

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

By HERMAN ZENDRATO

58

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP

KEPUASAN PELANGGAN DI UD. TUNAS BARU

GUNUNGSITOLI

SKRIPSI



Diajukan

Oleh
HERMAN ZENDRATO
NIM.2319556

21

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.

Pada dasarnya, tujuan perusahaan didirikan adalah untuk mencapai pertumbuhan yang paling cepat dan berkelanjutan. Perusahaan sangat bergantung pada kepuasan pelanggan, yang berarti bahwa langkah-langkah yang jelas dan terukur harus digunakan untuk memanfaatkan peluang di pasar sasaran. Strategi pemasaran Ud. Tunas Baru Gunungsitoli membantu perusahaan menghasilkan keuntungan dengan mempertahankan pelanggan, meningkatkan pelanggan, dan meningkatkan penjualan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh produk berkualitas tinggi terhadap kepuasan pelanggan UD. Tunas Baru Gunungsitoli. Penelitian kuantitatif mengumpulkan data melalui angket, pengamatan, dan dokumentasi. Populasi dan sampel pada penelitian ini seluruh pimpinan, karyawan dan pelanggan Ud. Tunas Baru Gunungsitoli sebanyak 50 orang. Hasil penelitian menjelaskan bahwa berdasarkan pengujian hipotesis ternyata variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh yang sangat penting terhadap meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Sebab $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $8.7213 > 1.6772$, sehingga dapat dinyatakan bahwa Kualitas Produk dapat mempengaruhi peningkatan Kepuasan Pelanggan pada UD. Tunas Baru Gunungsitoli. Dengan demikian 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 ⁹⁸ yang diajukan oleh :

Nama : HERMAN ZENDRATO
NIM : 2319556
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul : ¹⁶ Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di
UD. Tunas Baru Gunungsitoli

Telah disetujui untuk diseminarkan.

Gunungsitoli, 2024

Ketua Prodi Manajemen

Dosen Pembimbing

¹¹⁵
YUPITER MENDROFA, S.E.,M.M.
NIDN.0112078103

OTANIUS LAIA, S.E.,M.M.
NIDN.0127059501

46 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 menyelesaikan skripsi penelitian ini sebaik mungkin, penulis menyadari bahwa skripsi penelitian ini masih ada kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan segala kekurangan dalam penyusunan skripsi penelitian ini, akhir kata penulis berharap skripsi Penelitian ini dapat memberikan banyak manfaat.

Gunungsitoli, September 2023

Penulis,

HERMAN ZENDRATO

NIM. 2319556

DAFTAR ISI

33	Lembar Persetujuan	i
	Kata Pengantar	ii
	Daftar Isi	iv
	Daftar Tabel	vi
	Daftar Gambar	vii
BAB I	PENDAHULUAN	1
	1.1. Latar Belakang	1
	1.2. Identifikasi Masalah	38
	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
BAB II	LANDASAN TEORI	6
	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
51	BAB III METODE PENELITIAN	20
	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

	50		
3.6		Teknik Analisis Data	25
	3.6.1	Uji Validitas Data	25
	3.6.2	Uji Reliabilitas Data	26
	40	3 Pengujian Hipotesis	27
3.7		Lokasi dan Jadwal Penelitian	28
	3.7.1	Lokasi Penelitian	28
	3.7.2	Jadwal Penelitian	28
BAB	IV	ANALISA DAN PEMBAHASAN	30
	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	106
	4.2	Pengujian Hipotesis	61
	4.3	Analisa Hasil Penelitian	62
BAB	V	KESIMPULAN DAN SARAN	64
	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

21 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 perusahaan dalam 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 dibandingkan dengan pergantian 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). Kepuasan pelanggan akan terpenuhi jika proses pengiriman jasa sesuai dengan persepsi pelanggan. Menurut Sodexo (2019), kualitas produk, harga, pengalaman belanja yang menyenangkan, testimoni orang lain, dan strategi pemasaran adalah beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Manfaat kepuasan pelanggan antara lain 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 produk baru atau menggunakan produk lama).

Produk yang tersedia di pasar saat ini telah mengalami banyak perubahan, sehingga jumlah produk yang tersedia terus meningkat. Selain itu, kedatangan produsen baru di pasar memiliki dampak yang beragam. Faktor yang sangat konvensional saat ini adalah persaingan, yang memaksa produsen untuk lebih cermat dalam menentukan kualitas produk yang mereka buat. Kualitas produk mencakup semua karakteristik dan

kemampuan ⁸⁷ suatu produk atau pelayanan untuk memenuhi ¹⁷ kebutuhan yang tersirat, menurut Kotler dan Keller (2016:145). Konsumen mengharapkan produk yang mereka beli memiliki kualitas yang baik dan memenuhi harapan mereka. Jika pelanggan tidak ⁷ puas dengan kualitas produk, mereka dapat mencari produk lain, atau beralih dari satu produk ke produk lainnya.

Salah satu perusahaan bernama Tunas Baru menjual bibit tanaman dan produk pertanian. Tunas Baru menjadi lebih baik sejak dibuka pada tahun 2021 karena bukan satu-satunya toko di daerah itu dan membantu petani dengan bibit tanaman yang mereka butuhkan. Namun, seiring berjalannya waktu, pelanggan mulai berkurang karena ada penjual bibit tanaman lain yang menawarkan kualitas yang lebih baik.

Tunas Baru menggunakan jasa ekspedisi untuk mengirim bibit tanaman dari luar wilayah. Mengirim bibit dari pemasok membutuhkan waktu tiga hingga lima hari perjalanan darat dan laut. Hasil penelitian di Tunas Baru Kota Gunungsitoli menunjukkan bahwa penjualan di Tunas Baru menurun drastis karena produk atau bibit tanaman yang dijual tidak bertahan lama. Akibatnya, konsumen tidak merasa puas dengan produk yang tidak berkualitas. Peneliti kemudian bertanya apa yang menyebabkan konsumen tidak puas. Mereka menemukan bahwa pengiriman kadang-kadang tidak berjalan lancar dan mengalami keterlambatan karena tertundanya keberangkatan kendaraan pengangkutan dan berbagai alasan lainnya. Bibit tanaman dapat menjadi kurang segar setelah dibawa jauh karena perjalanan yang terlalu lama.

Dampak dari kualitas produk yang menurun, Tunas Baru tidak bisa mempertahankan loyalitas pelanggan sehingga pelanggan yang melakukan pembelian berulang pun berkurang. Hal ini terjadi akibat ketidakpuasan pelanggan terhadap kualitas produk berupa bibit tanaman yang dijual oleh UD. Tunas Baru. Berdasarkan fenomena di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di UD. Tunas Baru Gunungsitoli”**.

²¹

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.

32

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.

96

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?

25

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.

32

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.

54

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

21

Penelitian ini dapat digunakan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dalam mengembangkandan mempertahankan kepuasan pelanggan serta perilaku konsumen di UD. Tunas Baru Gunungsitoli.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Kualitas Produk**2.1.1 Pengertian Kualitas**

Kualitas didefinisikan sebagai memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Orang-orang berbeda akan mengartikannya secara berbeda. Menurut para ahli, ada beberapa definisi kualitas yang berbeda. Menurut Tjiptono dalam (Atmaja, 2018), "kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang menemui atau melebihi harapan." Sedangkan menurut Riyanto (2018), "kualitas diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu atau sesuai dengan ekspektasi pelanggan." Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kualitas adalah faktor penting dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Ini berlaku untuk produk, jasa, atau layanan apa pun. Para ahli tersebut menekankan pentingnya memahami dan mengelola kualitas untuk menjaga atau meningkatkan kepuasan pelanggan.

2.1.2 Pengertian Produk

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

Kata "produk" berasal dari bahasa Inggris "product", yang berarti "sesuatu yang diproduksi oleh tenaga kerja atau sejenisnya." Bentuk kerja dari kata "produk", yaitu "produse", berasal dari bahasa Latin "produce", yang berarti "memimpin atau membawa sesuatu maju." Pada tahun 1575, kata "produk" merujuk pada apapun 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 memperkenalkan produk dalam pengertian ekonomi. Penggunaan yang lebih luas, "produk" dapat berarti satu barang atau unit, sekelompok produk yang sama, sekelompok barang dan jasa, atau sebuah pengelompokan industri barang dan jasa.

1. Produk dapat didefinisikan sebagai "sekumpulan atribut fisik yang secara nyata terkait dalam sebuah bentuk yang dapat diidentifikasi", menurut Stantaon dalam Firmansyah (2019:3).

2. Menurut Kotler dan Armstrong (2017:244), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk bukan hanya barang berwujud yang dapat dideteksi oleh panca indra.

"Produk" 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, produk pangkas rambut, menyiapkan pajak, dan memperbaiki rumah adalah contohnya.

2.1.3 Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk dapat didefinisikan sebagai totalitas yang memiliki karakteristik produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang akan dinyatakan implisit (Ely, 2021). Menurut Rusmawan (2018), salah satu kualitas produk yang dapat menunjukkan ukuran yang dapat tahan lama agar konsumen dapat percaya produknya. Dari perspektif pemasaran, kita dapat melihat bahwa kualitas produk dapat diukur dengan berbagai metrik tentang kualitas dan kualitas produk.

Menurut Rosyidi Ririn (2020), istilah "kualitas produk" dapat mencakup satu atau lebih karakteristik yang dapat mempengaruhi kemampuan kami untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan dan konsumen terkait kualitas produk kami. Menurut Sinulingga (2021), kualitas produk adalah adanya elemen usaha yang dapat kita perhatikan oleh konsumen atau pelanggan, sehingga membuat varian baru untuk membuat konsumen tertarik pada produk kita. Namun, ini terutama berlaku bagi konsumen atau pelanggan yang ingin mempertahankan kualitas produk yang ingin kita pasarkan.

Kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen yang dapat diperhatikan, digunakan, dibeli, dan dikonsumsi oleh produsen dan konsumen sesuai dengan kebutuhan mereka (Astuti Miguna dan matondang Nurhafifah, 2020).

2.1.4 Tujuan Kualitas Produk

Menurut Kotler (Aisah, 2015) ada empat tujuan kualitas produk, yaitu:

1. Menjaga agar barang hasil produksi mencapai standar yang telah ditetapkan;
2. Menjaga biaya inspeksi serendah mungkin;

3. Menjaga biaya desain untuk produksi tertentu; dan
4. Menjaga biaya produksi serendah mungkin.

2.1.5 Dimensi Kualitas Produk

Menurut Mullins, Orville, Larreche, dan Boyd (Indrasari, 2019), jika perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam sebuah pasar, mereka harus memahami dimensi dan faktor apa yang digunakan konsumen untuk membedakan produk yang dijualnya dengan produk yang dijual oleh perusahaan pesaing. Di antara dimensi kualitas produk itu sendiri adalah:

1. Kinerja, yang mengacu pada karakteristik operasi utama sebuah produk.
2. Daya tahan, yang mengacu pada jangka waktu yang diperlukan untuk penggantian produk.
3. Kesesuaian dengan spesifikasi, sejauh mana karakteristik operasi dasar produk dapat memenuhi spesifikasi tertentu konsumen atau tidak ada kecacatan pada produk.
4. Fitur, adalah karakteristik produk yang dirancang khusus untuk meningkatkan fungsi produk dan meningkatkan ketertarikan konsumen. Produk tersebut lebih dapat diandalkan karena kemungkinan kerusakan lebih kecil.
5. Estetika mengacu pada bagaimana suatu produk dapat dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuknya.
6. Kualitas adalah hasil dari pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa pelanggan tidak memahami atau kurang memahami informasi tentang produk yang bersangkutan. Oleh karena itu, harga, merek, periklanan, reputasi, dan negara asal dapat memberikan gambaran tentang bagaimana konsumen melihat produk.

2.1.6 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Menurut Baum dalam Eka Umi Kalsum, Dkk (2022) "faktor yang mempengaruhi kualitas produk ada 9 faktor yang dikenal dengan 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

Menurut Owusu dalam Yulianto (2017), ada sejumlah indikator kualitas produk yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas produk, salah satunya 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

Perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan dengan kinerja (hasil) yang diharapkan dikenal sebagai kepuasan. Menurut Buchari (2018), kepuasan bergantung pada bagaimana seseorang melihat hasil dan harapan mereka. Jika produk atau jasa yang dibeli sesuai dengan harapan konsumen, mereka akan puas; jika tidak, mereka akan kecewa dan tidak puas.

2.2.2 Pengertian Pelanggan

Yamit (dalam Ismail Razak 2019) mengacu pada konsumen

yang membeli dan menggunakan barang. Banyak faktor mempengaruhi penilaian pelanggan atas kinerja produk, terutama jenis loyalitas yang dimiliki pelanggan dengan sebuah merek. Pelanggan sering membentuk persepsi yang lebih menyenangkan tentang produk dengan merek yang sudah mereka anggap positif sebelumnya. Ada tiga kategori pelanggan, yaitu:

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

Kepuasan pelanggan atau konsumen berhubungan dengan kualitas produk yang mereka jual. Perolehan pelanggan menentukan tingkat kepuasan mereka. Tingkat kepuasan, oleh karena itu, adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan kinerja yang diharapkan. Pelanggan mungkin memiliki salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum. Pelanggan kecewa jika kinerja kurang dari harapan, puas jika kinerja sesuai dengan harapan, atau sangat senang atau gembira jika kinerja melebihi harapan. Komentar dari teman dan kenalan, pengalaman pembelian sebelumnya, dan janji dan informasi dari pemasar dan saingan membentuk harapan pembeli.

³⁵ Kepuasan pelanggan sangat penting untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan membuat pelanggan terus membeli barang perusahaan. ²³ Pelanggan yang puas akan menjadi kunci keberlangsungan perusahaan. Menurut Tjiptono (2012:301), kepuasan konsumen adalah ¹²² ketika pelanggan merasa bahwa kebutuhan dan keinginannya terpenuhi dengan baik dan sesuai dengan harapan mereka.

Namun, seperti yang dinyatakan ²³ Umar dalam Indrasari (2019:82), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan apa yang mereka terima dan apa yang mereka harapkan. Jika seorang konsumen ²³ merasa puas dengan nilai yang ditawarkan oleh barang atau jasa, sangat besar kemungkinannya mereka akan tetap menjadi pelanggan untuk waktu yang lama.

Dari pendapat ahli di atas, peneliti berpendapat bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah mereka merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, dengan besar kemungkinan menjadi pelanggan untuk waktu yang lama.

2.2.4 Dimensi Kepuasan Pelanggan

³ 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 yang murah menjadi sumber kepuasan yang penting bagi pelanggan sensitif karena mereka akan mendapatkan *value of money* tinggi. Sementara bagi pelanggan yang tidak sensitif terhadap harga, harga relatif tidak begitu penting.
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 percaya diri ketika orang lain merasa kagum kepada dirinya saat

konsumen menggunakan produk atau jasa yang dibelinya dan itu akan menentukan kepuasan dari para pelanggan.

5. Biaya dan Kemudahan, Pelanggan semakin puas apabila biaya relatif murah, nyaman dan efisien saat mendapatkan produk atau pelayanan. Peran driver diatas merupakan faktor pendorong kepuasan pelanggan tentunya dari masing-masing driver memiliki keunggulannya masing-masing sesuai dengan perusahaan dan kebutuhan dari para pelanggan yang dimilikinya.

10 2.2.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Menurut Indrasari (2019:87-88) dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama dan harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

- a. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas.
- b. Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- c. Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan kagum terhadap mereka, apabila memakai produk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
- d. Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi harga yang relatif rendah menawarkan nilai yang lebih besar kepada pelanggan.
- e. Biaya, pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung merasa puas dengan produk tersebut.

2.2.6 Cara Mengukur Kepuasan Pelanggan

Setiap bisnis memiliki berbagai cara untuk mengukur dan mengawasi kepuasan pelanggannya sendiri dan pesaingnya. Menurut Kotler dalam Bukhari Alma (2016), ada empat cara untuk mengukur kepuasan pelanggan:

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

Banyak perusahaan menerima keluhan pelanggan melalui kotak saran. Selain itu, beberapa perusahaan memberikan amplop yang ditulis dengan alamat perusahaan untuk digunakan untuk menyampaikan kritik, keluhan, dan saran. Selain itu, saran dapat dikirim melalui telepon bebas pulsa, kartu komentar, atau costumer. Perusahaan dapat mendapatkan ide dan masukan dari data ini, yang memungkinkan mereka mengantisipasi dan menanggapi kritik.

2. Survei Kepuasan Pelanggan (*Costumer Satisfaction Surveys*)

Dalam kasus ini, perusahaan melakukan survei untuk mengetahui pendapat pelanggan. Survei 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 memberikan kesan positif tentang perusahaan yang menaruh perhatian terhadap pelanggan.

3. Pembeli Bayangan (*Ghost Shopping*)

Dalam hal ini, perusahaan merekomendasikan individu tertentu untuk membeli dari perusahaan lain atau perusahaannya sendiri. Pembeli yang tidak diketahui ini menceritakan kelebihan dan kekurangan pelayan yang melayaninya. Selain itu, segala sesuatu yang membantu manajemen membuat keputusan. Manajer sendiri harus mengunjungi toko saingan dan menyewa orang lain untuk menjadi pembeli bayangan. Karena data dan informasi yang diperoleh secara alami, pengalaman manajer ini sangat penting.

4. Analisa Pelanggan Yang Lari (*Lost Costumer Analysis*)

Pelanggan yang tidak dapat dihubungi diusahakan untuk dihubungi. Pelanggan diminta untuk menjelaskan mengapa mereka berhenti, 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 untuk mencegah langganan yang lari dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

2.2.7 Indikator Kepuasan Pelanggan

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

a. Kesesuaian Harapan

Tjiptono (2012:318) mengatakan bahwa kesesuaian harapan adalah tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh konsumen dengan 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 dikatakan bahwa kesesuaian harapan mencakup harapan konsumen terhadap barang atau jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada mereka.

b. Minat Berkunjung Kembali

Kesediaan konsumen untuk membeli kembali atau menggunakan produk yang serupa didefinisikan oleh Hawkins dan Lonney dalam Suwito (2018:257). Kotler dan Philip (2007:15) menyatakan bahwa "minat beli ulang adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum melakukan keputusan pembelian tahap selanjutnya." Sementara Tjiptono (2012:318) menyatakan bahwa "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 kembali atau menggunakan kembali jasa perusahaan.

c. Kesiediaan Merekomendasikan

Menurut Tjiptono (2012:318), "Kesiediaan merekomendasikan adalah kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti", sedangkan Hawkins dan Lonney menyatakan dalam Kusumasitta (2014:161) "Kesiediaan merekomendasikan adalah kesediaan untuk merekomendasikan produk 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 saran yang menganjurkan,

membenarkan, atau menguatkan bahwa suatu barang atau jasa layak untuk dibeli oleh orang lain.

2.3 Hipotesis

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

Berdasarkan pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis adalah jawaban sementara yang harus diuji kebenarannya dalam suatu kegiatan penelitian. Dalam penelitian ini, hipotesis yang diajukan peneliti menggunakan hipotesis alternatif (H_a) yang menyatakan ada atau tidaknya hubungan antara variabel X dan Y yaitu "Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di UD. Tunas Baru Gunungsitoli". Dimana hipotesis yang telah dirumuskan oleh peneliti sebagai berikut:

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

Tunas Baru Gunungsitoli

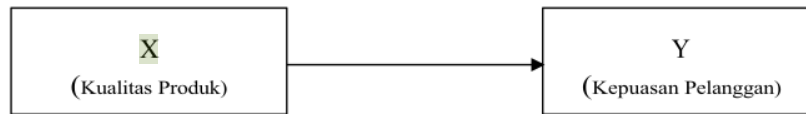
H_0 = Tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di UD. Tunas Baru Gunungsitoli

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) yang berkaitan dengan kualitas produk dan satu (satu) yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan di Tunas Baru. Selanjutnya, peneliti mengolah data kuesioner yang diisi oleh responden dan menemukan bahwa kualitas produk berdampak pada kepuasan pelanggan di UD. Tunas Baru Gunungsitoli.

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya digunakan sebagai acuan untuk memperkaya teori yang digunakan dalam penelitian ini. Dari penelitian ini, peneliti belum menemukan judul yang sama dengan penelitian sebelumnya, tetapi 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.	64 Dewi Sartika, Agustin Basriani (2018)	Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan keripik nenas di desa kualu nenas kecamatan tambang kabupaten kampar provinsi riiau	16 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.	2 Natasya Pricillia Tamon W. S. Manoppo Lucky F. 27 Tamengkel (2021)	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. DEFMEL Leilem	5 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.	2 Abdulloh Majid (2019)	2 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	22 Berdasarkan hasil penghitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R ²) 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.

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

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

a. Penelitian kualitatif

Metode penelitian kualitatif menurut Sugiyono (2020:9) adalah penelitian yang dilakukan kepada objek penelitian yang mengalami peristiwa dimana peneliti menjadi instrumen kunci didalam penelitian.

b. Penelitian kuantitatif

Penelitian kuantitatif, menurut Sugiyono (2020:9), adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan dengan menggunakan prosedur statistik atau pengumpulan data dengan instrumen penelitian. Metode kuantifikasi (pengukuran) biasanya digunakan dalam penelitian ini. Teori obyektif digunakan untuk menganalisis kenyataan tentang hubungan antara variabel dalam pendekatan kuantitatif.

c. Riset gabungan

Riset gabungan menurut Sugiyono (2020:9) adalah riset yang menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif.

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

Sugiyono (2012) menyatakan dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods) 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-perempuan", kata Suharsimi Arikunto (2010:159).

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

Menurut Komaruddin seperti dikutip dalam buku Drs. Mardalis (2014:53), "Populasi adalah semua individu yang menjadi sumber pengambilan sampel".

"Populasi adalah keseluruhan objek penelitian," kata Arikunto (2010:173). Menurut Sugiyono (2012:119), 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". Penelitian populasi adalah penelitian jika seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian.

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 bagian dari populasi yang berfungsi sebagai sumber data penelitian dan berfungsi sebagai representasi populasi saat ini. Peneliti mengikuti pendapat Sugiyono (2012:126) tentang teknik sampling jenuh saat memilih sampel untuk penelitian ini. Sampling jenuh adalah metode pengambilan sampel ketika semua anggota populasi diambil sebagai sampel. Penelitian yang bertujuan untuk membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil atau populasi yang relatif kecil (kurang dari 50 orang) biasanya melakukan hal ini.

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

Sugiyono (2018) mendefinisikan instrumen penelitian sebagai alat yang diamati. Penelitian ini menggunakan lembar kuesioner sebagai alat penelitian. Kuesioner ini disusun berdasarkan indikator yang merupakan variabel penelitian. Indikator tersebut ditulis secara rinci dalam angket dan diberikan kepada responden.

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat ukur baku dalam metode kuantitatif. Alat penelitian ini berupa angket/kuesioner tertutup, yang memiliki jawaban yang diberikan kepada responden sehingga mereka dapat memilih dari dua variabel: kualitas produk dan kepuasan pelanggan.

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)

Kuesioner, menurut Sugiyono (2018), adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk meminta jawaban dari responden melalui serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis. Jika peneliti tahu dengan variabel yang akan diukur dan mengharapkan tanggapan responden, kuesioner ini adalah metode pengumpulan data yang efektif. Inti dari penelitian ini adalah kuesioner yang disusun berdasarkan indikator variabel penelitian. Indikator tersebut dituangkan secara rinci dalam angket, yang berupa angket yang berisi pertanyaan khusus yang diberikan kepada responden untuk meminta mereka untuk memberikan tanggapan atau jawaban.

3.5 Data dan Teknik Pengumpulan Data

Menurut Kotler dan Armstrong (2020:19), ada dua sumber data yaitu:

a. Data Primer

Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah jenis data yang diberikan sumber data kepada pengumpul data secara tidak langsung, seperti melalui dokumen atau orang lain. Berdasarkan jenis data yang dijelaskan oleh para ahli di atas, peneliti memilih menggunakan jenis data primer.

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 atau penelitian dilakukan ketika peneliti melakukan penelitian secara langsung terhadap objek yang diteliti. Dengan melakukan ini, peneliti dapat melihat fenomena, proses kerja, atau perilaku manusia saat mengumpulkan data melalui

kegiatan observasi.

b. Angket/Kuesioner

Peneliti akan menggunakan metode angket untuk pengumpulan data, yang memasukkan pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian. Peneliti menggunakan kuesioner tertutup untuk mengumpulkan jawaban. Untuk memungkinkan responden untuk menjawab dengan jujur dan terbuka, angket akan dibagikan kepada mereka.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data dengan mencatat sejumlah dokumen atau bukti tertulis, seperti keadaan populasi, struktur organisasi, dan data lainnya. Peneliti menggunakan perangkat dokumentasi mereka, yaitu ponsel mereka, untuk melakukan wawancara dan mengambil foto atau gambar secara langsung.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Data penelitian ini akan dianalisis dengan alat statistik dengan bantuan software untuk mendukung hasil penelitian. Berikut ini adalah beberapa 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.

33 b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan seberapa dapat diandalkan dan dapat dipercaya suatu alat pengukur. Cronbach alpha digunakan untuk mengukur reliabilitas konsisten interitem; nilai cronbach alpha yang lebih besar dari 0,06 menunjukkan bahwa interitem yang diukur untuk masing-masing variabel adalah reliable. Ketidakkonsistenan dapat terjadi karena persepsi yang berbeda dari responden atau karena mereka tidak memahami semua item pertanyaan.

13 3.6.2. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah nilai residual dari regresi terdistribusi secara normal. Nilai residual harus terdistribusi secara normal, menurut Agussalim (2015: 55) untuk model regresi yang baik. Menurut Saragih Santoso (2012: 23), probabilitas dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan.

13 2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara variabel bebas dalam model regresi. Jika ada, itu disebut problem multikolinieritas. Dalam model regresi yang baik, tidak perlu ada korelasi di antara variabel independen. Jika ada multikolinieritas, salah satu independen harus dikeluarkan dari model, dan kemudian prosesnya diulangi. Besar Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance dapat digunakan untuk menentukan ada tidaknya multikolinieritas. Pedoman untuk regresi multikolinieritas bebas adalah bahwa nilai toleransi harus lebih besar dari 0,1 dan batas VIF adalah 10. Jika nilai VIF di bawah 10, maka tidak ada gejala multikolinieritas.

19 3) Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah ada ketidaksamaan dalam model regresi antara variasi residual dari satu penelitian ke penelitian lainnya. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan grafik plot, park, glejser, dan white. Nilai prediksi variabel dependen diuji dengan Uji Glejser. Apabila tidak ada pola yang jelas dan titik tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu

Y, heteroskedastisitas tidak terjadi.

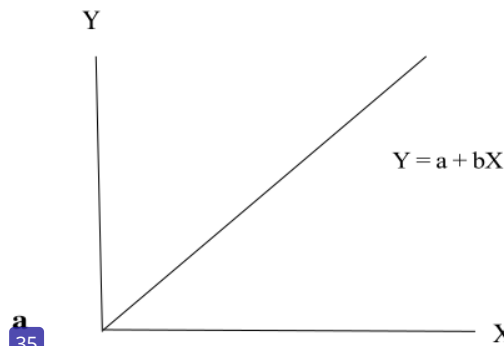
3.6.3. Uji Hipotesis

a) Regresi Linear sederhana

Dalam penelitian ini, analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengidentifikasi 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, dan juga untuk memprediksi apakah nilai variabel dependen akan meningkat atau menurun. Data biasanya interval atau rasio. Berikut adalah rumus regresi linear sederhana:

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 korelasi. 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

Uji statistik T Menurut Sugiyono (2020 : 80) yaitu pada dasarnya memperlihatkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara sendiri dalam menerangkan variasi variabel terikat. Dalam hal ini apakah variabel *Marketing Mix* (X) benar-benar berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Penelitian ini dilakukan dengan melihat pada *Quick Look* dan juga membandingkan nilai statistik T dengan titik kritis menurut tabel dengan tingkat $\alpha = 5\%$. Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian sebagai berikut:

- 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.

40

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 ⁹⁵ **jadwal penelitian** sebagai berikut :

Tabel 3.2
Jadwal Penelitian

No	Uraian Kegiatan	Tahun 2023 dan 2024																		
		⁹² Sep'23	Okt'23	Nov'23	Des'23	Jan'24	Agustus'24													
1	Perumusan Judul	■	■	■	■															
⁹¹ 2	Penyusunan Proposal		■	■	■	■	■													
3	Seminar Proposal					■														
4	Revisi Proposal					■	■													
5	Pembuatan Instrumen						■	■												
¹¹⁴ 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

Peneliti melaksanakan penelitian di Tunas Baru yang berlokasi di Jalan Hilihao Dusun II Desa Hilihao Kecamatan Gunungsitoli Kota Gunungsitoli dan terletak \pm 5 km dari pusat Kota Gunungsitoli. Tunas Baru merupakan badan usaha bergerak di bidang perdagangan bibit tanaman, produk-produk pertanian dan penyewaan alat musik Nias. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2022 oleh Solsa Harefa dengan tujuan positif yaitu mempermudah masyarakat Nias untuk mendapatkan bibit tanaman berkualitas dengan mudah tanpa harus jauh-jauh keluar kota.

Tunas Baru memiliki 1 (satu) orang Direktur dan 3 (tiga) orang karyawan. Direktur yang mengkoordinasikan dan mengendalikan diseluruh bidang dalam perusahaan, menentukan kebijakan tertinggi dalam perusahaan, bertanggung dalam kerugian dan keuntungan dalam perusahaan dan lain-lain. Sedangkan karyawan bertugas menjalankan operasional perusahaan, menyiapkan barang, melayani konsumen, menyiapkan strategi penjualan kepada konsumen dan lain-lain.

4.2. Karakteristik Responden

Gambaran umum responden ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik dari pelanggan yang telah menjadi responden. Penggolongan responden didasarkan pada jenis kelamin, pekerjaan dan umur. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan di UD. Tunas Baru terhadap 50 responden melalui penyebaran kuisisioner, maka karakteristik responden dapat menggambarkan sebagai berikut:

4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Analisis terhadap responden menurut jenis kelamin dilakukan untuk mengetahui proporsi jenis kelamin responden agar tidak terjadi pembedaan jenis kelamin dalam pengambilan sampel. 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

4 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

Analisis terhadap pekerjaan dimaksudkan untuk mengetahui komposisi pekerjaan responden. 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	Wiraswast ⁷⁶	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 dengan persentase 44%, responden dengan profesi PNS sebanyak 15 orang dengan persentase 30%. Responden dengan pekerjaan TNI hanya 1 orang dengan persentase 2%, sementara responden dengan pekerjaan Polri sebanyak 2 orang dengan persentase 4% dan responden dengan pekerjaan wiraswasta sebanyak 10 orang dengan persentase 20%.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Analisis terhadap umur dimaksudkan untuk mengetahui komposisi 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

Berdasarkan hasil pengolahan data mentah dari jawaban angket yang telah dijawab oleh responden dengan jumlah 50 orang, maka peneliti dalam membahas hasil penelitian ini sudah sesuai dengan permasalahan yang peneliti ajukan. Pembahasan ini merupakan jawaban dari rumusan masalah, sehingga dapat diketahui 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
Res	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 ¹ Pengolahan Angket Untuk Variabel Y

Sedangkan variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan dimana angket yang berisi 10 pertanyaan telah disebarakan kepada 50 orang responden. Hasil rekapitulasi angket untuk variabel Kepuasan Pelanggan (variabel Y) sebagai berikut:

Tabel 4.5
Rekapitulasi Jawaban Responden Untuk Variabel Y

No.	Skor Item Pertanyaan No:										Skor	
	Res	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

Jika sebuah instrumen mampu mengukur apa yang diinginkan dan mengungkap data dari variabel yang diteliti, instrumen tersebut dikatakan valid. Rumus korelasi yang diusulkan oleh Pearson, rumus korelasi product moment, dapat digunakan untuk menguji validitas item soal:

Untuk mengetahui dan menguji validitas, maka hasil rumus di atas disubstitusikan dengan mengkonsultasikan pada tabel harga kritik r product moment, dengan tingkat kepercayaan 95%. Ketentuan pengujian validitas suatu instrumen diperoleh apabila $r_{xy} > r_{tabel}$, maka

instrumen penelitian tersebut dinyatakan valid.

a. Perhitungan Validitas Untuk Variabel X

Setelah memperoleh hasil pengolahan angket untuk variabel X dan variabel Y pada tabel 4.1 dan tabel 4.2 di atas, maka dapat dihitung validitas seluruh item soal. Peneliti akan memulai perhitungan validitas item untuk soal nomor 1 (satu) terlebih dahulu.

Berdasarkan tabel perhitungan validitas item soal angket untuk variabel X, maka diperoleh data-data yang kemudian didistribusikan kedalam rumus korelasi *product moment* dengan perhitungan sebagai berikut:

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

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

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

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

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

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

Perhitungan di atas menunjukkan bahwa r_{hitung} item nomor 1 diperoleh sebesar 0,607 untuk $n = 50$ pada taraf signifikan $\alpha = 0,05$, 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 dengan metode perhitungan validitas item soal yang sama seperti yang tertera pada item soal angket nomor 1 di

atas, maka dapat diperoleh hasil perhitungan validitas item soal nomor 2 sampai dengan nomor 10 untuk variabel X. Adapun hasil perhitungan validitas angket untuk variabel X dapat diperlihatkan dan direpresentasikan pada tabel hasil perhitungan uji validitas untuk variabel X sebagai berikut :

Tabel 4.6

Hasil Perhitungan Validitas Pertanyaan Nomor 1 s/d Nomor 10

No Item	Σx	Σy	Σx^2	Σy^2	Σxy	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

Berdasarkan tabel hasil perhitungan seluruh item soal untuk angket variabel X (Kualitas Produk) yang terdiri dari 10 item pertanyaan sebagaimana yang tertera diatas, diperoleh hasil perhitungan seluruh validitas angket adalah r_{hitung} lebih besar dari nilai $r_{tabel} = 0,279$ ($r_{hitung} > r_{tabel}$), dengan demikian dapat dinyatakan bahwa 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, maka dapat dihitung validitas seluruh item soal untuk variabel Y. peneliti akan memulai perhitungan validitas item untuk soal nomor

1 (satu) terlebih dahulu. Untuk persiapan perhitungan validitas soal nomor 1 angket untuk variabel Y dapat dilihat pada tabel persiapan perhitungan validitas item soal nomor 1 angket untuk variabel Y.

Dari tabel persiapan validitas item soal nomor 1 angket untuk variabel Y tersebut, maka dapat diperoleh data-data sebagai berikut: maka perhitungan validitas item nomor 1 untuk variabel Y adalah dengan menggunakan rumus korelasi *product moment*, yakni:

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

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

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

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

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

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

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 mempedomani pengukuran tingkat validitas angket yaitu bahwa r hitung > r tabel yakni 0,542 > 0,279 maka disimpulkan bahwa pertanyaan item No. 1 adalah memenuhi tingkat validitas instrumen. Selanjutnya untuk menghitung validitas No. 2 sampai dengan No. 10, maka dilakukan perhitungan dengan cara yang sama dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.7

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

No Item	Σx	Σy	Σx^2	Σy^2	Σxy	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 ¹ Pengujian Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan metode belah dua, membelah item menjadi item ganjil dan genap dan mengkorelasikannya dengan menggunakan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut:

² Hasil dari rumus korelasi product moment tersebut selanjutnya disubsitusikan ke dalam rumus Spearman Brown yakni:

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

a. Pengujian Reliabilitas Variabel X

Setelah mengetahui tingkat validitas masing-masing item soal pada angket variabel X yang telah dibagikan kepada responden, maka selanjutnya peneliti akan melakukan uji

reliabilitas untuk variabel X untuk memudahkan penyajian, peneliti akan mendeskripsikan tabel perhitungan uji reliabilitas untuk variabel X (Kualitas Produk) sebagai berikut:

23 **abel 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

28 **Label 4.9**
Angket Untuk Item Genap

No. Res	Skor Butir Tes No					Skor
	2	4	6	8	10	Total
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 ²	Y ²	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

Berdasarkan tabel perhitungan uji reliabilitas untuk variabel X (Kualitas Produk) yang dapat dilihat pada tabel tersebut diatas, maka dapat dilakukan perhitungan nilai reliabilitas dengan perolehan data-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 melakukan perhitungan r_{xy} melalui rumus korelasi *product moment*, maka diperoleh hasil perhitungan r_{xy} sebesar 0,501 dengan demikian, langkah selanjutnya adalah nilai

tersebut kemudian disubstitusikan lagi ke dalam rumus Spearman Brown sebagai berikut:

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

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

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

$$r_{ii} = 0.667$$

Dari hasil perhitungan di atas, diperoleh nilai reliabilitas sebesar $r_{ii} = 0,667$. Oleh karena itu, dengan jumlah $n = 50$ pada tingkat kepercayaan 95% diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,667. Berdasarkan syarat uji reliabilitas jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau $0,667 > 0,279$ maka seluruh data angket item soal untuk variabel X dinyatakan reliabel.

Dari perhitungan di atas untuk variabel X diperoleh nilai $r_{xy} = 0,667$ maka dengan nilai besaran koefisien reliabilitasnya tersebut, nilai reliabilitasnya berada pada interval antara 0,600-1,000 atau dengan kata lain, tingkat reliabilitas untuk angket variabel X (Kualitas Produk) berada pada kategori tinggi.

b. Pengujian Reabilitas Variabel Y

Setelah mengetahui tingkat validitas masing-masing item soal pada angket variabel Y yang telah dibagikan kepada responden, maka selanjutnya peneliti akan melakukan uji reliabilitas, untuk variabel Y. Untuk memudahkan pengujian, peneliti akan mendeskripsikan pada tabel perhitungan uji reliabilitas untuk variabel Y (Kepuasan Pelanggan) sebagaimana yang tertera pada tabel berikut ini.

Tabel 4.11
Angket untuk Item Ganjil

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

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
	2	4	6	8	10	Total
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 ²	Y ²	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 $r_{y/y}$ atau r_{xy} sebesar 0,610 maka langkah selanjutnya adalah dengan

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

$$i_{ij} = \frac{2 \cdot i\frac{1}{2}j\frac{1}{2}}{1 + i\frac{1}{2}j\frac{1}{2}}$$

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

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

$$r_{ii} = 0.757$$

Dari hasil perhitungan di atas, diperoleh nilai reliabilitas sebesar $r_{ii} = 0,757$. Oleh karena itu, dengan $n = 50$ pada tingkat kepercayaan 95% diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,279. Berdasarkan syarat uji reliabilitas jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka seluruh data angket item soal untuk variabel Y dinyatakan reliabel.

Dari perhitungan di atas untuk variabel Y diperoleh nilai $r_{xy} = 0,757$ maka dengan nilai besaran koefisien reliabilitasnya tersebut, nilai reliabilitasnya berada pada interval antara 0,700 – 1,000 atau dengan kata lain, tingkat reliabilitas untuk angket variabel Y (Kepuasan Pelanggan) berada pada kategori tinggi.

4.4 Pengujian Hipotesis

4.4.1 Perhitungan Regresi Linier Sederhana

Untuk mengetahui pengaruh adanya variabel yang satu dengan variabel lainnya, maka pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana, dengan persamaan rumus sebagai berikut.

$$Y = a + \beta X$$

Keterangan

Y = variabel Kualitas Produk

X = Kepuasan Pelanggan

1
 a = konstanta

β = koefisien regresi

Dalam melakukan uji hipotesis dengan menggunakan rumus regresi linear sederhana, terlebih dahulu peneliti akan menentukan nilai a = *intercept* (konstanta) dan nilai b = koefisien regresi. Untuk mengetahui nilai *intercept* dan koefisien regresi linier (a dan b) dapat digunakan rumus sebagai berikut:

Tabel 4.14 Perhitungan Regresi Linier Sederhana

No Res	X	Y	X ²	Y ²	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: $n = 50$, $\Sigma X = 1687$, $\Sigma Y = 1692$, $\Sigma X^2 = 57967$, $\Sigma Y^2 = 58390$, $\Sigma XY = 57942$, maka langkah selanjutnya adalah menghitung persamaan regresi linear sederhana dengan terlebih dahulu melakukan perhitungan 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):

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

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

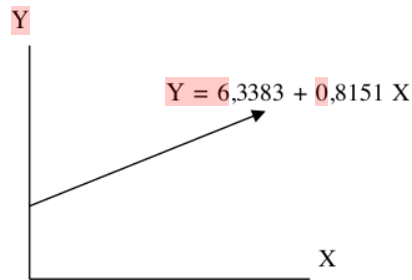
$$b = \frac{2897100 - 2854404}{2898350 - 2845969}$$

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

$$b = 0,815$$

Setelah nilai *intercept* (a) dan nilai koefisien regresi (b) diperoleh, maka langkah selanjutnya adalah dengan mendistribusikan nilai-nilai tersebut ke dalam rumus regresi linear sederhana, sebagai berikut:

$Y = a + bX$. Berdasarkan perhitungan, maka persamaan yang diperoleh menjadi $Y = 6,3383 + 0,815X$. Jadi, jika nilai koefisien Kualitas Produk $X = 0$ (0%), maka Kepuasan Pelanggan $Y = 6,3383$. Dalam bentuk grafik, persamaan regresi linear sederhana dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 4.1
Grafik Arah Regresi Linier Variabel X Terhadap Y

Dari persamaan regresi linier di atas, dapat dilihat bahwa ada hubungan linear positif antara variabel X (Kualitas Produk) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan di Tunas Baru dengan arah regresi sejajar garis lurus. Dengan kata lain, semakin tinggi Kualitas Produk maka semakin tinggi 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:

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

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

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

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

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

$$r_{xy} = 0.783$$

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

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

$$\begin{aligned} t &= \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}} \\ &= \frac{0,783\sqrt{(50-2)}}{\sqrt{(1-(0,783)^2)}} \\ &= \frac{0,783\sqrt{48}}{\sqrt{(1-0.6130)}} \\ &= \frac{5.4247}{\sqrt{0.387}} \end{aligned}$$

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

$$t = 8.7213$$

5 Selanjutnya harga tabel dicari pada tabel distribusi responden pada taraf signifikan $\alpha = 0,05$ dan $dk = 50 - 2$ yakni 48, dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $8.7213 > 1.6772$, jadi terbukti bahwa 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. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan kata lain, semakin tinggi Kualitas Produk maka semakin tinggi Kepuasan Pelanggan di UD. Tunas Baru Gunungsitoli. Hal ini sejalan dengan temuan dalam penelitian Natasya Pricillia, dkk (2021) pada CV. DEFMEL Leilem yang menyatakan bahwa 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 semakin meningkat juga Kepuasan Pelanggan.
2. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan implikasi penting bagi manajemen pada UD. Tunas Baru Gunungsitoli dalam memberikan pelayanannya kepada pelanggan agar bisa meningkatkan jumlah kepuasan pelanggan. Indikator kualitas produk yang telah diberikan pada penelitian ini, diharapkan bisa dijadikan dasar dalam pembentukan kepercayaan agar menimbulkan rasa kepuasan pelanggan. Kemampuan perusahaan dalam menawarkan fasilitas dan produk yang diharapkan pelanggan dan mengelola tingginya kepercayaan, akan menjadi faktor penting dalam penentuan kepuasan pelanggan pada perusahaan.

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. Dari hasil penelitian dan evaluasi data-data penelitian, menunjukkan bahwa Kualitas Produk yang baik dapat meningkatkan Kepuasan Pelanggan di UD. Tunas Baru Gunungsitoli.
2. Dari hasil perhitungan validitas dan instrumen penelitian maka diperoleh kesimpulan antara lain:
 - a. Tingkat validitas variabel X dan variabel Y memenuhi standar ketentuan yang berlaku dengan hasil keseluruhan item pertanyaan dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel(0,279)}$, pada interval kepercayaan 95% dengan $N = 50$.

- b. Instrumen penelitian untuk masing-masing variabel juga dinyatakan 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. Perhitungan regresi linier sederhana menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif antara Kualitas Produk dengan Peningkatan Kepuasan Pelanggan di UD. Tunas Baru Gunungsitoli.
 2. Perhitungan koefisien determinasi menunjukkan bahwa ada pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar 61.30%.
 3. Dalam pengujian hipotesis maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diterima adalah H_a yaitu Ada Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Peningkatan Kepuasan Pelanggan di UD. Tunas Baru Gunungsitoli.

5.2. **Saran**

Dari penelitian diatas, maka per 60 menyarankan beberapa hal yaitu:

1. Diharapkan kepada UD. Tunas Baru Gunungsitoli agar ke depan lebih meningkatkan pelayanan dan kualitas produk untuk menambah daya tarik pelanggan.
2. Penelitian yang akan datang disarankan untuk menambah variabel atau indikator penelitian baru sehingga mampu memberikan gambaran mengenai kualitas produk yang lebih dalam lagi.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan meneliti objek penelitian yang lebih luas ruang lingkupnya dalam rangka menyempurnakan penelitian yang sudah ada.

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

47%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	karya.brin.go.id Internet	1080 words — 8%
2	ejournal.unsrat.ac.id Internet	373 words — 3%
3	ejournal.bsi.ac.id Internet	297 words — 2%
4	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet	277 words — 2%
5	ejournal.stiepembnas.ac.id Internet	169 words — 1%
6	repository.unbari.ac.id Internet	167 words — 1%
7	id.123dok.com Internet	136 words — 1%
8	epub.imandiri.id Internet	133 words — 1%
9	123dok.com Internet	128 words — 1%

10	repository.stiegici.ac.id Internet	126 words — 1%
11	digilib.sttkd.ac.id Internet	124 words — 1%
12	repository.radenintan.ac.id Internet	116 words — 1%
13	eprints.walisongo.ac.id Internet	113 words — 1%
14	repository.uinsu.ac.id Internet	109 words — 1%
15	eprints.undip.ac.id Internet	106 words — 1%
16	journal.feb.unmul.ac.id Internet	95 words — 1%
17	repository.ar-raniry.ac.id Internet	95 words — 1%
18	repository.unuja.ac.id Internet	89 words — 1%
19	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet	86 words — 1%
20	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet	73 words — 1%
21	johannessimatupang.wordpress.com Internet	71 words — 1%

repository.iainpare.ac.id

22	Internet	71 words — 1%
23	journal.ipts.ac.id Internet	67 words — < 1%
24	aridwiprianto.blogspot.com Internet	66 words — < 1%
25	j-innovative.org Internet	64 words — < 1%
26	journal.unimal.ac.id Internet	64 words — < 1%
27	etheses.uin-malang.ac.id Internet	62 words — < 1%
28	www.scribd.com Internet	61 words — < 1%
29	journal.metansi.unipol.ac.id Internet	60 words — < 1%
30	repo.iain-tulungagung.ac.id Internet	57 words — < 1%
31	digilib.iain-palangkaraya.ac.id Internet	55 words — < 1%
32	repository.umsu.ac.id Internet	54 words — < 1%
33	repository.ub.ac.id Internet	52 words — < 1%
34	repositori.usu.ac.id	

Internet

50 words — < 1%

35 repository.uin-suska.ac.id

Internet

50 words — < 1%

36 repository.ummat.ac.id

Internet

49 words — < 1%

37 stiemuttaqien.ac.id

Internet

49 words — < 1%

38 perpustakaan.poltekkes-malang.ac.id

Internet

47 words — < 1%

39 ojs.ekonomi-unkris.ac.id

Internet

46 words — < 1%

40 repository.upbatam.ac.id

Internet

46 words — < 1%

41 repository.bsi.ac.id

Internet

43 words — < 1%

42 repository.stipjakarta.ac.id

Internet

42 words — < 1%

43 docplayer.info

Internet

40 words — < 1%

44 repo.stie-pembangunan.ac.id

Internet

38 words — < 1%

45 www.simantek.sciencemakarioz.org

Internet

38 words — < 1%

46 makalahlaporanterbaru1.blogspot.com

Internet

37 words — < 1%

47 eprints.uny.ac.id

Internet

35 words — < 1%

48 repositori.buddhidharma.ac.id

Internet

33 words — < 1%

49 stiealwashliyahsibolga.ac.id

Internet

33 words — < 1%

50 dspace.uii.ac.id

Internet

31 words — < 1%

51 eprints.ahmaddahlan.ac.id

Internet

31 words — < 1%

52 Orsinil Harfian Zega. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN LISTRIK PRABAYAR DI KECAMATAN GUNUNGSITOLI UTARA KOTA GUNUNGSITOLI", Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 2023

Crossref

29 words — < 1%

53 repository.ubharajaya.ac.id

Internet

28 words — < 1%

54 lib.unnes.ac.id

Internet

27 words — < 1%

55 repository.usd.ac.id

Internet

27 words — < 1%

56 Miftahul Wahdah, Yuniar Mujiwati. "PENANGGULANGAN KEKERASAN DI

26 words — < 1%

LINGKUNGAN SEKOLAH MELALUI IMPLEMENTASI PROGRAM
SEKOLAH RAMAH ANAK", Jurnal Pendidikan Edutama, 2020

Crossref

57	bwfitri.wordpress.com Internet	26 words — < 1%
58	portaluqb.ac.id:808 Internet	26 words — < 1%
59	etheses.iainpekalongan.ac.id Internet	25 words — < 1%
60	journal.wima.ac.id Internet	25 words — < 1%
61	jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id Internet	23 words — < 1%
62	mainaardi.blogspot.com Internet	23 words — < 1%
63	sintama.stibsa.ac.id Internet	23 words — < 1%
64	Abel Aldiver Ramadhan, Devi Kurniawati. "Pengaruh Product Quality dan Product Packaging terhadap Customer Satisfaction melalui Purchase Decision pada Rumah Kue Viera di Kota Pekanbaru", Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan, 2024 Crossref	22 words — < 1%
65	repository.uinjambi.ac.id Internet	22 words — < 1%
66	kc.umn.ac.id Internet	21 words — < 1%

67	Onsardi, Sinta Herlini Putri. "Pengaruh Disiplin Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan", Open Science Framework, 2020 Publications	18 words — < 1%
68	oldejournal.stma-trisakti.ac.id Internet	18 words — < 1%
69	www.stietrisnanegara.ac.id Internet	17 words — < 1%
70	Lin Magdalena. "PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOKO AREI OUTDOOR GEAR CABANG SINTANG", FOKUS : Publikasi Ilmiah untuk Mahasiswa, Staf Pengajar dan Alumni Universitas Kapuas Sintang, 2024 Crossref	16 words — < 1%
71	core.ac.uk Internet	16 words — < 1%
72	fekbis.repository.unbin.ac.id Internet	16 words — < 1%
73	pdffox.com Internet	16 words — < 1%
74	repository.bungabangsacirebon.ac.id Internet	16 words — < 1%
75	repository.stienobel-indonesia.ac.id Internet	16 words — < 1%
76	eprints.radenfatah.ac.id Internet	15 words — < 1%
77	media.neliti.com	

Internet

15 words — < 1%

78 repository-feb.unpak.ac.id

Internet

15 words — < 1%

79 www.smkn1cikarangutara.sch.id

Internet

15 words — < 1%

80 Ilfam Yaksi, Kokom Komariah, Asep M. Ramdan.

"Determinasi Jaminan Layanan dan Perceived

Quality terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Bengkel

Honda AHASS 0501", Journal of Management and Bussines

(JOMB), 2019

Crossref

14 words — < 1%

81 Shafira Eka Sukma, TB. Endayani, Fransisca

Tassia. "Pengaruh Model Student Team

Achievement Division (STAD) Terhadap Hasil Belajar

Pembelajaran Bahasa Indonesia Kelas IV Min 17 Aceh Barat",

Jurnal Dikdas Bantara, 2022

Crossref

14 words — < 1%

82 www.ejournal.stiepembnas.ac.id

Internet

14 words — < 1%

83 Riska Yulianingsih, Ekawarna Ekawarna, Ahmad

Nasori. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan

Lingkungan Keluarga Terhadap Motivasi Belajar Ekonomi Siswa

Kelas Xi Iis Sma Negeri 6 Kota Jambi", Jurnal EduSosial, 2023

Crossref

13 words — < 1%

84 repository.univ-tridinanti.ac.id

Internet

13 words — < 1%

85 Taat Kuspriyono. "Strategi Pemasaran Komunitas

Pedagang Berbasis Online Dan Personalisasi

12 words — < 1%

Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran", Widya Cipta: Jurnal Sekretaris dan Manajemen, 2020

Crossref

86	ejurnal.untag-smd.ac.id Internet	12 words — < 1%
87	eprints.pancabudi.ac.id Internet	12 words — < 1%
88	jurnal.unived.ac.id Internet	12 words — < 1%
89	repository.nobel.ac.id Internet	12 words — < 1%
90	repository.unhas.ac.id Internet	12 words — < 1%
91	repository.upi.edu Internet	12 words — < 1%
92	bipctm.gig.cymru Internet	11 words — < 1%
93	etheses.iainponorogo.ac.id Internet	11 words — < 1%
94	repository.iainbengkulu.ac.id Internet	11 words — < 1%
95	repository.pelitabangsa.ac.id Internet	11 words — < 1%
96	zombiedoc.com Internet	11 words — < 1%

97	eprints.unpam.ac.id Internet	10 words — < 1%
98	mafiadoc.com Internet	10 words — < 1%
99	pt.scribd.com Internet	10 words — < 1%
100	repository.uinjkt.ac.id Internet	10 words — < 1%
101	www.slideshare.net Internet	10 words — < 1%
102	Elis Tri Wahyuni. "Pengaruh segmentasi pasar terhadap kepuasan pelanggan (nasabah) pada Bank BPR Jatim Cabang Ponorogo", EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya, 2017 Crossref	9 words — < 1%
103	Haslinda Haslinda, Hasni Hasni. "ANALISIS PENGARUH BEAUTY VLOG TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK (STUDI PADA GADIS REMAJA DAN WANITA DEWASA MUSLIM DI KOTA WATAMPONE)", AN-NISA, 2022 Crossref	9 words — < 1%
104	Sundahry Sundahry. "PENGARUH MATA KULIAH PERENCANAAN PEMBELAJARAN TERHADAP KEMAMPUAN MAHASISWA MEMBUAT RPP K13", Jurnal Muara Pendidikan, 2021 Crossref	9 words — < 1%
105	admin.ebimta.com Internet	9 words — < 1%

106	repository.stieipwija.ac.id Internet	9 words — < 1%
107	repository.unair.ac.id Internet	9 words — < 1%
108	zahrabinty.blogspot.com Internet	9 words — < 1%
109	adoc.pub Internet	8 words — < 1%
110	blog.binadarma.ac.id Internet	8 words — < 1%
111	eprints.ubhara.ac.id Internet	8 words — < 1%
112	idr.uin-antasari.ac.id Internet	8 words — < 1%
113	repository.stiewidyagamalumajang.ac.id Internet	8 words — < 1%
114	repository.ukitoraja.ac.id Internet	8 words — < 1%
115	repository.upstegal.ac.id Internet	8 words — < 1%
116	skripsistie.files.wordpress.com Internet	8 words — < 1%
117	stiepembnas.ac.id Internet	8 words — < 1%

thonievarians.blogspot.com

118

Internet

8 words — < 1%

119

Sulfiana, Audrey Julia Maria Maweikere, Theodora Maulina Katiandagho. "Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Rangkaian Bunga Pada Toko Quinn Florist Di Kelurahan Winangun Dua Kecamatan Malalayang Kota Manado", AGRI-SOSIOEKONOMI, 2024

7 words — < 1%

Crossref

120

docobook.com

Internet

6 words — < 1%

121

id.scribd.com

Internet

6 words — < 1%

122

jurnal.unej.ac.id

Internet

6 words — < 1%

EXCLUDE QUOTES OFF

EXCLUDE SOURCES OFF

EXCLUDE BIBLIOGRAPHY ON

EXCLUDE MATCHES OFF