

# PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI UD. TUNAS BARU GUNUNGSITOLI

*By* HERMAN ZENDRATO

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN DI UD. TUNAS BARU  
GUNUNGSITOLI**

**SKRIPSI**



Diajukan

Oleh  
HERMAN ZENDRATO  
NIM.2319556

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NIAS  
2024**

## ABSTRAK

Zendrato Herman. Pengaruh Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di UD. Tunas Baru Gunungsitoli. Skripsi. Pembimbing. (1) Otanius laia, S.E.,M.M.

Perusahaan didirikan dengan tujuan untuk mencapai pertumbuhan yang paling cepat dan berkelanjutan. Perusahaan sangat bergantung pada kepuasan pelanggan, yang berarti langkah-langkah yang jelas dan terukur diperlukan untuk memanfaatkan peluang di pasar sasaran. Strategi pemasaran Ud. Tunas Baru Gunungsitoli membantu bisnis menghasilkan keuntungan dengan mempertahankan pelanggan, meningkatkan jumlah pelanggan yang mereka miliki, dan meningkatkan jumlah penjualan yang mereka jual. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan seberapa besar pengaruh produk berkualitas tinggi terhadap kepuasan pelanggan UD. Tunas Baru Gunungsitoli. Penelitian kuantitatif menggunakan angket, pengamatan, dan dokumentasi untuk mengumpulkan data. Penelitian ini melibatkan 50 orang, termasuk semua pimpinan, karyawan, dan pelanggan Ud. Tunas Baru Gunungsitoli. Hasil menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan, menurut pengujian hipotesis. Kualitas produk UD. Tunas Baru Gunungsitoli dapat meningkatkan kepuasan pelanggan karena thitung lebih besar dari ttabel, yaitu 8.7213 lebih besar dari 1.672. Oleh karena itu, hipotesis ( $H_a$ ) diterima, yaitu "Ada Pengaruh Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di UD. Tunas Baru Gunungsitoli".

Kata kunci: Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan.

## Lembar Persetujuan

Rancangan Penelitian yang diajukan oleh :

Nama : **HERMAN ZENDRATO**  
NIM : 2319556  
Program : Sarjana  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
Judul : **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di**  
UD. Tunas Baru Gunungsitoli

Telah disetujui untuk diseminarkan.

Gunungsitoli, 2024

Ketua Prodi Manajemen

Dosen Pembimbing

**YUPITER MENDROFA, S.E.,M.M.**

**OTANIUS LAIA, S.E.,M.M.**

NIDN.0112078103

NIDN.0127059501

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kita panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang menjadikan bumi beserta isinya dengan begitu sempurna di sertai kasih-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi saya ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di UD. Tunas Baru Gunungsitoli”.

Ucapan terima kasih dan rasa hormat saya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan Skripsi ini. Karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya, kepada pihak yang telah membantu, yakni :

1. Bapak Eliyunus Waruwu, S.Pt.,M.Si sebagai Rektor Universitas Nias
2. Ibu Maria Magdalena Bate'e, S.E.,M.M sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nias
3. Bapak Yupiter Mendrofa, S.E.,M.M. sebagai Ketua Prodi Manajemen yang juga telah menyetujui Penelitian saya di SIMAT U NIAS
4. Bapak Otanius Laia, S.E.,M.M. sebagai dosen pembimbing saya yang telah banayak membantu peneliti dalam menyelesaikan rancangan proposal ini.
5. Seluruh Dosen dan Staf Pengajar di Fakultas Ekonomiatas semua ilmu yang telah diberikan kepada penulis.
6. Kedua orangtua, dan seluruh keluarga besar tercinta, yang selalu ada, memberi dukungan dan dorongan sehingga penulis mampu menyelesaikan Proposal Skripsi ini.
7. Teman-teman semuanya yang telah memberi semangat dan juga telah membantu penulis dalam menyelesaikan proposal penelitian ini.

Meskipun telah berusaha sebaik mungkin untuk menyelesaikan skripsi penelitian ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa hal yang belum sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca untuk membantu mereka memperbaiki apa yang belum sempurna. Pada akhirnya, penulis berharap skripsi penelitian ini akan memberikan banyak manfaat.

Gunungsitoli, September 2023

Penulis,

**HERMAN ZENDRATO**

NIM. 2319556

## DAFTAR ISI

Lembar Persetujuan .....	i
Kata Pengantar .....	ii
Daftar Isi .....	iv
Daftar Tabel .....	vi
Daftar Gambar .....	vii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	3
1.3. Batasan/Ruang Lingkup Penelitian .....	3
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	4
1.4.1. Tujuan Penelitian .....	3
1.4.2. Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>6</b>
2.1. Konsep Kualitas Produk .....	6
2.1.1 Pengertian Kualitas .....	6
2.1.2 Pengertian Produk .....	6
2.1.3 Pengertian Kualitas Produk .....	7
2.1.4 Tujuan Kualitas Produk .....	8
2.1.5 Dimensi Kualitas Produk .....	8
2.1.6 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk .....	9
2.1.7 Indikator Kualitas Produk .....	10
2.2. Konsep Kepuasan Pelanggan .....	10
2.2.1 Pengertian Kepuasan .....	10
2.2.2 Pengertian Pelanggan .....	11
2.2.3 Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	11
2.2.4 Dimensi Kepuasan Pelanggan .....	12
2.2.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan .....	13
2.2.6 Cara Mengukur Kepuasan Pelanggan .....	13
2.2.7 Indikator Kepuasan Pelanggan .....	15
2.3. Hipotesis .....	16
2.4. Kerangka Berpikir .....	17
2.5. Penelitian Terdahulu .....	17
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>20</b>
3.1. Jenis Penelitian .....	20
3.2. Variabel Penelitian .....	21
3.3. Populasi dan Sampel .....	22
3.3.1 Populasi .....	22
3.3.2 Sampel .....	22
3.4. Instrumen Penelitian .....	23
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	24

3.6	Teknik Analisis Data	25
3.6.1	Uji Validitas Data .....	25
3.6.2	Uji Reliabilitas Data .....	26
3.6.3	Pengujian Hipotesis.....	27
3.7	Lokasi dan Jadwal Penelitian	28
3.7.1	Lokasi Penelitian .....	28
3.7.2	Jadwal Penelitian.....	28
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>30</b>
4.1	Analisa Data.....	30
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	30
4.1.2	Karakteristik Responden.....	31
4.1.3	Deskripsi Temuan Data-data Penelitian.....	32
4.1.4	Pengolahan Angket.....	33
4.1.5	Pengujian Alat Validitas.....	38
4.1.6	Pengujian Regresi Linear Sederhana.....	60
4.1.7	Pengujian Koefisien Determinan.....	60
4.2	Pengujian Hipotesis.....	61
4.3	Analisa Hasil Penelitian.....	62
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>64</b>
5.1	Kesimpulan .....	64
5.2	Saran .....	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



**DAFTAR GAMBAR**

Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	28
-----------------------------------	----

**DAFTAR TABEL**

	Halaman
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	37
Tabel 4.1 Keadaan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.2 Keadaan Tingkat Pendidikan Responden.....	40
Tabel 4.3 Rekapitulasi Jawaban Responden Untuk Variabel X.....	41
Tabel 4.4 Hasil Angket Variabel X.....	42
Tabel 4.5 Rekapitulasi Jawaban Responden Untuk Variabel Y.....	44
Tabel 4.6 Hasil Angket Variabel Y.....	45
Tabel 4.7 Penghitungan Validitas Uji Coba Angket Item Nomor 1 Sampai Dengan Nomor 15.....	48
Tabel 4.8 Penghitungan Validitas Uji Coba Angket Item Nomor 16 Sampai Dengan Nomor 30.....	50
Tabel 4.9 Persiapan Penghitungan Uji Reliabilitas Variabel X.....	51
Tabel 4.10 Persiapan penghitungan uji reliabilitas variabel Y.....	54
Tabel 4.11 Persiapan Penghitungan Koefisien Korelasi.....	57

## **BABI**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Dalam dunia bisnis yang kompetitif, perusahaan harus terus berusaha untuk meningkatkan pangsa pasar dan mendapatkan pelanggan baru. Persaingan yang ketat secara tidak langsung akan mempengaruhi upaya perusahaan untuk mempertahankan pangsa pasar, karena perusahaan harus bekerja keras untuk meningkatkan kualitas produk dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Pada akhirnya, mempertahankan semua pelanggan yang ada akan lebih menguntungkan daripada mengubah pelan.

Kepuasan pelanggan menjadi tujuan utama bagi seluruh operasi bisnis dan merupakan konsep penting baik dalam teori maupun praktik pemasaran. Kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang terhadap kinerja produk yang dirasakan dan diharapkan, menurut Schisffman dan Kanukmenandeska dalam Indrasari (2019: 84).

Jika proses pengiriman jasa sesuai dengan pandangan pelanggan, kepuasan pelanggan akan terpenuhi. Menurut Sodexo (2019), beberapa faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen termasuk kualitas produk, harga, pengalaman belanja yang menyenangkan, testimoni orang lain, dan pendekatan pemasaran. Kepuasan pelanggan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, berpotensi menghasilkan pendapatan di masa depan (terutama melalui pembelian ulang, up-selling, dan cross-selling), menekan biaya transaksi pelanggan di masa depan (terutama biaya komunikasi pemasaran, penjualan, dan layanan pelanggan), mengurangi volatilitas dan risiko yang terkait dengan prediksi aliran kas di masa depan, dan meningkatkan toleransi harga (terutama kesediaan pelanggan untuk membeli barang dan layanan pelanggan).

Produk yang tersedia di pasar saat ini telah mengalami banyak perubahan, jadi jumlah produk yang tersedia terus meningkat. Selain itu, kedatangan produsen baru di pasar memiliki efek yang berbeda. Persaingan memaksa produsen untuk lebih teliti dalam menentukan kualitas produk mereka, yang merupakan komponen yang sangat umum saat ini. Kotler dan Keller (2016:145) menyatakan bahwa semua karakteristik dan kemampuan

suatu produk atau pelayanan untuk memenuhi kebutuhan yang tersirat termasuk dalam kualitas produk. Konsumen mengharapkan produk yang mereka beli berkualitas tinggi dan memenuhi harapan. Jika mereka tidak puas dengan produk, konsumen dapat mencari produk lain atau beralih ke produk lain.

Tunas Baru adalah perusahaan yang menjual bibit tanaman dan produk pertanian. Tunas Baru, sebuah toko tambahan di daerah yang membantu petani dengan bibit tanaman, menjadi lebih baik sejak dibuka pada tahun 2021. Namun, pelanggan mulai berkurang seiring berjalannya waktu karena penjual bibit tanaman lain menawarkan kualitas yang lebih baik.

Untuk mengirim bibit tanaman ke tempat lain, Tunas Baru menggunakan ekspedisi. Mengirim bibit dari pemasok membutuhkan tiga hingga lima hari perjalanan darat dan laut. Menurut penelitian yang dilakukan di Tunas Baru Kota Gunungsitoli, produk atau bibit tanaman yang dijual tidak bertahan lama, sehingga penjualan di Tunas Baru menurun drastis. Akibatnya, pelanggan tidak merasa puas dengan produk yang buruk. Peneliti kemudian menyelidiki faktor-faktor yang menyebabkan pelanggan tidak puas. Mereka menemukan bahwa pengiriman terkadang tidak berjalan lancar dan mengalami keterlambatan karena kendaraan pengangkutan yang tertunda dan faktor lainnya. Bibit tanaman dapat menjadi kurang segar setelah dibawa jauh.

Ketidakpuasan pelanggan terhadap kualitas produk bibit tanaman yang dijual oleh UD. Tunas Baru menyebabkan Tunas Baru kehilangan loyalitas pelanggan dan mengurangi pelanggan setia. Berdasarkan fenomena di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di UD. Tunas Baru Gunungsitoli”**.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada maka permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Produk yang dijual kepada konsumen kurang berkualitas.
2. Penjualan yang semakin lama semakin berkurang.
3. Loyalitas pelanggan semakin berkurang.

### 1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas dan mengingat luasan permasalahan yang ada maka peneliti membatasi permasalahan hanya terfokus pada Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Tunas Baru.

### 1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut permasalahan dapat dikemukakan dapat dirumuskan yaitu: Apakah ada pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di UD. Tunas Baru Gunungsitoli?

### 1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian sangat penting untuk mengetahui apa yang hendak dicapai dalam penelitian tersebut, dalam penelitian ini peneliti merumuskan tujuan yaitu untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di UD. Tunas Baru Gunungsitoli.

### 1.6. Manfaat Penelitian

#### 1.6.1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber informasi mengenai Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di UD. Tunas Baru Gunungsitoli.

#### 1.6.2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti.

Hasil karya penelitian ini diharapkan menambah wawasan serta memperbanyak informasi tentang adanya UD. Tunas Baru sertacaramempertahankan kepuasan pelanggan dalam sebuah usaha.

b. Bagi Universitas Nias.

Penelitian ini dapat menjadi bahan bagi Mahasiswa Universitas Nias Fakultas Ekonomi khusus konsentrasi Pemasaran dalam mengembangkan penelitian tentang adanya UD. Tunas Baru di Kota Gunungsitoli.

c. Bagi tempat peneliti.

Sebagai bahan informasi bagaimana meningkatkan kepuasan pelanggan dan bagaimana cara memaksimalkan kepuasan pelanggan pada UD. Tunas Baru Gunungsitoli.

d. Bagi pembaca

Penelitian ini dapat digunakan menjadi referensi bagi penelitian

selanjutnya dalam mengembangkan mempertahankan kepuasan pelanggan serta perilaku konsumen di UD. Tunas Baru Gunungsitoli.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Konsep Kualitas Produk**

##### **2.1.1 Pengertian Kualitas**

Memenuhi atau melebihi harapan pelanggan adalah definisi kualitas. Individu akan memahaminya dengan cara yang berbeda. Ada banyak definisi kualitas yang diberikan oleh para ahli. Menurut Tjiptono (Atmaja, 2018), "kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang menemui atau melebihi harapan." Sementara Riyanto (2018) menyatakan bahwa "kualitas diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu atau sesuai dengan ekspektasi pelanggan." Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, kualitas sangat penting. Ini berlaku untuk semua barang, jasa, atau layanan. Para ahli tersebut menekankan bahwa memahami dan mengelola kualitas sangat penting untuk mempertahankan atau meningkatkan kepuasan konsumen.

##### **2.1.2 Pengertian Produk**

Produk dalam marketing adalah apapun yang dapat dijual dan dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan seseorang, sedangkan produk dalam bisnis adalah barang atau jasa yang dapat diperjualbelikan. Dalam proses manufaktur, barang dibeli dalam bentuk barang mentah dan kemudian dijual sebagai barang jadi. Dalam tingkat pengecer, komoditas adalah barang mentah seperti metal atau hasil pertanian.

Bahasa Inggris "produk" berarti "sesuatu yang diproduksi oleh tenaga kerja atau sejenisnya", dan bentuk kerja dari bahasa Latin "produse" berarti "memimpin atau membawa sesuatu maju." Pada tahun 1575, kata "produk" mengacu pada apa pun yang diproduksi, tetapi sejak tahun 1695, itu lebih merujuk pada sesuatu yang diproduksi, atau barang atau barang yang diproduksi. Adam Smith, seorang ekonom politisi, adalah orang pertama yang menggunakan istilah "produk" dalam teori ekonomi. "Produk", dalam arti yang lebih luas, dapat berarti satu produk atau unit, sekelompok produk yang sama, sekelompok barang dan jasa, atau sebuah industri barang dan jasa.

4  
Stantaon dalam Firmansyah (2019:3) mengatakan bahwa produk dapat didefinisikan sebagai "sekumpulan atribut fisik yang secara nyata terkait dalam sebuah bentuk yang dapat diidentifikasi". Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi dan dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan, menurut Kotler dan Armstrong (2017:244). Produk bukan hanya objek yang dapat dideteksi oleh panca indra.

"Produk" dapat didefinisikan secara luas dan dapat mencakup semua barang fisik, layanan, orang, tempat, organisasi, gagasan, atau bauran dari semua bentuk di atas. Produk yang terdiri dari aktivitas, keuntungan, atau kepuasan yang dijual disebut sebagai jasa. Misalnya, menyiapkan pajak, membeli produk pangkas rambut, dan memperbaiki rumah adalah contohnya.

### **2.1.3 Pengertian Kualitas Produk**

Semua karakteristik produk yang memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang akan dinyatakan implisit adalah kualitas produk (Ely, 2021). Seperti yang dinyatakan oleh Rusmawan (2018), salah satu kualitas produk yang dapat menunjukkan ukuran ketahanan produk agar pelanggan dapat mempercayainya. Dari perspektif pemasaran, ada banyak metrik yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas produk. Menurut Rosyidi Ririn (2020), istilah "kualitas produk" dapat mencakup satu atau lebih elemen yang dapat mempengaruhi seberapa baik kita dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dan konsumen terkait kualitas produk. Kualitas produk didefinisikan oleh Sinulingga (2021) sebagai adanya aspek usaha yang dapat kita perhatikan oleh konsumen atau pelanggan, sehingga kita dapat membuat variasi baru untuk membuat konsumen tertarik pada produk kita. Namun, ini terutama berlaku bagi konsumen atau pelanggan yang ingin mempertahankan kualitas produk yang sudah ada.

Segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen yang dapat diperhatikan, digunakan, dibeli, dan dikonsumsi oleh produsen dan konsumen sesuai dengan kebutuhan mereka disebut sebagai produk berkualitas (Astuti Miguna dan matondang Nurhafifah, 2020).

### **2.1.4 Tujuan Kualitas Produk**

Kotler (Aisah, 2015) menyatakan empat tujuan untuk kualitas produk. Mereka adalah sebagai berikut: pertama, memastikan bahwa



produk hasil produksi memenuhi standar yang telah ditetapkan; kedua, memastikan bahwa biaya inspeksi serendah mungkin; ketiga, memastikan bahwa biaya desain untuk produksi tertentu dijaga; dan keempat, memastikan bahwa biaya produksi serendah mungkin.

### 2.1.5 Dimensi Kualitas Produk

Menurut Mullins, Orville, Lareche, dan Boyd (Indrasari, 2019), jika perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam sebuah pasar, mereka harus memahami aspek dan komponen apa yang digunakan pelanggan untuk membedakan produk yang mereka jual dengan produk yang dijual oleh perusahaan pesaing. Di antara parameter kualitas produk adalah:

Kinerja adalah karakteristik operasi utama sebuah produk; daya tahan adalah jangka waktu yang diperlukan untuk penggantian produk; kesesuaian dengan spesifikasi adalah sejauh mana karakteristik operasi dasar produk dapat memenuhi spesifikasi tertentu konsumen atau tidak memiliki kecacatan; dan fitur adalah karakteristik produk yang dirancang khusus untuk meningkatkan fungsi produk dan menarik konsumen. Karena risiko kerusakan yang lebih kecil, produk ini lebih dapat diandalkan. Kualitas adalah hasil dari pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena pelanggan mungkin tidak memahami atau kurang memahami informasi tentang produk yang bersangkutan. Estetika mengacu pada bagaimana suatu produk dapat dilihat dari tampilan, rasa, bau, dan bentuknya. Akibatnya, harga, merek, periklanan, reputasi, dan negara asal dapat memberikan gambaran tentang.

### 2.1.6 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Menurut Baum dalam Eka Umi Kalsum, Dkk (2022) ada 9 faktor yang mempengaruhi kualitas produk, yang dikenal sebagai 9 M, yaitu:

- 1). *Market* (pasar);
- 2). *Money* (modal);

- 3). *Management* (manajemen);
- 4). *Men* (sumber daya manusia);
- 5). *Motivation* (motivasi);
- 6). *Materials*(bahan);
- 7). *Machine and Mechanzation* (mesindan mekanisasi);
- 8). *Modern informationmethod* (metode informasi modern);
- 9). *Mounting product reluirement* (persyaratanproses produksi)”.

### 2.1.7 Indikator Kualitas Produk

Owusu dalam Yulianto (2017) menyatakan bahwa ada beberapa indikator kualitas produk yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas produk. Salah satu dari indikator tersebut <sup>5</sup> adalah:

1. *Performance*, meliputi karakteristik operasi dari suatu produk.
2. Fitur produk (*feature*) yaitu karakteristik atau ciri-ciri tambahan yang melengkapi manfaat dasar suatu produk.
3. Kesesuaian dengan sertifikasi (*conformance to specification*) kesesuaian kinerja produk dengan standar yang dinyatakan suatu produk.
4. Keandalan (*reliability*), peluang suatu produk bebas dari kegagalan saat menjalankan fungsinya.
5. Daya tahan (*durability*), menggambarkan umur ekonomis suatu produk.
6. Kemampuan diperbaiki (*servicebility*) kualitas produk ditentukan atas dasar kemampuan suatu produk diperbaiki.

## 2.2 Konsep Kepuasan Pelanggan

### 2.2.1 Pengertian Kepuasan

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan hasil (kinerja) produk yang dipikirkan dengan hasil (kinerja) yang diharapkan. Menurut Buchari (2018), kepuasan bergantung pada bagaimana seseorang melihat hasil dan harapan mereka. Jika produk atau jasa yang dibeli memenuhi harapan pelanggan, mereka akan puas; jika tidak, mereka akan kecewa dan tidak puas.

### 2.2.2 Pengertian Pelanggan

Perasaan puas atau kecewa yang muncul setelah membandingkan hasil (kinerja) produk yang dipikirkan dengan hasil

(kinerja) yang diharapkan dikenal sebagai kepuasan. Menurut Buchari (2018), cara seseorang melihat hasil dan harapan mereka bervariasi. Pelanggan akan puas jika barang atau jasa yang mereka beli memenuhi harapan mereka; jika tidak, mereka akan kecewa dan tidak puas.:

1. Pelanggan Internal (*Internal Costumer*) Adalah setiap orang yang ikut menangani proses pembuatan maupun penyediaan produk di dalam perusahaan atau organisasi.
2. Pelanggan Perantara (*Intermediate Costumer*) Adalah mereka yang bertindak atau berperan sebagai perantara untuk mendistribusikan produk kepada pihak konsumen atau pelanggan eksternal. Pelanggan perantara ini bukan sebagai pemakai akhir.
3. Pelanggan Eksternal (*External Costumer*) Yaitu pembeli atau pemakai akhir, yang disebut sebagai pelanggan yang nyata (*real costumer*).

### **2.2.3 Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Kualitas produk yang mereka jual berhubungan dengan kepuasan pelanggan atau konsumen. Tingkat kepuasan pelanggan ditentukan oleh perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan kinerja yang diharapkan. Pelanggan dapat memiliki tiga tingkat kepuasan umum. Jika kinerja tidak memenuhi harapan, pelanggan kecewa, jika kinerja sesuai, atau jika mereka sangat senang atau gembira jika kinerja melebihi harapan. Harapan pembeli dibentuk oleh pengalaman pembelian sebelumnya, komentar dari teman dan kenalan, dan informasi dan janji dari pemasar dan saingan.

Kepuasan pelanggan sangat penting untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan mendorong mereka untuk terus membeli produk dari perusahaan. Pelanggan yang puas akan sangat penting bagi keberlangsungan bisnis. Kepuasan pelanggan terjadi ketika pelanggan merasa bahwa kebutuhan dan keinginannya dipenuhi dengan baik dan sesuai dengan harapan mereka, menurut Tjiptono (2012:301).

Namun, seperti yang dinyatakan Umar dalam Indrasari (2019:82), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan apa yang mereka dapatkan dengan apa yang mereka harapkan. Jika pelanggan merasa puas dengan nilai yang ditawarkan oleh produk atau jasa, ada kemungkinan besar mereka akan tetap menjadi pelanggan untuk waktu yang lama.

Dari pendapat ahli di atas, peneliti berpendapat bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan yang dialami seseorang setelah mereka merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa. Kepuasan pelanggan sangat mungkin akan bertahan lama.

#### 2.2.4 Dimensi Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan studi literatur, terdapat lima (5) dimensi utama kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Kualitas Produk Pelanggan atau Konsumen tentu akan sangat merasa puas ketika mendapatkan produk yang memiliki kualitas baik atau berkualitas
2. Harga relatif tidak penting bagi pelanggan yang tidak sensitif terhadap harga, tetapi harga yang murah akan memberikan kepuasan bagi pelanggan sensitif karena mereka akan mendapatkan value of money tinggi.
3. Kualitas pelayanan, Pelanggan akan merasa puas ketika mereka mendapatkan pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan mereka.
4. Faktor emosional: Konsumen atau pelanggan akan merasa bangga dan percaya diri ketika orang lain merasa kagum kepadanya saat mereka menggunakan barang atau jasa yang dibelinya. Tingkat kepuasan pelanggan bergantung pada faktor ini.
5. Biaya dan Kemudahan: Ketika harga relatif murah, pelanggan merasa lebih puas saat mendapatkan barang atau jasa. Peran driver di

atas memainkan peran penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Tentu saja, setiap driver memiliki keunggulannya sendiri berdasarkan perusahaan dan kebutuhan pelanggannya..

### **2.2.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan**

Lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan, menurut Indrasari (2019:87-88):

- a. Kualitas produk: pelanggan akan merasa puas jika evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas;
- b. Kualitas pelayanan: pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan harapan mereka;
- c. Emosional: pelanggan akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan merasa seperti mereka
- d. Biaya: Konsumen cenderung puas dengan produk jika mereka tidak perlu menunggu lama untuk mendapatkan produk tersebut atau mengeluarkan biaya tambahan.

### **2.2.6 Cara Mengukur Kepuasan Pelanggan**

Setiap bisnis memiliki metode yang berbeda untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan dan pesaingnya. Ada empat cara untuk mengevaluasi kepuasan pelanggan, menurut Kotler dalam Bukhari Alma (2016):

1. Sistem Keluhan Dan Saran (*Complaint And Sugestion System*)

Banyak bisnis menerima keluhan pelanggan melalui kotak saran. Selain itu, beberapa perusahaan memberikan amplop yang ditulis dengan alamat perusahaan untuk keluhan, keluhan, dan saran. Saran juga dapat dikirim melalui kartu komentar, telepon bebas pulsa, atau pelanggan. Data ini memungkinkan perusahaan mengantisipasi dan menanggapi kritik karena memberi mereka ide dan masukan.

#### 2. Survei Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction Surveys*)

Dalam hal ini, perusahaan melakukan survei untuk mengetahui pendapat pelanggan. Ini dapat dilakukan melalui telepon, email, website, pos, atau wawancara pribadi, atau pelanggan diminta mengisi angket. Dengan melakukan survei ini, perusahaan dapat memperoleh tanggapan dan balikan langsung dari pelanggan serta menciptakan kesan positif tentang bisnis yang memperhatikan pelanggan.

#### 3. Pembeli Bayangan (*Ghost Shopping*)

Dalam hal ini, seseorang disarankan untuk membeli dari perusahaan lain atau perusahaannya sendiri. Pembeli yang tidak diketahui ini menceritakan apa yang dia sukai dan tidak sukai dari pelayan yang melayaninya. Selain itu, segala sesuatu yang membantu proses pengambilan keputusan oleh manajemen Manager sendiri harus mengunjungi toko pesaing dan menyewa pembeli bayangan. Pengalaman manajer ini sangat penting karena data dan informasi diperoleh secara alami.

#### 4. Analisa Pelanggan Yang Lari (*Lost Customer Analysis*)

Pelanggan yang tidak dapat dihubungi diupayakan untuk dihubungi. Pelanggan diminta untuk menjelaskan mengapa mereka meninggalkan, pindah ke perusahaan lain, atau mengalami masalah yang tidak dapat diselesaikan atau dihambat untuk diselesaikan. Kontak seperti ini akan memberikan informasi dan membantu memperbaiki kinerja perusahaan sehingga langganan tetap ada dan pelanggan lebih puas.

### **2.2.7 Indikator Kepuasan Pelanggan**

Adapun indikator kepuasan pelanggan menurut Tjiptono dalam Indrasari (2019:92), yaitu:

**a. Kesesuaian Harapan**

Menurut Tjiptono (2012:318), kesesuaian harapan adalah tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh konsumen dan apa yang mereka rasakan. Namun, menurut Hawkins dan Lonney dalam Kusumasitta (2014:161), "kesesuaian harapan adalah kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja aktual produk atau jasa perusahaan."

Dari pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa kesesuaian harapan mencakup apa yang diharapkan konsumen dari barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka.

**b. Minat Bekunjung Kembali**

Hawkins dan Lonney (2018:257) mendefinisikan kesediaan konsumen untuk membeli kembali atau menggunakan produk yang sebanding. "Minat beli ulang adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum melakukan keputusan pembelian tahap selanjutnya," kata Kotler dan Philip (2007:15). Meskipun demikian, menurut Tjiptono (2012:318), "minat beli ulang yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi. Dari pendapat di atas, dapat dikatakan bahwa minat beli ulang (beli ulang) adalah kesediaan pelanggan untuk mengunjungi atau menggunakan kembali jasa perusahaan."

**c. Kesediaan Merekomendasikan**

Dalam Kusumasitta (2014:161), Hawkins dan Lonney menyatakan bahwa "Kesediaan merekomendasikan adalah kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti." Sebaliknya, Tjiptono (2012:318) mengatakan bahwa "Kesediaan merekomendasikan adalah kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti."

Didasarkan pada beberapa pendapat ahli di atas, dapat disimpulkan

bahwa kesediaan merekomendasikan adalah rekomendasi yang menganjurkan, membenarkan, atau menguatkan bahwa orang lain layak membeli barang atau jasa tertentu.

### 2.3 Hipotesis

Menurut Suharsimi Arikunto (2010:110), "Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban sementara terhadap masalah penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul." Hipotesis kerja ( $H_a$ ) dan hipotesis nol ( $H_0$ ) adalah dua jenis hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini.

Berdasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa hipotesis adalah solusi temporer yang harus diuji dalam penelitian. Peneliti menggunakan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) untuk menentukan apakah ada atau tidaknya hubungan antara variabel X dan Y dalam penelitian ini. Variabel X adalah "Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di UD. Tunas Baru Gunungsitoli". Hipotesis yang diusulkan oleh peneliti adalah sebagai berikut::

$H_a$  = Ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di UD.

Tunas Baru Gunungsitoli

$H_0$  = Tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di UD. Tunas Baru Gunungsitoli

### 2.4 Kerangka Berpikir

Didalam penelitian ini, ada dua variabel yang digunakan oleh peneliti, yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) dimana yang menjadi variabel bebas yaitu Kualitas Produk dan variabel terikat yaitu Kepuasan



Pelanggan dimana Kerangka berpikir yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar: 2.1. Kerangka Berpikir



Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Berdasarkan kerangka berpikir di atas, peneliti membuat sejumlah pertanyaan yang dibagi menjadi dua (dua) kuesioner: satu (satu) berkaitan dengan kualitas produk dan satu (satu) berkaitan dengan kepuasan pelanggan di Tunas Baru. Selanjutnya, peneliti menganalisis data dari responden dan menemukan bahwa kualitas produk memengaruhi kepuasan pelanggan UD. Tunas Baru Gunungsitoli.

## 2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya digunakan sebagai acuan untuk memperkuat teori yang digunakan dalam penelitian ini. Meskipun peneliti belum menemukan judul penelitian sebelumnya, mereka mengambil beberapa judul sebagai referensi untuk memperkaya bahan penelitian ini.

Berikut merupakan beberapa jurnal ataupun skripsi penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti:

**Tabel 2.1**

Penelitian terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1.	Ismail Razak (2019)	Pengaruh kualitas produk terhadap	hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk melalui peningkatan

		kepuasan pelanggan	daya tahan dapat mendorong meningkatkan kepuasan pelanggan, artinya daya tahan yang mencerminkan aqua secara ekonomis hemat untuk dikonsumsi dan secara teknis dapat disimpan dalam jangka waktu lama akan mendorong pelanggan tetap setia yang menjamin pelanggan puas mengkonsumsi aqua.
2.	Dewi Sartika, Agustin Basriani (2018)	Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan keripik nenas di desa kwalu nenas kecamatan tambang kabupaten kampar provinsi riau	hasil penelitian diperoleh bahwa : 1) kualitas produk yaitu fitur dan desain berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan keripik nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau, sedangkan kualitas produk lainnya kinerja, kehandalan, daya tahan dan kesesuaian tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan keripik nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau. 2) kualitas produk yang terdiri dari kinerja, kehandalan, fitur, daya tahan, kesesuaian, dan desain berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan keripik nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau.
3.	Natasya Pricillia Tamon, W. S. Manoppo, Lucky F. Tamengkel (2021)	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. DEFMEL Leilem	Hasilnya jika variabel Kualitas Produk(X) mengalami kenaikan, maka KepuasanPelanggan akan meningkat. Koefisien tersebut bernilai positif artinya Kualitas Produk (X) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), semakin meningkat Kualitas Produk maka semakin meningkat juga Kepuasan Pelanggan.
4.	Abdulloh Majid (2019)	Hasilnya jika variabel Kualitas Produk (X) mengalami kenaikan, maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat. Koefisien tersebut bernilai positif artinya Kualitas Produk (X) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), semakin meningkat Kualitas Produk maka	Berdasarkan hasil penghitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R <sup>2</sup> ) yang diperoleh 0,464 yang artinya variasi variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk sebesar 46%. Berdasarkan hasil uji data dapat diketahui bahwa nilai signifikansi variabel kualitas produk sebesar 0,000 dimana nilai signifikansi tersebut < 0,05. dengan

		semakin meningkat juga Kepuasan Pelanggan.	demikian kualitas produk mempengaruhi besarnya tingkat kepuasan konsumen.
5.	Resti Yulistria, Rosento, Eka Putri Handayani, Isnurrini Hidayat Susilowati, Siti Aulia (2023)	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Mitra Bangun Perwira	jika hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk yang terdiri dari kinerja, kehandalan, fitur, estetika, kesan kualitas dan daya tahan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan artinya terdapat pengaruh positif antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT Mitra Bangun Perwira.

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **3.1 Jenis Penelitian**

Berikut adalah jenis-jenis penelitian menurut Sugiyono (2020:9):

Penelitian kualitatif: Menurut Sugiyono (2020:9), ini adalah jenis penelitian yang melibatkan objek penelitian dan menggunakan instrumen penelitian untuk mengumpulkan data.

Penelitian kuantitatif: Menurut Sugiyono (2020:9), ini adalah jenis penelitian yang menggunakan prosedur statistik atau pengumpulan data dengan instrumen penelitian. Dalam penelitian ini, metode kuantifikasi, atau pengukuran, adalah yang paling umum digunakan. Dalam pendekatan kuantitatif, teori obyektif digunakan untuk memeriksa kenyataan tentang hubungan antara variabel.

Studi gabungan: Menurut Sugiyono (2020:9), studi yang menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif disebut sebagai studi gabungan.

Berdasarkan teori di atas, peneliti menetapkan bahwa penelitian ini akan dilakukan dalam jenis penelitian kuantitatif. Ini karena penelitian ini akan menghasilkan data dalam bentuk angka yang akan dianalisis.

##### **3.2 Variabel Penelitian**

Dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods), Sugiyono (2012) menyatakan bahwa "variabel penelitian pada dasarnya adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulan tentang hal tersebut." Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah "bervariasi misalnya jenis kelamin, karena jenis kelamin mempunyai variasi, yaitu laki-laki-

a. Variabel Independen/Variabel Bebas

Adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk. Sehingga yang menjadi Indikatornya dari variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah:

- a. *Performance*, meliputi karakteristik operasi dari suatu produk.
- b. Fitur produk (*feature*) yaitu karakteristik atau ciri-ciri tambahan yang melengkapi manfaat dasar suatu produk.
- c. Kesesuaian dengan sertifikasi (*conformance to specification*) kesesuaian kinerja produk dengan standar yang dinyatakan suatu produk.
- d. Keandalan (*reliability*), peluang suatu produk bebas dari kegagalan saat menjalankan fungsinya.
- e. Daya tahan (*durability*), menggambarkan umur ekonomis suatu produk.
- f. Kemampuan diperbaiki (*serviceability*) kualitas produk ditentukan atas dasar kemampuan suatu produk diperbaiki.

b. Variabel Dependen/Variabel Terikat

Adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan. Sehingga yang menjadi Indikatornya dari variabel bebas (Y) dalam penelitian ini adalah:

- a. Kesesuaian Harapan.
- b. Minat Bekunjung Kembali (beli ulang).
- c. Kesiediaan Merekomendasikan.

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Penelitian populasi adalah "wilayah generalisasi yang terdiri atas, objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan", kata Sugiyono (2012:119). Menurut Komaruddin, dikutip dalam buku Drs. Mardalis (2014:53), "Populasi adalah semua individu yang menjadi sumber pengambilan sampel".

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah karyawan sebanyak 3 (tiga) orang dan pelanggan pada Tunas Baru sebanyak 47 orang. Jadi total jumlah populasi adalah sebanyak 50 orang.

#### 3.3.2 Sampel

Secara sederhana, sampel dapat didefinisikan sebagai komponen populasi yang berfungsi sebagai sumber data untuk penelitian dan berfungsi sebagai representasi populasi saat ini. Saat memilih sampel untuk penelitian ini, peneliti mengikuti pendapat Sugiyono (2012:126)

tentang teknik sampling jenuh. Keseluruhan populasi diambil sebagai sampel dalam sampling jenuh. Ini biasanya digunakan dalam penelitian yang bertujuan untuk membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil atau populasi yang relatif kecil—kurang dari lima puluh orang.

Oleh karena jumlah populasi dalam penelitian ini tidak terlalu banyak dan kurang dari 100 orang, maka peneliti mengambil semua populasi sebagai sampel penelitian. Jadi sampel dalam penelitian ini terdiri dari karyawan dan pelanggan Tunas Baru dengan jumlah keseluruhan sebanyak 50 orang responden.

### 3.4 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang diamati, menurut Sugiyono (2018). Studi ini menggunakan kuesioner sebagai alat penelitian. Indikator, yang merupakan variabel penelitian, adalah dasar dari kuesioner ini. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat ukur baku, dan indikator ditulis secara rinci dalam angket dan diberikan kepada responden. Alat penelitian ini adalah angket atau kuesioner tertutup yang diberikan kepada peserta untuk memilih dari dua variabel: kepuasan pelanggan dan kualitas produk.

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju. Dalam menjawab skala *Likert* ini, responden hanya memberi tanda, misalnya checklist atau tanda silang pada jawaban yang dipilih sesuai pernyataan. Berikut ini lima tingkat preferensi jawaban masing – masing mempunyai skor 1- 5 dengan rincian pada skala *Likert* :

**Tabel 3. 1 Skala Lima (*Likert*)**

Pilihan Jawaban	Kode	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber data Sugiyono (2018)

Menurut Sugiyono (2018), kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk meminta jawaban dari responden melalui serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis. Metode ini dianggap efektif jika peneliti

mengetahui variabel yang akan diukur dan mengantisipasi tanggapan responden. Penelitian ini berfokus pada kuesioner yang dibuat berdasarkan indikator variabel penelitian. Indikator tersebut diuraikan secara rinci dalam angket, yang diberikan kepada responden dengan pertanyaan khusus untuk meminta tanggapan atau tanggapan mereka.

### **3.5 Data dan Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Kotler dan Armstrong (2020:19), ada dua sumber data yaitu: Data Primer: Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data disebut data primer. Jenis data ini dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber pertama atau lokasi penelitian.

Data Sekunder: Jenis data ini diberikan kepada pengumpul data secara tidak langsung, seperti melalui dokumen atau sumber lain. Peneliti memilih jenis data primer berdasarkan jenis data yang dijelaskan oleh para ahli di atas.

Teknik pengumpulan data adalah langkah yang paling utama dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Untuk memperoleh data yang akurat dan ilmiah, maka peneliti menggunakan beberapa teknik dalam mengumpulkan data, yaitu:

a. Observasi: Dalam teknik pengumpulan data, observasi dilakukan ketika peneliti melakukan penelitian secara langsung pada objek yang diteliti. Dengan melakukan ini, peneliti dapat melihat fenomena, proses kerja, atau perilaku manusia saat mereka mengumpulkan data.

b. Angket/Kuesioner: Peneliti akan mengumpulkan data dengan menggunakan angket, yang memasukkan pertanyaan yang terkait dengan penelitian dan membutuhkan jawaban yang tertutup. Responden akan diberikan angket untuk memungkinkan mereka untuk menjawab dengan jujur dan terbuka.

C. Dokumentasi: Metode dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data dengan menyimpan sejumlah bukti tertulis, seperti data tentang keadaan populasi dan struktur organisasi. Untuk melakukan wawancara dan mengambil gambar atau foto secara langsung, peneliti menggunakan ponsel sebagai alat dokumentasi mereka.

### **3.6 Teknik Analisis Data**

Proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi, kuesioner, dan dokumentasi dikenal sebagai analisis

data. Data penelitian ini akan dianalisis dengan alat statistik dan software yang mendukung hasil penelitian. Ini adalah beberapa jenis tes yang dilakukan dalam penelitian:

### 3.6.1. Uji Instrumen

#### a. Uji Validitas Data

Peneliti menggunakan program SPSS, yang merupakan salah satu alat untuk menganalisis data statistik, untuk menjalankan uji validitas data. Uji validitas data menunjukkan tingkat keandalan atau kesabaran alat ukur.

Dasar pengambilan keputusan uji validitas data adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai  $r_{hitung}$  dengan nilai  $r_{table}$ .
  - a. Jika nilai  $r_{hitung} > r_{table}$ , maka item soal angket tersebut dinyatakan *valid*.
  - b. Jika nilai  $r_{hitung} < r_{table}$ , maka item soal angket tersebut dinyatakan tidak *valid*.
2. Membandingkan nilai Sig. (2-tailed) dengan probabilitas 0,05
  - a. Jika nilai sig. (2-tailed)  $> 0,05$  dan *person Correlation* bernilai positif, maka item soal angket tersebut *valid*.
  - b. Jika nilai sig. (2-tailed)  $< 0,05$  dan *person correlation* bernilai negatif, maka item soal angket tersebut tidak *valid*.

Dalam dasar keputusan di atas kita bisa simpulkan, apabila data valid maka angket berkorelasi signifikan terhadap skor total artinya item angket sesuai.

#### b. Uji Reliabilitas

Seberapa dapat diandalkan dan dapat dipercaya suatu alat pengukur ditentukan oleh uji reliabilitasnya. Reliabilitas konsisten interitem dapat diukur dengan nilai cronbach alpha; nilai cronbach alpha yang lebih besar dari 0,06 menunjukkan bahwa interitem yang diukur untuk masing-masing variabel adalah reliable. Mungkin ada ketidakkonsistenan karena pandangan responden yang berbeda atau karena mereka tidak memahami semua item pertanyaan.

### 3.6.2. Uji Asumsi Klasik

#### 1) Uji Normalitas

Menurut Agussalim (2015: 55) untuk model regresi yang baik, nilai residual harus terdistribusi secara normal. Ini dilakukan dengan uji



normalitas. Probabilitas dapat digunakan untuk membuat keputusan, kata Saragih Santoso (2012: 23).

## 2) Uji Multikolinieritas

Jika ada korelasi antara variabel bebas dalam model regresi, uji multikolinieritas digunakan untuk menentukan masalah multikolinieritas. Dalam model regresi yang baik, tidak ada korelasi antara variabel independen. Dalam kasus multikolinieritas, salah satu independen harus dikeluarkan dari model dan langkah-langkah ini harus diulangi. Ada atau tidaknya multikolinieritas dapat ditentukan dengan menggunakan faktor variasi inflasi besar (VIF) dan toleransi. Menurut pedoman regresi multikolinieritas bebas, batas VIF adalah 10 dan nilai toleransi harus lebih besar dari 0,1. Jika nilai VIF di bawah 10, maka tidak ada gejala multikolinieritas.

## 3) Uji Heteroskedastisitas

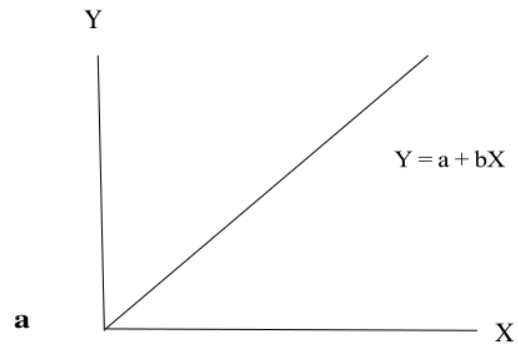
Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menentukan apakah ada perbedaan dalam model regresi variasi residual antara studi. Untuk menguji heteroskedastisitas, grafik plot, park, glejser, dan white dapat digunakan. Uji Glejser juga dapat digunakan untuk menguji nilai prediksi variabel dependen. Heteroskedastisitas tidak terjadi jika tidak ada pola yang jelas dan titik tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

### 3.6.3. Uji Hipotesis

#### a) Regresi Linear sederhana

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk menentukan arah hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Tujuan dari analisis ini adalah untuk menentukan apakah arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen adalah positif atau negatif, serta untuk memprediksi apakah nilai variabel dependen akan meningkat atau menurun. Data biasanya berbentuk interval atau rasio. Rumus regresi linear sederhana dapat ditemukan di sini:

**Gambar 3.1**  
**Ilustrasi Garis Regresi Linear**



Persamaan Regresi Linear sederhana secara matematika diekspresikan oleh :

$$Y = a + bx$$

Yang mana:

Y = Garis regresi Variabel terikat

a= Konstantan (*intersep*), perpotongan dengan sumbu vertikal

b= Konstantan Regresi (*slope*)

X = Variabel Bebas/*Predictor*

b) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dapat ditentukan dengan mengkuadratkan koefisien kolerasi. Dari contoh kasus penelitian, maka koefisien determinasinya adalah  $r^2 = 0,90$ . Nilai ini berarti bahwa 90% variabel bebas /*predictor* X dapat menerangkan/menjelaskan variabel Terikat/Response Y dan 10% dijelaskan oleh variabel lainnya.

c) Uji T

Menurut Sugiyono (2020 : 80) uji statistik T pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel penjelas sendiri pada penjelasan variasi variabel terikat. Dalam kasus ini, apakah variabel Mix Marketing (X) benar-benar memengaruhi variabel Keputusan Pembelian (Y)? Studi ini dilakukan dengan menggunakan Quick Look. Selain itu, nilai statistik T dibandingkan dengan titik kritis menurut tabel dengan tingkat  $\alpha = 5\%$ . Kriteria pengujian berikut dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan.

:

a) Apabila T hitung  $>$  T tabel dan tingkat signifikansi  $< \alpha$  (0,05), maka

variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

Apabila T hitung  $<$  T tabel dan tingkat signifikansi  $> \alpha$  (0,05), maka

variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen.

### 3.7 Lokasi dan Jadwal Penelitian

#### 3.7.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan perorangan Tunas Baru yang berlokasi di Jalan Hilihao Dusun II Desa Hilihao Kecamatan Gunungsitoli Kota Gunungsitoli. Perusahaan ini bergerak di bidang perdagangan bibit

tanaman, pot, tanah hitam, kompos dan produk-produk pertanian. Selain itu Tunas Baru juga melayani penjualan dan penyewaan alat musik Nias.

### 3.7.2. Jadwal Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyusun jadwal penelitian sebagai berikut :

**Tabel 3.2**  
**Jadwal Penelitian**

No	Uraian Kegiatan	Tahun 2023 dan 2024																					
		Sep'23	Okt'23	Nov'23	Des'23	Jan'24	Agustus'24																
1	Perumusan Judul	■	■	■	■																		
2	Penyusunan Proposal		■	■	■	■	■																
3	Seminar Proposal					■																	
4	Revisi Proposal						■	■															
5	Pembuatan Instrumen							■	■														
6	Pengumpulan Data								■	■													
7	Pengolahan Data									■	■												
8	Penyusunan Skripsi											■	■	■	■								
9	Sidang Skripsi																			■			
10	Revisi dan Penggantian Laporan																				■	■	■

## **BAB IV**

### **ANALISA DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

Penelitian dilakukan di Tunas Baru. Lokasi ini terletak di Jalan Hilihao Dusun II Desa Hilihao Kecamatan Gunungsitoli Kota Gunungsitoli, kurang lebih 5 km dari pusat kota. Badan usaha bergerak Tunas Baru beroperasi dalam perdagangan bibit tanaman, produk pertanian, dan penyewaan alat musik dari provinsi Nias. Solsa Harefa mendirikan perusahaan ini pada tahun 2022 untuk membantu orang-orang Nias mendapatkan bibit tanaman berkualitas tanpa harus keluar kota.

Tunas Baru memiliki direktur dan tiga staf. Direktur mengawasi dan mengkoordinasikan semua bagian bisnis, menetapkan kebijakan utama perusahaan, bertanggung jawab atas kerugian dan keuntungan perusahaan, dan lain-lain. Sementara itu, karyawan bertanggung jawab untuk menjalankan operasional perusahaan, menyiapkan barang, melayani pelanggan, dan membuat strategi penjualan untuk pelanggan, antara lain.

#### **4.2. Karakteristik Responden**

Tujuan dari gambaran umum responden ini adalah untuk mengetahui jenis pelanggan yang telah menjadi responden. Jenis kelamin, pekerjaan, dan umur responden dikategorikan. Hasil penelitian yang dilakukan di UD. Tunas Baru terhadap 50 orang yang disurvei melalui kuisioner menunjukkan karakteristik sebagai berikut:

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

Untuk memastikan bahwa tidak ada perbedaan jenis kelamin dalam sampel, proporsi jenis kelamin responden dipelajari. Berikut adalah komposisi jenis kelamin responden dalam tabel 4.1

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	31	62%
2	Perempuan	19	38%
	Total	50	100%

Sumber : Kuesioner dan diolah peneliti

Dari tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa pada penelitian ini didominasi oleh responden berjenis kelamin laki-laki yaitu sebesar 62% dan jumlah responden berjenis kelamin perempuan yaitu sebesar 38%.

#### 4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Melakukan analisis terhadap pekerjaan responden bertujuan untuk menentukan komposisi pekerjaan mereka. Berikut komposisi pekerjaan

responden dalam tabel 4.2.

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Petani	22	44%
2	PNS	15	30%
3	TNI	1	2%
4	Polri	2	4%
5	Wiraswasta	10	20%
	Total	50	100%

Sumber : Kuesioner dan diolah peneliti

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa pada penelitian ini, didominasi oleh responden dengan pekerjaan petani sebanyak 22 orang, yang mencapai persentase 44%, responden dengan pekerjaan PNS sebanyak 15 orang, yang mencapai persentase 30%, responden dengan pekerjaan TNI sebanyak 1 orang, yang mencapai persentase 2%, dan responden dengan pekerjaan wiraswasta sebanyak 10 orang, yang mencapai persentase 20%.

#### 4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Tujuan dari analisis umur adalah untuk mengetahui berapa umur responden. Berikut komposisi pekerjaan umur dalam tabel 4.3.

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

No	Umur	Jumlah	Persentase
1	17-30 tahun	12	24%
2	31-50 tahun	27	54%
3	51-70 tahun	11	22%
	Total	50	100%

Sumber : Kuesioner dan diolah peneliti

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa pada penelitian ini responden dengan umur 17-30 tahun sebanyak 12 orang dengan persentase 24%, responden 31-50 tahun sebanyak 27 orang dengan persentase 54% dan responden 51-70 tahun sebanyak 11 orang dengan persentase 22%.

#### 4.3. Deskripsi Temuan Data-data Penelitian

Menurut hasil pengolahan data dari 50 responden, temuan penelitian sudah sesuai dengan masalah yang diajukan. Pembahasan ini menjawab rumusan masalah dan memberikan informasi tentang Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di UD. Tunas Baru Gunungsitoli

##### 4.3.1 Pengolahan Angket Untuk Variabel X

Hasil rekapitulasi angket untuk variabel Kualitas Produk (variabel X) dapat dilihat pada tabel tabulasi hasil angket variabel X sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Rekapitulasi Jawaban Responden Untuk Variabel X**

No.	Skor Item Pertanyaan No:										Skor
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	41
2	5	3	5	3	5	4	4	4	2	4	39
3	4	2	3	4	3	5	3	3	5	5	37

4	4	5	2	3	4	4	3	2	3	4	34
5	3	3	4	4	5	3	3	3	4	3	35
6	3	4	3	5	4	3	5	3	4	3	37
7	5	3	4	2	2	5	3	5	5	3	37
8	3	4	4	4	3	4	3	3	2	3	33
9	2	2	3	2	2	3	5	3	2	3	27
10	4	5	3	4	4	4	4	5	4	4	41
11	3	3	5	3	4	4	4	3	4	3	36
12	3	3	3	4	2	2	3	2	3	3	28
13	5	2	2	3	4	3	2	3	3	2	29
14	3	3	4	4	5	5	3	3	4	3	37
15	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	34
16	2	3	4	2	2	2	3	3	2	3	26
17	3	4	4	4	3	1	3	3	2	3	30
18	4	3	4	3	5	4	4	4	5	4	40
19	3	2	5	2	3	3	3	3	2	4	30
20	4	2	4	3	4	4	5	2	3	4	35
21	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	33
22	3	4	4	4	5	4	3	3	4	5	39
23	2	3	2	2	5	2	5	3	2	3	29
24	3	4	4	5	3	4	3	5	2	5	38
25	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	24
26	4	3	4	4	4	5	4	3	4	4	39
27	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	34
28	4	3	5	4	2	4	3	2	3	3	33
29	3	2	3	3	4	3	2	3	3	2	28
30	5	3	2	4	4	3	3	4	5	5	38
31	3	3	3	4	2	2	3	2	3	3	28
32	1	2	2	3	4	3	2	3	3	2	25
33	5	3	4	4	4	4	3	3	4	3	37
34	3	4	3	4	4	3	3	5	4	3	36
35	2	3	4	2	2	5	3	3	2	3	29
36	3	4	4	4	3	4	3	3	2	3	33
37	4	3	4	3	4	3	4	4	5	4	38
38	3	2	3	2	3	4	3	3	2	4	29
39	4	2	2	3	4	5	3	2	3	4	32
40	5	3	4	4	4	3	3	3	4	3	36
41	5	4	3	4	4	2	3	3	4	3	35
42	2	3	2	2	2	5	3	3	2	3	27
43	3	4	4	4	3	4	3	3	5	3	36
44	2	2	2	5	3	4	3	3	2	3	29



45	4	3	4	4	4	3	4	3	4	5	38
46	5	5	3	3	4	4	4	3	4	3	38
47	4	3	4	4	2	2	3	2	3	3	30
48	1	2	3	3	4	5	2	3	5	5	33
49	3	3	5	4	4	3	3	4	3	3	35
50	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	42
$\Sigma =$	168	158	172	174	178	176	164	158	168	171	1687

Sumber : Kuesioner dan diolah peneliti

#### 4.3.2 <sup>1</sup> Pengolahan Angket Untuk Variabel Y

Dalam penelitian ini, variabel terikat (Y) adalah kepuasan pelanggan. Sepuluh pertanyaan angket telah dibagikan kepada lima puluh responden, dan hasilnya menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan (<sup>1</sup> variabel Y) adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Rekapitulasi Jawaban Responden Untuk Variabel Y**

No.	Skor Item Pertanyaan No:										Skor
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	4	5	4	4	5	4	3	4	5	42
2	5	3	4	3	4	3	5	4	2	5	38
3	3	2	3	2	3	4	3	3	2	4	29
4	4	5	2	3	4	4	3	2	5	4	36
5	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	35
6	3	4	5	4	4	5	3	5	4	5	42
7	5	3	4	2	2	2	4	3	5	3	33
8	3	4	4	4	3	4	3	3	2	3	33
9	2	2	3	2	3	3	3	5	2	3	28
10	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	37
11	3	5	3	5	4	4	4	3	4	3	38
12	3	3	5	4	2	2	3	2	3	3	30

13	3	2	2	3	4	3	2	3	5	2	29
14	3	3	4	4	4	3	5	3	4	3	36
15	3	4	3	5	4	5	3	5	4	3	39
16	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	34
17	2	3	4	2	2	2	5	3	2	3	28
18	3	4	4	4	3	4	3	5	5	3	38
19	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	26
20	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	37
21	3	5	4	5	4	3	3	3	4	3	37
22	3	4	4	4	4	5	3	3	4	3	37
23	2	3	2	2	2	2	5	3	2	3	26
24	3	4	4	4	3	4	3	5	2	3	35
25	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	25
26	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	38
27	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	34
28	4	3	4	4	2	2	3	2	3	5	32
29	3	2	3	3	4	3	5	3	3	2	31
30	3	3	4	4	4	5	3	4	3	3	36
31	3	3	3	4	2	2	3	2	3	3	28
32	3	2	2	3	4	3	2	3	3	2	27
33	3	5	4	4	4	3	3	3	4	5	38
34	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	34
35	2	3	4	2	2	2	5	3	5	3	31
36	3	4	4	4	3	4	3	3	2	3	33
37	4	3	4	3	4	4	4	5	2	4	37

38	3	2	5	2	3	5	3	3	2	4	32
39	4	2	4	3	4	4	3	2	3	4	33
40	3	3	4	4	4	3	3	3	4	5	36
41	3	4	4	4	4	3	5	3	4	3	37
42	2	3	5	2	2	2	3	5	2	3	29
43	3	4	4	4	3	4	3	3	2	5	35
44	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	25
45	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	40
46	3	5	3	3	4	4	4	3	4	5	38
47	4	3	4	4	2	2	3	2	3	3	30
48	3	2	3	3	4	5	2	3	3	2	30
49	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	34
50	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	40
$\Sigma =$	157	162	179	172	171	171	173	164	165	172	1686

Sumber : Kuesioner dan diolah peneliti

### 4.3.3 Pengujian Validitas

Sebuah instrumen dianggap valid jika dapat mengukur parameter yang diinginkan dan mengungkap data dari variabel yang diteliti. Validitas item soal dapat diuji dengan rumus korelasi product moment, yang diusulkan oleh Pearson:

1 Untuk mengetahui dan menguji validitas instrumen, hasil rumus di atas disubstitusikan dengan melihat tabel harga kritis produk moment  $r$ , yang memiliki tingkat kepercayaan 95%. Jika  $r_{xy}$  lebih besar dari tabel, maka instrumen penelitian tersebut dinyatakan valid.

#### a. Perhitungan Validitas Untuk Variabel X

Setelah hasil pengolahan angket untuk variabel X dan Y ditunjukkan dalam tabel 4.1 dan 4.2 di atas, adalah mungkin untuk menghitung validitas item soal secara keseluruhan. 1 Perhitungan validitas item untuk soal nomor 1 (satu) akan dilakukan terlebih dahulu, dan data kemudian didistribusikan ke dalam rumus korelasi product moment, yang dihitung dengan perhitungan

berikut:

$$r_{xy} = \frac{50 \times 5812 - (168)(1687)}{\sqrt{\left\{ \left( 50 \times 618 - 168^2 \right) \left( 50 \times 57967 - 1687^2 \right) \right\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{290600 - 283416}{\sqrt{\left\{ (30900 - 28224) \right\} \left\{ (2898350 - 2845969) \right\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{7184}{\sqrt{\left\{ 2676 \right\} \left\{ 52381 \right\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{7184}{\sqrt{140171556}}$$

$$r_{xy} = \frac{7184}{11839,406}$$

$$r_{xy} = 0,607$$

Perhitungan di atas menunjukkan bahwa  $r_{hitung}$  item nomor 1 diperoleh sebesar 0,607 untuk  $n = 50$  pada taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$ , diperoleh hasil  $r_{tabel} = 0,279$ . Sesuai dengan syarat uji validitas, maka hasil perhitungan validitas item soal apabila hasil yang diperoleh adalah  $r_{hitung} > r_{tabel}$  yaitu  $0,607 > 0,279$  maka item soal nomor 1 dinyatakan valid.

Selanjutnya, hasil perhitungan validitas item soal nomor 2 hingga 10 untuk variabel X dapat diperoleh dengan menggunakan metode perhitungan validitas item soal yang sama seperti yang ditunjukkan pada item soal angket nomor 1 di atas. Hasil perhitungan validitas angket untuk variabel X dapat dilihat dan diwakili dalam tabel hasil perhitungan uji validitas variabel X sebagai berikut:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Perhitungan Validitas Pertanyaan Nomor 1 s/d Nomor 10**

No Item	$\Sigma x$	$\Sigma y$	$\Sigma x^2$	$\Sigma y^2$	$\Sigma xy$	$r_h$	$r_t$	Ket
1	168	1687	618	57967	5812	0,607	0,279	Valid
2	158	1687	540	57967	5446	0,557	0,279	Valid
3	172	1687	632	57967	5889	0,417	0,279	Valid
4	174	1687	646	57967	5978	0,521	0,279	Valid
5	178	1687	676	57967	6118	0,533	0,279	Valid

6	176	1687	666	57967	6013	0.339	0,279	Valid
7	164	1687	566	57967	5604	0.412	0,279	Valid
8	158	1687	528	57967	5418	0.502	0,279	Valid
9	168	1687	618	57967	5824	0.657	0,279	Valid
10	171	1687	615	57967	5865	0.537	0,279	Valid

Sumber : Kuesioner dan diolah peneliti

Angket variabel X (Kualitas Produk), yang terdiri dari sepuluh item pertanyaan yang disebutkan di atas, memiliki tabel hasil perhitungan seluruh item soal; nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel = 0,279 (r hitung > r tabel), jadi seluruh item soal adalah valid.

#### b. Perhitungan Validitas Untuk Variabel Y

Setelah memperoleh hasil pengolahan angket untuk variabel Y pada tabel hasil rekapitulasi variabel untuk angket variabel Y, langkah selanjutnya adalah menghitung validitas semua item angket untuk variabel Y. Peneliti akan memulai perhitungan validitas item angket nomor 1 untuk variabel Y terlebih dahulu, dan tabel persiapan perhitungan validitas item angket nomor 1 untuk variabel Y dapat diakses dari tabel persiapan perhitungan validitas item angket nomor 1 untuk variabel Y:

$$r_{xy} = \frac{50 \times 5406 - (157)(1692)}{\sqrt{(50 \times 519 - (157)^2)(50 \times 58390 - (1692)^2)}}$$

$$r_{xy} = \frac{270300 - 265644}{\sqrt{(25950 - 24649)(2919500 - 2862864)}}$$

$$r_{xy} = \frac{4656}{\sqrt{[1301][56636]}}$$

$$r_{xy} = \frac{4656}{\sqrt{73683436}}$$

$$r_{xy} = \frac{4656}{8583,9056}$$

$$r_{xy} = 0,542$$

Dari hasil perhitungan  $r_{xy}$  di atas diperoleh bahwa nilai koefisien korelasi item hasil perhitungan 0.542 dan hasil tersebut

lebih besar dari r tabel sebesar 0,279 untuk N =50 pada tingkat kepercayaan 95%.

Dengan menggunakan pengukuran tingkat validitas angket, yang menunjukkan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel, yang berarti  $0.542 > 0,279$ , disimpulkan bahwa pertanyaan item No. 1 memenuhi tingkat validitas instrumen. Untuk pertanyaan No. 2 hingga No. 10, perhitungan dilakukan dengan cara yang sama, dan hasilnya adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.7**

**Hasil Perhitungan Validitas Pertanyaan  
Nomor 1 s/d Nomor 10**

No Item	$\Sigma x$	$\Sigma y$	$\Sigma x^2$	$\Sigma y^2$	$\Sigma xy$	$r_h$	$r_t$	Ket
1	157	1692	519	58390	5406	0.542	0,279	Valid
2	162	1692	566	58390	5620	0.639	0,279	Valid
3	179	1692	675	58390	6171	0.578	0,279	Valid
4	172	1692	634	58390	5975	0.706	0,279	Valid
5	171	1692	615	58390	5888	0.548	0,279	Valid
6	171	1692	629	58390	5911	0.556	0,279	Valid
7	179	1692	675	58390	6171	0.578	0,279	Valid
8	164	1692	576	58390	5620	0.338	0,279	Valid
9	165	1692	595	58390	5697	0.474	0,279	Valid
10	172	1692	628	58390	5931	0.545	0,279	Valid

Sumber : Kuesioner dan diolah peneliti

#### 4.3.4 Pengujian Reliabilitas

Untuk menguji reliabilitas, metode belah dua digunakan untuk membagi item menjadi item ganjil dan genap. Kemudian, rumus korelasi product moment berikut digunakan untuk menghubungkan keduanya, yang kemudian dimasukkan ke dalam rumus Spearman Brown, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{2 \cdot r_{1/2 1/2}}{1 + r_{1/2 1/2}}$$

##### a. Pengujian Reliabilitas Variabel X

Setelah mengetahui tingkat validitas masing-masing item dari angket variabel X yang dibagikan kepada responden, peneliti akan melakukan uji reliabilitas variabel X untuk memudahkan penyajian. Perhitungan uji reliabilitas variabel X (Kualitas Produk) akan digambarkan dalam tabel berikut:

**Tabel 4.8**

**Angket untuk Item Ganjil**

No. Res	Skor Butir Tes No					Skor Total
	1	3	5	7	9	
1	4	4	4	4	4	20
2	5	5	5	4	2	21
3	4	3	3	3	5	18
4	4	2	4	3	3	16
5	3	4	5	3	4	19
6	3	3	4	5	4	19
7	5	4	2	3	5	19
8	3	4	3	3	2	15
9	2	3	2	5	2	14
10	4	3	4	4	4	19
11	3	5	4	4	4	20
12	3	3	2	3	3	14
13	5	2	4	2	3	16
14	3	4	5	3	4	19
15	3	3	4	3	4	17
16	2	4	2	3	2	13
17	3	4	3	3	2	15
18	4	4	5	4	5	22
19	3	5	3	3	2	16
20	4	4	4	5	3	20
21	3	3	4	3	4	17
22	3	4	5	3	4	19
23	2	2	5	5	2	16
24	3	4	3	3	2	15
25	2	2	3	2	2	11



26	4	4	4	4	4	20
27	3	3	4	4	4	18
28	4	5	2	3	3	17
29	3	3	4	2	3	15
30	5	2	4	3	5	19
31	3	3	2	3	3	14
32	1	2	4	2	3	12
33	5	4	4	3	4	20
34	3	3	4	3	4	17
35	2	4	2	3	2	13
36	3	4	3	3	2	15
37	4	4	4	4	5	21
38	3	3	3	3	2	14
39	4	2	4	3	3	16
40	5	4	4	3	4	20
41	5	3	4	3	4	19
42	2	2	2	3	2	11
43	3	4	3	3	5	18
44	2	2	3	3	2	12
45	4	4	4	4	4	20
46	5	3	4	4	4	20
47	4	4	2	3	3	16
48	1	3	4	2	5	15
49	3	5	4	3	3	18
50	4	4	4	4	4	20
$\Sigma =$	168	105	110	102	100	850

Sumber : Kuesioner dan diolah peneliti

**Tabel 4.9**  
**Angket Untuk Item Genap**

No. Res	Skor Butir Tes No					Skor Total
	2	4	6	8	10	
1	5	5	3	4	4	21
2	3	3	4	4	4	18
3	2	4	5	3	5	19
4	5	3	4	2	4	18
5	3	4	3	3	3	16
6	4	5	3	3	3	18
7	3	2	5	5	3	18
8	4	4	4	3	3	18
9	2	2	3	3	3	13
10	5	4	4	5	4	22

11	3	3	4	3	3	16
12	3	4	2	2	3	14
13	2	3	3	3	2	13
14	3	4	5	3	3	18
15	4	4	3	3	3	17
16	3	2	2	3	3	13
17	4	4	1	3	3	15
18	3	3	4	4	4	18
19	2	2	3	3	4	14
20	2	3	4	2	4	15
21	3	4	3	3	3	16
22	4	4	4	3	5	20
23	3	2	2	3	3	13
24	4	5	4	5	5	23
25	2	2	3	3	3	13
26	3	4	5	3	4	19
27	3	3	4	3	3	16
28	3	4	4	2	3	16
29	2	3	3	3	2	13
30	3	4	3	4	5	19
31	3	4	2	2	3	14
32	2	3	3	3	2	13
33	3	4	4	3	3	17
34	4	4	3	5	3	19
35	3	2	5	3	3	16
36	4	4	4	3	3	18

Sumber : Kuesioner dan diolah peneliti

**1** **Tabel 4.10**  
**Persiapan Perhitungan Reliabilitas**

No Res	X	Y	X <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>	XY
1	20	21	400	441	420
2	21	18	441	324	378
3	18	19	324	361	342
4	16	18	256	324	288
5	19	16	361	256	304
6	19	18	361	324	342
7	19	18	361	324	342
8	15	18	225	324	270

9	14	13	196	169	182
10	19	22	361	484	418
11	20	16	400	256	320
12	14	14	196	196	196
13	16	13	256	169	208
14	19	18	361	324	342
15	17	17	289	289	289
16	13	13	169	169	169
17	15	15	225	225	225
18	22	18	484	324	396
19	16	14	256	196	224
20	20	15	400	225	300
21	17	16	289	256	272
22	19	20	361	400	380
23	16	13	256	169	208
24	15	23	225	529	345
25	11	13	121	169	143
26	20	19	400	361	380
27	18	16	324	256	288
28	17	16	289	256	272
29	15	13	225	169	195
30	19	19	361	361	361
31	14	14	196	196	196
32	12	13	144	169	156
33	20	17	400	289	340
34	17	19	289	361	323
35	13	16	169	256	208
36	15	18	225	324	270
37	21	17	441	289	357
38	14	15	196	225	210
39	16	16	256	256	256
40	20	16	400	256	320
41	19	16	361	256	304
42	11	16	121	256	176
43	18	18	324	324	324
44	12	17	144	289	204
45	20	18	400	324	360
46	20	18	400	324	360
47	16	14	256	196	224
48	15	18	225	324	270
49	18	17	324	289	306

50	20	22	400	484	440
$\Sigma =$	850	837	14844	14317	14403

Sumber : Kuesioner dan diolah peneliti

Tabel perhitungan uji reliabilitas untuk variabel X (Kualitas Produk) dapat dilihat di atas. Berdasarkan tabel ini, nilai reliabilitas dapat dihitung dengan mendapatkan data sebagai berikut:  $n = 50$ ,  $\Sigma X = 850$ ,  $\Sigma Y = 837$ ,  $\Sigma X^2 = 14844$ ,  $\Sigma Y^2 = 14317$ ,  $\Sigma XY = 14403$ .

Untuk menguji reliabilitas variabel X, hasil perolehan data-data pada tabel diatas maka dapat disubstitusikan dengan menggunakan rumus korelasi *product Moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{50 \times 14403 - (850)(837)}{\sqrt{\{50 \times 14844 - (850)^2\} \{50 \times 14317 - (837)^2\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{720150 - 711450}{\sqrt{\{742200 - 722500\} \{715850 - 700569\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{8700}{\sqrt{[19700][15281]}}$$

$$r_{xy} = \frac{8700}{\sqrt{301035700}}$$

$$r_{xy} = \frac{8700}{17350.380}$$

$$r_{xy} = 0.501$$

Setelah menggunakan rumus korelasi product moment untuk menghitung rxy, hasil perhitungan adalah 0,501 atau sebesar 0,501, jadi nilai ini kemudian dimasukkan lagi ke dalam rumus Spearman Brown sebagai berikut:

$$2. \hat{r}^{1/2}$$

$$f_{ii} = \frac{1}{1 : 1\frac{1}{2} : 1\frac{1}{2}}$$

$$r_{ii} = \frac{2 \cdot (0.501)}{(1 + 0.501)}$$

$$r_{ii} = \frac{1.002}{1.501}$$

$$r_{ii} = 0.667$$

Hasil perhitungan di atas menunjukkan bahwa nilai reliabilitas rii = 0,667. Oleh karena itu, nilai rtabel adalah 0,667 dengan n = 50 dan tingkat kepercayaan 95%. Berdasarkan syarat uji reliabilitas, seluruh data angket item soal untuk variabel X dianggap reliabel jika r hitung lebih besar dari rtabel atau 0,667 lebih besar dari 0,279.

Untuk variabel X, nilai rxy = 0,667 diperoleh dari perhitungan di atas. Dengan nilai besaran koefisien reliabilitasnya, nilai reliabilitasnya berada di antara 0,600 dan 1,000. Dengan kata lain, tingkat reliabilitas angket variabel X (Kualitas Produk) dianggap tinggi.

#### b. Pengujian Reabilitas Variabel Y

Setelah mengetahui seberapa valid masing-masing item dari angket variabel Y yang diberikan kepada responden, peneliti akan melakukan uji reliabilitas untuk variabel Y. Untuk memudahkan pengujian, peneliti akan menunjukkan perhitungan uji reliabilitas untuk variabel Y (kepuasan pelanggan) pada tabel berikut.

**Tabel 4.11**  
**Angket untuk Item Ganjil**

No. Res	Skor Butir Tes No					Skor Total
	1	3	5	7	9	

1	4	5	4	5	4	22
2	5	4	4	4	2	19
3	3	3	3	3	2	14
4	4	2	4	2	5	17
5	3	4	4	4	4	19
6	3	5	4	5	4	21
7	5	4	2	4	5	20
8	3	4	3	4	2	16
9	2	3	3	3	2	13
10	4	3	4	3	4	18
11	3	3	4	3	4	17
12	3	5	2	5	3	18
13	3	2	4	2	5	16
14	3	4	4	4	4	19
15	3	3	4	3	4	17
16	3	3	4	3	4	17
17	2	4	2	4	2	14
18	3	4	3	4	5	19
19	2	3	3	3	2	13
20	4	3	4	3	4	18
21	3	4	4	4	4	19
22	3	4	4	4	4	19
23	2	2	2	2	2	10
24	3	4	3	4	2	16
25	2	2	3	2	2	11
26	4	4	4	4	4	20
27	3	3	4	3	4	17
28	4	4	2	4	3	17
29	3	3	4	3	3	16
30	3	4	4	4	3	18
31	3	3	2	3	3	14
32	3	2	4	2	3	14
33	3	4	4	4	4	19
34	3	3	4	3	4	17
35	2	4	2	4	5	17
36	3	4	3	4	2	16
37	4	4	4	4	2	18
38	3	5	3	5	2	18
39	4	4	4	4	3	19
40	3	4	4	4	4	19
41	3	4	4	4	4	19

42	2	5	2	5	2	16
43	3	4	3	4	2	16
44	2	2	3	2	2	11
45	4	4	4	4	4	20
46	3	3	4	3	4	17
47	4	4	2	4	3	17
48	3	3	4	3	3	16
49	3	4	4	4	3	18
50	4	4	4	4	4	20
$\Sigma =$	157	105	103	105	102	851

Sumber : Kuesioner dan diolah peneliti

**Tabel 4.12**  
**Angket Untuk Item Genap**

No. Res	Skor Butir Tes No					Skor Total
	2	4	6	8	10	
1	4	4	5	3	5	21
2	3	3	3	4	5	18
3	2	2	4	3	4	15
4	5	3	4	2	4	18
5	3	4	3	3	3	16
6	4	4	5	5	5	23
7	3	2	2	3	3	13
8	4	4	4	3	3	18
9	2	2	3	5	3	15
10	3	4	4	3	4	18
11	5	5	4	3	3	20
12	3	4	2	2	3	14
13	2	3	3	3	2	13
14	3	4	3	3	3	16
15	4	5	5	5	3	22
16	4	4	3	3	3	17
17	3	2	2	3	3	13
18	4	4	4	5	3	20
19	2	2	3	3	3	13
20	3	4	4	3	4	18
21	5	5	3	3	3	19
22	4	4	5	3	3	19
23	3	2	2	3	3	13

24	4	4	4	5	3	20
25	2	2	3	3	3	13
26	3	4	4	3	4	18
27	3	3	4	3	3	16
28	3	4	2	2	5	16
29	2	3	3	3	2	13
30	3	4	5	4	3	19
31	3	4	2	2	3	14
32	2	3	3	3	2	13
33	5	4	3	3	5	20
34	4	4	3	3	3	17
35	3	2	2	3	3	13
36	4	4	4	3	3	18
37	3	3	4	5	4	19
38	2	2	5	3	4	16
39	2	3	4	2	4	15
40	3	4	3	3	5	18
41	4	4	3	3	3	17
42	3	2	2	5	3	15
43	4	4	4	3	5	20
44	2	2	3	3	3	13
45	3	4	4	5	4	20
46	5	3	4	3	5	20
47	3	4	2	2	3	14
48	2	3	5	3	2	15
49	3	4	3	4	3	17
50	4	5	3	4	4	20
$\Sigma =$	98	104	105	99	101	841

Sumber : Kuesioner dan diolah peneliti

2

**Tabel 4.13**

**Persiapan Perhitungan Reliabilitas**

**Variabel Y**

No Res	X	Y	X <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>	XY
1	22	21	484	441	462
2	19	18	361	324	342
3	14	15	196	225	210
4	17	18	289	324	306
5	19	16	361	256	304
6	21	23	441	529	483
7	20	13	400	169	260



8	16	18	256	324	288
9	13	15	169	225	195
10	18	18	324	324	324
11	17	20	289	400	340
12	18	14	324	196	252
13	16	13	256	169	208
14	19	16	361	256	304
15	17	22	289	484	374
16	17	17	289	289	289
17	14	13	196	169	182
18	19	20	361	400	380
19	13	13	169	169	169
20	18	18	324	324	324
21	19	19	361	361	361
22	19	19	361	361	361
23	10	13	100	169	130
24	16	20	256	400	320
25	11	13	121	169	143
26	20	18	400	324	360
27	17	16	289	256	272
28	17	16	289	256	272
29	16	13	256	169	208
30	18	19	324	361	342
31	14	14	196	196	196
32	14	13	196	169	182
33	19	20	361	400	380
34	17	17	289	289	289
35	17	13	289	169	221
36	16	18	256	324	288
37	18	19	324	361	342
38	18	16	324	256	288
39	19	15	361	225	285
40	19	18	361	324	342
41	19	17	361	289	323
42	16	15	256	225	240
43	16	20	256	400	320
44	11	13	121	169	143
45	20	20	400	400	400
46	17	20	289	400	340
47	17	14	289	196	238
48	16	15	256	225	240

49	18	17	324	289	306
50	20	20	400	400	400
$\Sigma =$	851	841	14805	14529	14528

Sumber : Kuesioner dan diolah peneliti

Berdasarkan tabel perhitungan uji reliabilitas untuk variabel Y, maka dapat dilakukan perhitungan nilai reliabilitas

dengan perolehan data-data sebagai berikut:  $n = 50$ ,  $\Sigma X = 851$ ,

$\Sigma Y = 841$ ,  $\Sigma X^2 = 14805$ ,  $\Sigma Y^2 = 14529$ ,  $\Sigma XY = 14528$ .

Untuk menguji reliabilitas variabel Y digunakan dengan menggunakan rumus *Korelasi Product Moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{(\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2)\} \{(\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2)\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{50 \times 14528 - (851)(841)}{\sqrt{\{50 \times 14805 - (851)^2\} \{50 \times 14529 - (841)^2\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{726400 - 715691}{\sqrt{\{740250 - 724201\} \{726450 - 707281\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{10709}{\sqrt{[16049][19169]}}$$

$$r_{xy} = \frac{10709}{\sqrt{30764328}}$$

$$r_{xy} = \frac{10709}{17539.762}$$

$$r_{xy} = 0.610$$

Setelah memperoleh hasil bahwa  $r_{1/2}$  atau  $r_{xy}$  sebesar 0,610 maka langkah selanjutnya adalah dengan

mendistribusikannya lagi ke dalam rumus *Spearman Brown* sebagai berikut:

$$r_{ii} = \frac{2 \cdot \frac{1}{2} \cdot \frac{1}{2}}{1 + \frac{1}{2} \cdot \frac{1}{2}}$$

$$r_{ii} = \frac{2 \cdot (0.610)}{(1 + 0.610)}$$

$$r_{ii} = \frac{1.22}{1.610}$$

$$r_{ii} = 0.757$$

Hasil perhitungan di atas menunjukkan bahwa nilai reliabilitas adalah  $r_{ii} = 0,757$ . Oleh karena itu, dengan  $n = 50$  dan tingkat kepercayaan 95%, nilai rtabel adalah 0,279. Semua data angket item soal untuk variabel Y dinyatakan reliabel jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , menurut syarat uji reliabilitas.

Dengan menggunakan perhitungan di atas, variabel Y memiliki nilai  $r_{xy} = 0,757$ , yang berarti nilai reliabilitasnya berada di antara 0,700 dan 1,000, dengan koefisien reliabilitasnya yang besar. Dengan kata lain, angket variabel Y (Kepuasan Pelanggan) memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

#### 4.4 Pengujian Hipotesis

##### 4.4.1 Perhitungan Regresi Linier Sederhana

Untuk menguji hipotesis, analisis regresi linear sederhana digunakan. Persamaan rumusnya adalah sebagai berikut.

$$Y = a + \beta X$$

Keterangan

Y = variabel Kualitas Produk

X = Kepuasan Pelanggan

$a$  = konstanta

$\beta$  = koefisien regresi

Untuk melakukan uji hipotesis dengan rumus regresi linear sederhana, peneliti harus mengetahui nilai intercept (konstanta) dan koefisien regresi (a dan b). Untuk mengetahui nilai intercept dan koefisien regresi linier, rumus berikut dapat digunakan:

**Tabel 4.14 Perhitungan Regresi Linier Sederhana**

No Res	X	Y	X <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>	XY
1	41	43	1681	1849	1763
2	39	37	1521	1369	1443
3	37	29	1369	841	1073
4	34	35	1156	1225	1190
5	35	35	1225	1225	1225
6	37	44	1369	1936	1628
7	37	33	1369	1089	1221
8	33	34	1089	1156	1122
9	27	28	729	784	756
10	41	36	1681	1296	1476
11	36	37	1296	1369	1332
12	28	32	784	1024	896
13	29	29	841	841	841
14	37	35	1369	1225	1295
15	34	39	1156	1521	1326
16	26	34	676	1156	884
17	30	27	900	729	810
18	40	39	1600	1521	1560
19	30	26	900	676	780
20	35	36	1225	1296	1260
21	33	38	1089	1444	1254
22	39	38	1521	1444	1482
23	29	23	841	529	667
24	38	36	1444	1296	1368
25	24	24	576	576	576
26	39	38	1521	1444	1482

27	34	33	1156	1089	1122
28	33	33	1089	1089	1089
29	28	29	784	841	812
30	38	37	1444	1369	1406
31	28	28	784	784	784
32	25	27	625	729	675
33	37	39	1369	1521	1443
34	36	34	1296	1156	1224
35	29	30	841	900	870
36	33	34	1089	1156	1122
37	38	37	1444	1369	1406
38	29	34	841	1156	986
39	32	34	1024	1156	1088
40	36	37	1296	1369	1332
41	35	36	1225	1296	1260
42	27	31	729	961	837
43	36	36	1296	1296	1296
44	29	24	841	576	696
45	38	40	1444	1600	1520
46	38	37	1444	1369	1406
47	30	31	900	961	930
48	33	31	1089	961	1023
49	35	35	1225	1225	1225
50	42	40	1764	1600	1680
$\Sigma =$	1687	1692	57967	58390	57942

Sumber : Kuesioner dan diolah peneliti

Berdasarkan tabel diatas dengan data-data berikut:  $n = 50$ ,  $\Sigma X = 1687$ ,  $\Sigma Y = 1692$ ,  $\Sigma X^2 = 57967$ ,  $\Sigma Y^2 = 58390$ ,  $\Sigma XY = 57942$ . Karena itu, langkah selanjutnya adalah menghitung persamaan regresi linear sederhana. Ini dimulai dengan menghitung nilai konstanta a dan b sebagai berikut:

Perhitungan nilai *Intercept* (a):

$$a = \frac{(\Sigma y)(\Sigma x^2) - (\Sigma x)(xy)}{n \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2}$$

$$a = \frac{(1692)(57967) - (1687)(57942)}{(50)(57967) - (1687)^2}$$

$$a = \frac{(98080164) - (97748154)}{(2898350) - (2845969)}$$

$$a = \frac{332010}{52381}$$

$$a = 6,3383$$

Sedangkan perhitungan koefisien regresi (b) berdasarkan data-data yang diperoleh dimana:  $n = 50$ ,  $\sum X = 1687$ ,  $\sum Y = 1692$ ,  $\sum X^2 = 57967$ ,  $\sum Y^2 = 58390$ ,  $\sum XY = 57942$ , dapat dilihat sebagai berikut:

Perhitungan Koefisien Regresi (b):

$$b = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

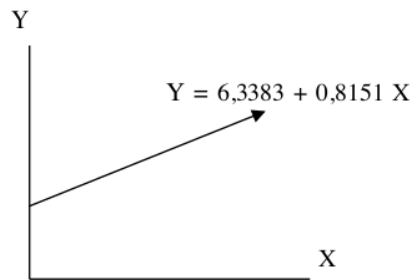
$$b = \frac{(50)(57942) - (1687)(1692)}{(50)(57967) - (1687)^2}$$

$$b = \frac{2897100 - 2854404}{2898350 - 2845969}$$

$$b = \frac{42696}{52381}$$

$$b = 0.815$$

Langkah selanjutnya adalah mendistribusikan nilai intercept (a) dan nilai koefisien regresi (b) ke dalam rumus regresi linear sederhana, yang ditulis sebagai berikut:  $Y = a + bX$ . Berdasarkan perhitungan ini, persamaan yang diperoleh adalah  $Y = 6,3383 + 0,815X$ . Oleh karena itu, jika nilai koefisien kualitas produk  $X = 0$  (0%), maka nilai kepuasan pelanggan  $Y = 6,3383$ . Gambar berikut menunjukkan persamaan regresi linear sederhana dalam bentuk grafik:



**Gambar 4.1**

**Grafik Arah Regresi Linier Variabel X Terhadap Y**

Persamaan regresi linier di atas menunjukkan bahwa variabel X—atau kualitas produk—dan variabel Kepuasan Pelanggan di UD. Tunas Baru Gunungsitoli memiliki hubungan linear positif dengan arah regresi sejajar garis lurus. Dengan kata lain, semakin baik kualitas produk, semakin baik kepuasan pelanggan di UD. Tunas Baru Gunungsitoli.

**4.4.2 Perhitungan Koefisien Determinan**

Untuk mencari koefisien determinan maka dilakukan perhitungan koefisien determinasi seperti yang tertera dalam Tabel 4.11. Selanjutnya untuk menghitung koefisien determinan, maka terlebih dahulu dicari nilai  $r_{xy}$  dengan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut:

dimana  $n = 50$ ,  $\sum X = 1687$ ,  $\sum Y = 1692$ ,  $\sum X^2 = 57967$ ,  $\sum Y^2 = 58390$ ,  $\sum XY = 57942$ , lalu disubstitusikan menjadi:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\left\{ \left( \sum X^2 - (\sum X)^2 \right) \left( \sum Y^2 - (\sum Y)^2 \right) \right\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{50 \times 57942 - (1687)(1692)}{\sqrt{\left[ \left( 50 \times 57967 - (1687)^2 \right) \left( 50 \times 58390 - (1692)^2 \right) \right]}}$$

$$r_{xy} = \frac{2897100 - 2854404}{\sqrt{(52381)(5636)}}$$

$$r_{xy} = \frac{2897100 - 2854404}{\sqrt{2966650316}}$$

$$r_{xy} = \frac{42696}{54466.965}$$

$$r_{xy} = 0.783$$

1  
Selanjutnya untuk mengetahui sejauhmana determinasi pengaruh variabel X terhadap Y, maka digunakan persamaan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{KD} &= r_{xy}^2 \times 100\% \\ &= (0.783)^2 \times 100\% \\ &= 0.613089 \times 100\% \\ &= 61.30\% \end{aligned}$$

Dengan kata lain variabel Kualitas Produk dapat memberikan peningkatan Kepuasan Pelanggan di UD. Tunas Baru Gunungsitoli dengan kontribusi sebesar 61.30 %

#### 4.4.3. Uji t

Pengujian hipotesis dimaksudkan untuk mengetahui kehandalan korelasi antara variabel X dan variabel Y berikut ini:

$$t = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

$$t = \frac{0,783\sqrt{(50-2)}}{\sqrt{(1-(0,783)^2)}}$$

$$t = \frac{0,783\sqrt{48}}{\sqrt{(1-0.6130)}}$$

$$t = \frac{5.4247}{\sqrt{0.387}}$$



$$t = \frac{5.4247}{0.6220}$$

$$t = 8.7213$$

Selanjutnya, harga tabel dicari pada tabel distribusi responden dengan taraf signifikan  $\alpha = 0,05$  dan  $dk = 50 - 2$ , yaitu 48, dan thitung lebih besar dari ttabel atau 8.7213 lebih besar dari 1.672. Dengan demikian, hipotesis yang diterima adalah  $H_a$ , yaitu Ada Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Peningkatan Kepuasan Pelanggan Pegawai di UD. Tunas Baru Gunungsitoli.

#### 4.5. Pembahasan

1. Penelitian ini menemukan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di UD. Tunas Baru Gunungsitoli. Dengan kata lain, semakin baik kualitas produk, semakin puas pelanggan. Ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Natasya Pricillia et al. (2021) pada CV. DEFMEL Leilem, yang menemukan bahwa jika variabel Kualitas Produk (X) meningkat, maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat. Koefisien ini bernilai positif, yang berarti bahwa variabel Kualitas Produk (X) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), dan semakin tinggi Kualitas Produk, semakin tinggi Kepuasan Pelanggan.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat besar bagi manajemen UD. Tunas Baru Gunungsitoli dalam hal meningkatkan layanan dan kepuasan pelanggan. Diharapkan penelitian ini akan membangun kepercayaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui indikator kualitas produk yang diberikan. Pelanggan perusahaan akan sangat tergantung pada seberapa baik mereka mengelola kepercayaan mereka dan mampu memberikan barang dan jasa yang diharapkan mereka.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka selanjutnya peneliti menyampaikan beberapa kesimpulan-kesimpulan antara lain sebagai berikut:

1. Hasil dan evaluasi penelitian menunjukkan bahwa produk berkualitas tinggi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan UD. Tunas Baru Gunungsitoli.
2. Dari hasil perhitungan validitas dan instrumen penelitian maka diperoleh kesimpulan antara lain:
  - a. Tingkat validitas variabel X dan Y memenuhi standar ketentuan yang berlaku, dan hasil item pertanyaan secara keseluruhan dinyatakan valid karena  $r_{hitung} > r_{tabel}(0,279)$ , pada interval kepercayaan 95% dengan  $N = 50$ .
  - b. Selain itu, instrumen penelitian untuk masing-masing variabel juga ditunjukkan reliabel, dengan  $r_{hitung} X(0,667) > r_{tabel}(0,279)$  dan  $r_{hitung} Y(0,757) > r_{tabel}(0,279)$ , pada interval kepercayaan 95% dengan  $N = 50$ .
  - c. Dari pengujian hipotesis maka didapatkan hasil sebagai berikut :
    1. UD. Tunas Baru Gunungsitoli memiliki hubungan positif antara kualitas produk dan peningkatan kepuasan pelanggan, menurut perhitungan regresi linier sederhana.
    2. Hasil perhitungan koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel X memiliki pengaruh sebesar 61.30% terhadap variabel Y.
    3. Ada pengaruh kualitas produk terhadap peningkatan kepuasan pelanggan di UD. Tunas Baru Gunungsitoli, menurut pengujian hipotesis, dan hipotesis yang diterima adalah  $H_a$ .

## 5.2. Saran

Dari penelitian diatas, maka pe neliti menyarankan beberapa hal yaitu:

1. UD. Tunas Baru Gunungsitoli diharapkan untuk meningkatkan layanan dan kualitas produk ke depan untuk meningkatkan daya tarik pelanggan.
2. Disarankan agar penelitian yang akan datang memasukkan indikator atau variabel baru untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang kualitas produk.
3. Untuk meningkatkan penelitian yang sudah ada, peneliti selanjutnya harus meneliti subjek penelitian yang lebih luas.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Alma, Buchari. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*. PT. Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi.(2000). *Manajemen Penelitian*. Rineka Cipta.
- \_\_\_\_\_, (2002). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. PT. Rineka Cipta.
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*.Unitomo Press.
- Kotler & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*.Indeks.
- Kusumasitta.(2014). *Relevansi Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Bagi Pengunjung Museum Di Taman Mini Indonesia Indah*.Manajemen dan Pemasaran Jasa.

Kotler & Armstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 13 Jilid 1). Erlangga.

Mardalis. (2014). *Metode Penelitian (Suatu Pendekatan Proposal)*. PT. Bumi Aksara.

Nuralam., Inggang Perwangsa. (2017). *Etika Pemasaran dan Kepuasan Konsumen Dalam Pemasaran Perbankan Syariah*. UB Press.

Sodexo. 2019. Kepuasan Pelanggan: Definisi dan Faktor Pendukungnya. Artikel. <https://www.sodexo.co.id>.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.

S\_\_\_\_\_, (2014). *Metode Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suliyanto. (2000). *Desain Skripsi*. Piramid Publisher.

Suwito, Joko. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV Global AC Banjarbaru*. Kindai.

Tjiptono, dkk. (2015). *Strategi Pemasaran*, (Edisi 2, Cetakan ke 7). Andi.

## KUESIONER PENELITIAN

### I. Data Responden

Nama : .....

Pekerjaan : .....

Umur : .....

Jenis Kelamin : .....

### II. Ketentuan Umum

1. Lembar kuesioner ini semata-mata bertujuan untuk memperoleh data Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Tunas Baru.
2. Cara pengisian dengan memberikan tanda silang pada jawaban yang paling benar.

Keterangan alternatif jawaban :

SS = Sangat Ssetuju

S = Setuju

N = Netral

KS = Kurang Setuju

TS = Tidak Setuju

Bila terjadi pembatalan jawaban, cukup diberi tanda sama dengan (=).

3. Sudilah kiranya Bapak/Ibu/Saudara menjawab pertanyaan dengan sejujurnya.
4. Dalam pengisian dijamin kerahasiaannya.

### III. Daftar Pertanyaan

#### A. Kualitas Produk (Variabel X)

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	KS	TS
1.	Karyawan Tunas Baru terampil dalam melayani pelanggan					
2.	Produk Tunas Baru memiliki kualitas yang baik					
3.	Bibit Tanaman Tunas lebih unggul dari yang lain					

4.	Produk Tunas Baru memiliki ukuran dan jenis yang bervariasi sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya					
5.	Bibit Tunas baru sangat produktif dan cepat berbuah					
6.	Daya tahan produk Tunas Baru lebih baik daripada produk yang lain					
7.	Perawatan bibit tanaman dari Tunas Baru mudah dan murah					
8.	Harga produk Tunas Baru murah dan terjangkau					
9.	Produk yang rusak dapat ditukar dan diganti dengan yang baru					
10.	Karyawan Tunas Baru selalu memberikan solusi terbaik terkait masalah produk					

**B. Kepuasan Pelanggan(Variabel Y)**

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	KS	TS
1.	Saya merasa puas dengan pelayanan Tunas Baru					
2.	Kualitas produk Tunas Baru sesuai harapan saya					
3.	Lokasi Tunas Baru mudah terjangkau					
4.	Saya merasa senang dan tertarik dengan kemasan produk Tunas Baru					
5.	Suasana di Tunas Baru sangat rapi dan tertata sehingga saya dapat berbelanja dengan nyaman					
6.	Puas terhadap harga produk Tunas Baru sehingga saya senang melakukan pembelian ulang					
7.	Ketika butuh bibit Tanaman saya akan berkunjung ke Tunas Baru					
8.	Produk yang ditawarkan Tunas Baru sesuai dengan kebutuhan saya					
9.	Produk Tunas Baru baik untuk direkomendasikan kepada teman atau kerabat					
10.	Bila ada kekurangan pada Tunas Baru saya tidak akan langsung beralih ke tempat lain					

**FOTO DOKUMENTASI**







# PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI UD. TUNAS BARU GUNUNGSITOLI

---

ORIGINALITY REPORT

---

# 14%

SIMILARITY INDEX

---

## PRIMARY SOURCES

---

1	<a href="http://karya.brin.go.id">karya.brin.go.id</a> Internet	590 words — 4%
2	<a href="http://ejournal.unsrat.ac.id">ejournal.unsrat.ac.id</a> Internet	316 words — 2%
3	<a href="http://ejournal.bsi.ac.id">ejournal.bsi.ac.id</a> Internet	180 words — 1%
4	<a href="http://repository.unbari.ac.id">repository.unbari.ac.id</a> Internet	177 words — 1%
5	<a href="http://123dok.com">123dok.com</a> Internet	95 words — 1%
6	<a href="http://journal.feb.unmul.ac.id">journal.feb.unmul.ac.id</a> Internet	95 words — 1%
7	<a href="http://digilib.sttkd.ac.id">digilib.sttkd.ac.id</a> Internet	84 words — 1%
8	<a href="http://id.123dok.com">id.123dok.com</a> Internet	83 words — 1%
9	<a href="http://ejournal.stiepembnas.ac.id">ejournal.stiepembnas.ac.id</a> Internet	71 words — 1%

---

10 [ejournal.stmb-multismart.ac.id](http://ejournal.stmb-multismart.ac.id) 68 words — 1%  
Internet

---

11 [repository.upnyk.ac.id](http://repository.upnyk.ac.id) 66 words — 1%  
Internet

---

EXCLUDE QUOTES OFF

EXCLUDE BIBLIOGRAPHY ON

EXCLUDE SOURCES < 1%

EXCLUDE MATCHES OFF