Kuesioner (data diolah),2023

Dari data diatas terlihat bahwa :

1. Pada pernyataan ke 1 (Produk yang tersedia memiliki keragaman produk yang banyak), terdapat 26 responden atau sebanyak 45,6% menjawab sangat setuju dan terdapat 31 responden atau sebanyak 54,4% menjawab setuju

2. Pada pernyataan ke 2 (Variasi dalam setiap produk tersedia dalam variasi yang bermacam-macam), terdapat 21 responden atau sebanyak 36,8% menjawab sangat setuju dan terdapat 36 responden atau sebanyak 63,2% menjawab setuju.
3. Pada pernyataan ke 3 (Produk selalu tersedia dengan sangat lengkap), terdapat 21 responden atau sebanyak 36,8% menjawab sangat setuju dan terdapat 36 responden atau sebanyak 63,2% menjawab setuju.
4. Pada pernyataan ke 4 (Produk yang saya dapatkan adalah produk yang berkualitas), terdapat 28 responden atau sebanyak 49,1% menjawab sangat setuju dan terdapat 29 responden atau sebanyak 50,9% menjawab setuju.

e. Deskriptif jawaban responden tentang kepuasan konsumen

Deskriptif tentang kepuasan konsumen pada konsumen koperasi karyawan PT.Tasik Raja dilihat pada tabel 4.7 berikut ini :

Tabel 4.7

Tanggapan responden tentang kepuasan konsumen

Pernyataan	Alternatif jawaban										Total	%
	SS		S		TS		KS		STS			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
1	19	33,3	38	66,7	-	-	-	-	-	-	57	100
2	27	47,4	30	52,6	-	-	-	-	-	-	57	100
3	32	56,1	25	43,9	-	-	-	-	-	-	57	100
4	31	54,4	26	45,6	-	-	-	-	-	-	57	100

Sumber : Kuesioner (data diolah),2023

Dari data diatas terlihat bahwa :

1. Pada pernyataan ke 1 (Saya merasa puas terhadap seluruh pelayanan yang diberikan), terdapat 19 responden atau sebanyak 33,3% menjawab sangat setuju dan terdapat 38 responden atau sebanyak 66,7% menjawab setuju
2. Pada pernyataan ke 2 (Saya akan tetap memilih Koperasi karyawan PT.Tasik Raja sebagai tempat untuk berbelanja), terdapat 27 responden atau sebanyak 47,4% menjawab sangat setuju dan terdapat 30 responden atau sebanyak 52,6% menjawab setuju.
3. Pada pernyataan ke 3 (Saya akan merekomendasikan Koperasi karyawan PT.Tasik Raja kepada orang lain), terdapat 32 responden atau sebanyak 56,1% menjawab sangat setuju dan terdapat 25 responden atau sebanyak 43,9% menjawab setuju.
4. Pada pernyataan ke 4 (Saya akan kembali ke Koperasi karyawan PT.Tasik Raja untuk berbelanja), terdapat 31 responden atau sebanyak 54,4% menjawab sangat setuju dan terdapat 26 responden atau sebanyak 45,6% 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 :

- Tampilan grafik histogram

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

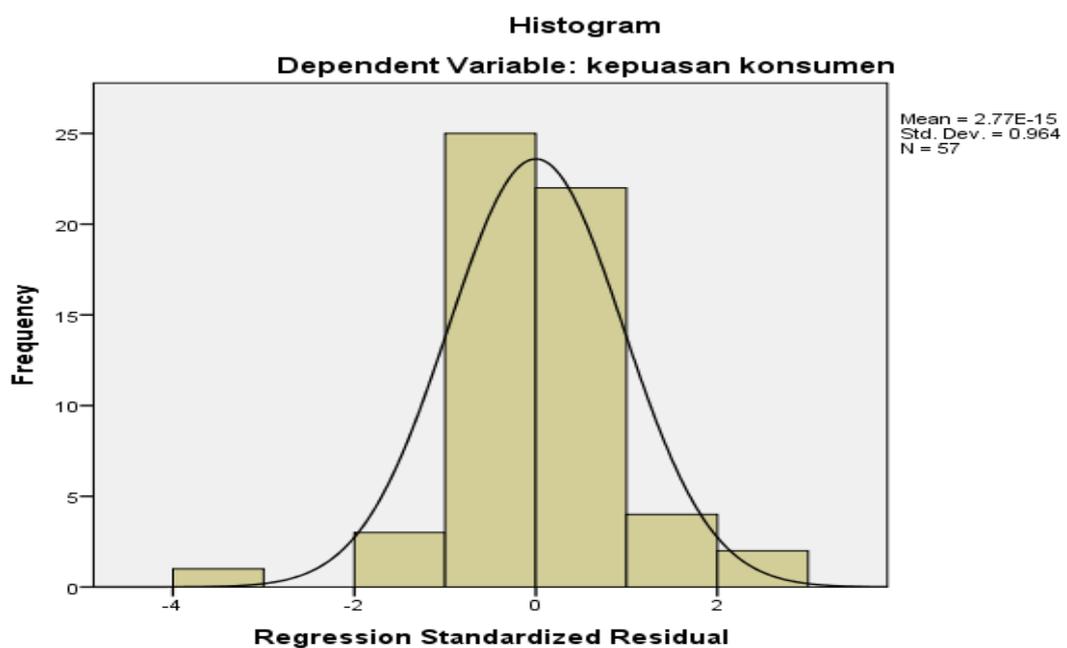
- grafik Normal PP plot.

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.

Gambar 4.2

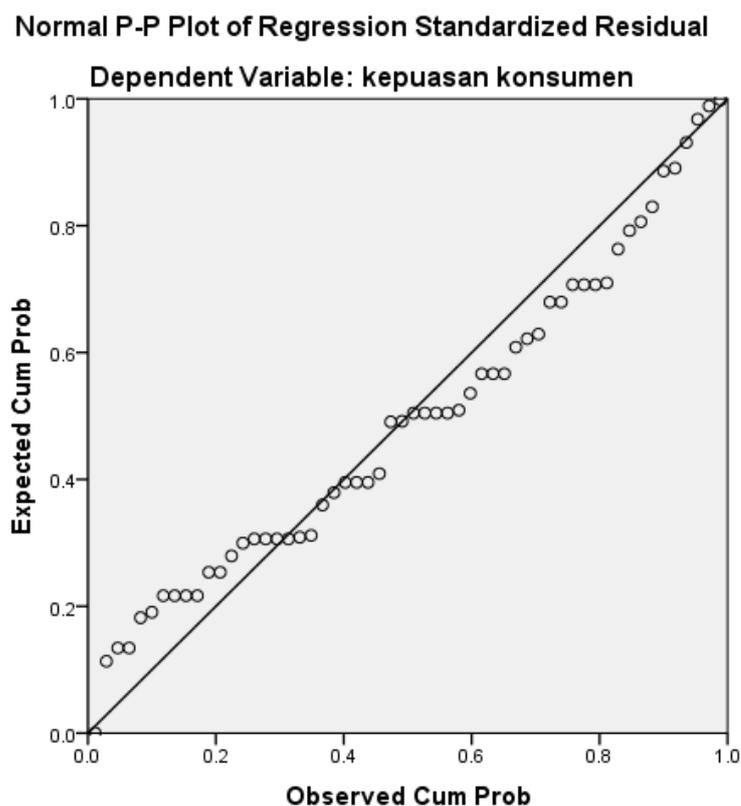
Grafik Histogram



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.

Multikolinieritas 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 4.8

Uji Multikolnearitas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1		
kedekatan emosional	.547	1.828
Lokasi	.164	6.094
persepsi konsumen	.222	4.514
kelengkapan produk	.342	2.926

Sumber : Data Primer diolah, 2023

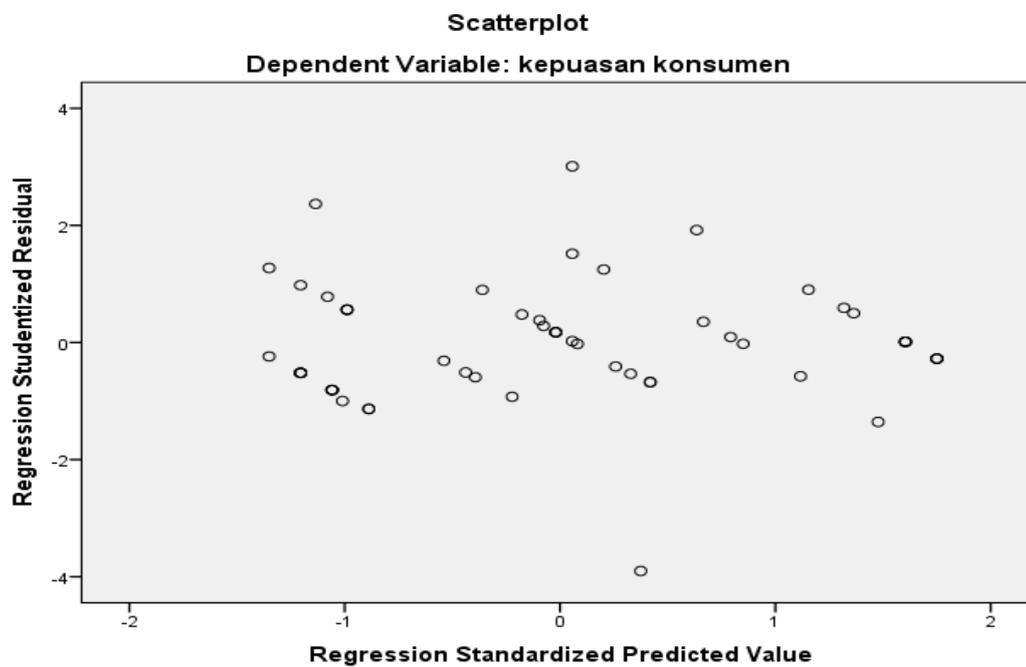
Tabel 4.8 di atas memperlihatkan nilai tolerance variabel kedekatan emosional adalah 0,547 lebih besar dari 0,10 dan nilai vif sebesar 1,828 lebih

kecil dari 10, nilai tolerance variabel lokasi adalah 0,164 lebih besar dari 0,10 dan nilai vif sebesar 6,094 lebih kecil dari 10, nilai tolerance variabel persepsi konsumen adalah 0,222 lebih besar dari 0,10 dan nilai vif sebesar 4,514 lebih kecil dari 10, dan nilai tolerance variabel kelengkapan produk adalah 0,342 lebih besar dari 0,10 dan nilai vif sebesar 2,926 lebih kecil dari 10. Hal ini berarti tidak terjadi problem multikolinearitas atau korelasi yang tinggi antar faktor yang terbentuk.

c. Uji Heteroskedaritas

Uji heteroskedaritas bertujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan terhadap pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak mengalami gejala heteroskedaritas, dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan terhadap pengamatan yang lain, hal ini disebut homoskedaritas. 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 unsur heteroskedaritas.

5. Analisis Regresi Linier Berganda

a. Analisis Regresi Berganda

Tabel 4.9
Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.468	1.829		2.443	.018
1					
kedekatan emosional	.285	.102	.238	2.787	.007
Lokasi	.336	.157	.334	2.145	.037
persepsi konsumen	.433	.126	.462	3.439	.001
kelengkapan produk	.322	.115	.302	2.792	.007

Sumber : data diolah dengan SPSS 20,2023

Berdasarkan Tabel 4.9 maka dapat dibuat persamaan yaitu :

$$Y = 4,468 + 0,285 + 0,336 + 0,433 + 0,322$$

Koefisien regresi kedekatan emosional menunjukkan hubungan positif terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien sebesar 0,285. Berarti setiap peningkatan kedekatan emosional sebesar 0,285 akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,285.

Koefisien regresi lokasi menunjukkan hubungan positif terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien sebesar 0,336. Berarti setiap peningkatan lokasi sebesar 0,336 akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,336.

Koefisien regresi persepsi konsumen menunjukkan hubungan positif terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien sebesar 0,433. Berarti setiap peningkatan persepsi konsumen sebesar 0,433 akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,433.

Koefisien kelengkapan produk menunjukkan hubungan positif terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien sebesar 0,322. Berarti setiap peningkatan kelengkapan produk sebesar 0,322 akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,322.

Nilai Konstanta sebesar 4,468 menunjukkan bahwa kepuasan konsumen sebesar 4,468 tanpa adanya pengaruh dari kedekatan emosional, lokasi, persepsi konsumen dan persepsi konsumen.

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 4.10 dibawah ini :

Tabel 4.10
Uji parsial (Uji T)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.468	1.829		2.443	.018
1					
kedekatan emosional	.285	.102	.238	2.787	.007
Lokasi	.336	.157	.334	2.145	.037
persepsi konsumen	.433	.126	.462	3.439	.001
Kelengkapan produk	.322	.115	.302	2.792	.007

Sumber : data diolah menggunakan SPSS 20 :2023

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

Diketahui T tabel pada distribusi 0,025 : 53 adalah 2,005.

Berdasarkan tabel 4.10 maka dapat dilihat bahwa :

1. Nilai t_{hitung} untuk kedekatan emosional adalah sebesar 2,787, t_{tabel} 2,005 ($t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$), dengan nilai signifikan $0,007 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Kedekatan emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen konsumen.
2. Nilai t_{hitung} untuk lokasi adalah sebesar 2,145, t_{tabel} 2,005 ($t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$), dengan nilai signifikan $0,037 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen konsumen.

3. Nilai t hitung untuk persepsi konsumen adalah sebesar 3,439, t tabel 2,005 ($t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$), dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Persepsi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
4. Nilai t hitung untuk kelengkapan produk adalah sebesar 2,792, t tabel 2,005 ($t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$), dengan nilai signifikan $0,007 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

c. Uji F

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

Tabel 4.11
Uji Simultan (F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	121.050	4	30.263	49.896	.000 ^b
Residual	30.932	53	.607		
Total	151.982	57			

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

Nilai F tabel pada distribusi 4 : 52 adalah 2,55, maka berdasarkan tabel 4.11 terlihat bahwa nilai F hitung $49,896 > 2,55$, dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, ini menunjukkan bahwa secara serempak variabel independent berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependent.

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 4.12
Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.892 ^a	.796	.781	.779

Sumber : data diolah dengan SPSS 20,2023

Hasil output SPSS model summary besarnya Adjusted R square adalah 0,781. Hal ini berarti 78,10% variabel independent yaitu variabel kedekatan emosional, lokasi, persepsi konsumen dan kelengkapan produk memberikan pengaruh terhadap variabel dependent yaitu kepuasan konsumen, dan sisanya sebesar 21,90% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti yang dapat mempengaruhi variabel kepuasan konsumen seperti diskon, promosi dll.

B. Pembahasan

1. Kedekatan emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada koperasi karyawan PT. Tasik raja

Koefisien regresi kedekatan emosional menunjukkan hubungan positif terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien sebesar 0,285. Berarti setiap peningkatan kedekatan emosional sebesar 0,285 akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,285.

Nilai t hitung untuk kedekatan emosional adalah sebesar 2,787, t tabel 2,005 (t hitung > t tabel), dengan nilai signifikan $0,007 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Kedekatan emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada koperasi karyawan PT. Tasik raja

Koefisien regresi lokasi menunjukkan hubungan positif terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien sebesar 0,336. Berarti setiap peningkatan lokasi sebesar 0,336 akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,336.

Nilai t hitung untuk lokasi adalah sebesar 2,145, t tabel 2,005 (t hitung > t tabel), dengan nilai signifikan $0,037 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Persepsi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada koperasi karyawan PT. Tasik raja

Koefisien regresi persepsi konsumen menunjukkan hubungan positif terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien sebesar 0,433. Berarti setiap peningkatan persepsi konsumen sebesar 0,433 akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,433.

Nilai t hitung untuk persepsi konsumen adalah sebesar 3,439, t tabel 2,005 ($t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$), dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Persepsi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

4. Kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada koperasi karyawan PT. Tasik raja

Koefisien regresi kelengkapan produk menunjukkan hubungan positif terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien sebesar 0,322. Berarti setiap peningkatan kelengkapan produk sebesar 0,322 akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,322.

Nilai t hitung untuk kelengkapan produk adalah sebesar 2,792, t tabel 2,005 ($t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$), dengan nilai signifikan $0,007 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

5. Kedekatan emosional, lokasi, persepsi konsumen dan kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan pada koperasi karyawan PT. Tasik raja

Nilai Konstanta sebesar 4,468 menunjukkan bahwa kepuasan konsumen konsumen sebesar 4,468 tanpa adanya pengaruh dari kedekatan emosional, lokasi, persepsi konsumen dan persepsi konsumen.

Nilai F tabel pada distribusi 4 : 52 adalah 2,55, maka berdasarkan tabel 4.11 terlihat bahwa nilai F hitung $49,896 > 2,55$, 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 besarnya Adjusted R square adalah 0,781. Hal ini berarti 78,10% variabel independent yaitu variabel kedekatan emosional, lokasi, persepsi konsumen dan kelengkapan produk memberikan pengaruh terhadap variabel dependent yaitu kepuasan konsumen, dan sisanya sebesar 21,90% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti yang dapat mempengaruhi variabel kepuasan konsumen seperti diskon, promosi dll.