

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

*By* HERMAN ZENDRATO

59

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

**SKRIPSI**



Diajukan

Oleh  
HERMAN ZENDRATO  
NIM.2319556

44

**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 pendirian perusahaan adalah untuk maksimal pertumbuhan yang berkelanjutan. Keberhasilan perusahaan sangat bergantung pada kepuasan pelanggan, yang harus menggambarkan langkah-langkah yang jelas dan terukur untuk memanfaatkan peluang di pasar sasaran. Ud. Tunas Baru Gunungsitoli menggunakan Strategi pemasaran untuk menambah jumlah konsumen, mempertahankan pelanggan, dan meningkatkan penjualan, sehingga mampu menghasilkan laba yang mendukung kelangsungan perusahaan dalam jangka panjang. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi seberapa besar Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di UD. Tunas Baru Gunungsitoli. Metode penelitian yang digunakan riset 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 peningkatan 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 <sup>95</sup> yang diajukan oleh :

Nama : **HERMAN ZENDRATO**  
NIM : 2319556  
Program : Sarjana  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
Judul : <sup>84</sup> **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di**  
UD. Tunas Baru Gunungsitoli

Telah disetujui untuk diseminarkan.

Gunungsitoli, 2024

Ketua Prodi Manajemen

Dosen Pembimbing

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

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

NIDN.0112078103

NIDN.0127059501

## 47 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 Otanuis 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**

Lembar Persetujuan .....	i
Kata Pengantar .....	ii
Daftar Isi .....	iv
Daftar Tabel .....	vi
Daftar Gambar .....	vii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	39
1.3. Batasan/Ruang Lingkup Penelitian .....	3
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	4
1.4.1. Tujuan Penelitian .....	3
1.4.2. Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>6</b>
2.1. Konsep Kualitas Produk .....	6
2.1.1. Pengertian Kualitas .....	6
2.1.2. Pengertian Produk .....	6
2.1.3. Pengertian Kualitas Produk .....	7
2.1.4. Tujuan Kualitas Produk .....	8
2.1.5. Dimensi Kualitas Produk .....	8
2.1.6. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk .....	9
2.1.7. Indikator Kualitas Produk .....	10
2.2. Konsep Kepuasan Pelanggan .....	10
2.2.1. Pengertian Kepuasan .....	10
2.2.2. Pengertian Pelanggan .....	11
2.2.3. Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	11
2.2.4. Dimensi Kepuasan Pelanggan .....	12
2.2.5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan .....	13
2.2.6. Cara Mengukur Kepuasan Pelanggan .....	13
2.2.7. Indikator Kepuasan Pelanggan .....	15
2.3. Hipotesis .....	16
2.4. Kerangka Berpikir .....	17
2.5. Penelitian Terdahulu .....	17
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>20</b>
3.1. Jenis Penelitian .....	20
3.2. Variabel Penelitian .....	21
3.3. Populasi dan Sampel .....	22
3.3.1. Populasi .....	22
3.3.2. Sampel .....	22
3.4. Instrumen Penelitian .....	23
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	24

3.6	12	Teknik Analisis Data	25
3.6.1		Uji Validitas Data .....	25
3.6.2		Uji Reliabilitas Data .....	26
3.6.3	8	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	14	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	67	Pengujian Koefisien Determinan .....	60
4.2		Pengujian Hipotesis .....	61
	16	Analisa Hasil Penelitian .....	62
BAB V		KESIMPULAN DAN SARAN .....	64
5.1		Kesimpulan .....	64
5.2		Saran .....	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

**DAFTAR GAMBAR**

Halaman

<b>Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....</b>	<b>28</b>
--	-----------

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	37
Tabel 4.1 Keadaan <sup>43</sup> Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.2 Keadaan Tingkat Pendidikan Responden.....	40
Tabel 4.3 Rekapitulasi Jawaban Responden Untuk <sup>20</sup> Variabel X.....	41
Tabel 4.4 Hasil Angket Variabel X.....	42
<sup>81</sup> 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
<sup>20</sup> 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

**PENDAHULUAN****1.1. Latar Belakang**

Dunia usaha yang kompetitif mengharuskan perusahaan senantiasa berusaha untuk dapat meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru. Persaingan yang ketat secara tidak langsung akan mempengaruhi suatu perusahaan dalam mempertahankan pangsa pasar, perusahaan harus bekerja keras dalam meningkatkan kualitas dari produknya mempertahankan loyalitas konsumennya. Mempertahankan semua pelanggan yang ada pada umumnya akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan pergantian pelanggan karena biaya untuk menarik pelanggan baru bisa mencapai lima kali lipat dari biaya mempertahankan seorang pelanggan yang sudah ada.

Kepuasan Pelanggan merupakan konsep utama baik dalam teori maupun dalam praktik pemasaran, serta menjadi tujuan sentral bagi seluruh aktivitas bisnis. Menurut Schiffman dan Kanukmenandeska dalam Indrasari (2019 : 84) bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan seseorang terhadap kinerja dari suatu produk yang dirasakan dan diharapkannya. Kepuasan pelanggan akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa sesuai dengan yang di persepsikan konsumen. Beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah mutu produk, penetapan harga, pengalaman belanja yang menyenangkan, testimoni orang lain dan strategi pemasaran (Sodexo, 2019). Beberapa manfaat kepuasan pelanggan antara lain dapat berdampak positif pada loyalitas pelanggan, berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan (terutama melalui pembelian ulang, *cross-selling*, dan *up-selling*), menekan biaya transaksi pelanggan di masa depan (terutama biaya-biaya komunikasi pemasaran, penjualan, layanan pelanggan), menekan volatilitas dan risiko bekejaan dengan prediksi aliran kas masa depan, meningkatkan toleransi harga (terutama kesediaan pelanggan untuk membayar harga premium dan pelanggan cenderung tidak mudah tergoda untuk beralih pemasok), pelanggan juga cenderung lebih reseptif terhadap *product-line extension*,

*brand extensions*, dan *New-add-on service* yang di tawarkan perusahaan, meningkatkan bargaining power relatif perusahaan terhadap jaringan pemasok, mitra bisnis, dan saluran distribusi Tjiptono dalam Nuralam (2017:60).

3 Produk yang berada dipasaran saat ini telah mengalami banyak sekali perkembangan sehingga jumlah produk menjadi semakin bertambah dan muncul produsen baru di pasar membawa dampak berbagai aspek. Persaingan merupakan salah satu faktor yang sangat konvensional saat ini, yang mengakibatkan produsen haruslah lebih selektif dalam menentukan kualitas produk yang akan dihasilkan. 29 Menurut Kotler dan Keller (2016:145), kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang tersirat. Konsumen mengharapkan produk yang dibeli memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan harapan agar dapat memuaskan mereka. Ketidakpuasan pelanggan terhadap kualitas produk dapat mengakibatkan konsumen mencari produk alternatif, atau dengan kata lain perpindahan dari suatu produk ke produk lainnya.

44 Tunas Baru adalah salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang penjualan bibit tanaman dan produk-produk pertanian. Sejak dibuka pada tahun 2021, Tunas Baru mulai berkembang selain karena baru satu-satunya di lokasi tersebut juga membantu para petani yang membutuhkan bibit tanaman karena jarak yang mudah dijangkau. Namun seiring dengan berjalannya waktu pelanggan Tunas Baru semakin berkurang yang diakibatkan oleh persaingan dari penjual bibit tanaman lain yang memiliki kualitas lebih baik.

Tunas Baru mendatangkan bibit tanaman dari luar daerah dengan pengiriman menggunakan jasa ekspedisi. Proses pengiriman bibit dari pemasok membutuhkan waktu tiga sampai lima hari perjalanan via darat dan laut. 53 Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di Tunas Baru Kota Gunungsitoli, bahwa penjualan di tunas baru mengalami penurunan yang sangat drastis, ini di sebabkan karena produk atau bibit tanaman yang dijual tidak bertahan lama sehingga konsumen tidak metasa

puas di karena karna produk tersebut tidak berkualitas. Seiring dengan demikian peneliti menanyakan penyebab terjadinya ketidakpuasan konsumen salah satunya disebabkan karena pengiriman tidak selalu berjalan lancar dan mengalami keterlambatan yang disebabkan tertundanya keberangkatan kendaraan pengangkutan dan berbagai macam faktor lainnya. Akibat perjalanan yang terlalu lama bibit tanaman beresiko mengalami kerusakan sehingga tiba dalam keadaan kurang segar.

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”**.

## 51 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.

## 64 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.

## 92 1.4. Rumusan Masalah

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

## 1.5. Tujuan Penelitian <sup>26</sup>

Tujuan penelitian sangat penting untuk mengetahui apa yang hendak dicapai dalam penelitian tersebut, dalam penelitian ini peneliti merumuskan <sup>17</sup> tujuan yaitu untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di UD. Tunas Baru Gunungsitoli.

## 1.6. Manfaat Penelitian

### 1.6.1. Manfaat Teoritis <sup>20</sup>

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

### 1.6.2. Manfaat Praktis <sup>77</sup>

#### a. Bagi Peneliti.

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

#### b. Bagi Universitas Nias. <sup>106</sup>

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 <sup>44</sup>

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 untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna, orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan. Beberapa pengertian kualitas menurut para ahli:

1. Menurut Tjiptono dalam (Atmaja, 2018) “kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkunganyang menemui atau melebihi harapan”.
2. Menurut (Riyanto, 2018) “kualitas diartikan sebagai ukuran seberapa bagustingkat 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

Dalam bisnis, produk adalah barang atau jasa yang dapat diperjual belikan. Dalam *marketing*, produk adalah apapun yang bisa ditawarkan ke sebuah pasar dan bisa memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan. Dalam tingkat pengecer, produk sering disebut sebagai *merchandise*. Dalam manufaktur, produk dibeli dalam bentuk barang mentah dan dijual sebagai barang jadi. Produk yang berupa barang mentah seperti metal atau hasil pertanian sering pula disebut sebagai komoditas.

Kata produk berasal dari bahasa Inggris *product* yang berarti “sesuatu yang diproduksi oleh tenaga kerja atau sejenisnya”. Bentuk kerja dari kata *product*, yaitu *produce*, merupakan serapan dari bahasa Latin *produce* (*re*)

yang berarti (untuk) memimpin atau membawa sesuatu untuk maju. Pada tahun 1575, kata “produk” merujuk pada apapun yang diproduksi (*anything produced*). Namun sejak 1695, definisi kata *product* lebih merujuk pada sesuatu yang diproduksi (*thing or things produced*). Produk dalam pengertian ekonomi diperkenalkan pertama kali oleh ekonom politisi Adam Smith. penggunaan yang lebih luas, produk dapat merujuk pada sebuah barang atau unit, sekelompok produk yang sama, sekelompok barang dan jasa, atau sebuah pengelompokan industri untuk barang dan jasa.

1. Menurut Stantaon dalam Firmansyah (2019:3) produk dapat diartikan “sebagai sekumpulan atribut fisik yang secara nyata terkait dalam sebuah bentuk dapat diidentifikasi.
2. Menurut Kotler dan Armstrong (2017:244), Produk adalah semua yang dapat ditawarkan ke pasar untuk perhatian, perolehan, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Definisi produk secara sempit adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. produk mencakup lebih dari sekedar barang berwujud (dapat dideteksi panca indra).

Produk didefinisikan secara luas, berarti produk meliputi objek secara fisik, pelayanan, orang, tempat, organisasi, gagasan, atau bauran dari semua wujud diatas. Jasa adalah produk yang terdiri dari aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang dijual, seperti pangkas rambut, penyiapan pajak, dan perbaikan rumah.

### 2.1.3 Pengertian Kualitas Produk

Menurut (Ely, 2021) kualitas produk merupakan sebuah totalitas yang memiliki karakteristik produk atau jasa dapat memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang akan dinyatakan implisit. Menurut (Rusmawan, 2018) menyatakan bahwa salah satu kualitas produk yang dapat menunjukkan sebuah ukuran yang dapat tahan lama agar dapat percaya produknya kita tersebut. dapat kita lihat dari segi pemasaran sebuah kualitas ukur dalam berbagai persepsi tentang seorang pembeli apa mutu dan kualitas

produk tersebut.

Menurut (Rosyidi Ririn, 2020) merupakan kata kualitas produk secara keseluruhan dapat memiliki ciri-ciri maupun serta dari sifat sebuah kualitas produk yang dapat berpengaruh kemampuan untuk memuaskan kualitas produk kita kepada konsumen maupun pelanggan. Semakin bagus sebuah kualitas produk kita membuat varian baru agar konsumen tertarik produk kita.

Menurut (Sinulingga, 2021) kualitas produk adalah sebuah adanya elemen usaha yang dapat kita perlu perhatikan oleh konsumen atau pelanggan, namun ada khususnya bagi konsumen atau pelanggan yang ingin mempertahankan kualitas produk kita yang ingin kita pasarkan.

Menurut (Astuti Miguna dan matondang Nurhafifah, 2020) kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat kita tawarkan oleh produsen yang untuk diperhatikan, dapat digunakan, dibeli dan juga dapat dikonsumsi oleh konsumen maupun produsen sesuai dengan kebutuhan konsumen tertentu.

#### 2.1.4 Tujuan Kualitas Produk

Menurut Kotler dalam (Aisah, 2015) adapun tujuan kualitas produk adalah sebagaiberikut:

1. Mengusahakan agar barang hasil produksi dapat mencapai standar yang telah ditetapkan.
2. Mengusahakan agar biaya inspeksi dapat menjadi sekecil mungkin.
3. Mengusahakan agar biaya desain dari produksi tertentu menjadi sekecil mungkin.
4. Mengusahakan agar biaya produksi dapat menjadi serendah mungkin

#### 2.1.5 Dimensi Kualitas Produk

Menurut Mullins, Orville, Larreche, dan Boyd dalam (Indrasari, 2019) jika perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitif dalam sebuah pasar, maka perusahaan harus mengerti bagaimana aspek dimensi dan apa saja yang digunakan oleh konsumen dalam membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk dari perusahaan pesaing. Dimensi kualitas produk itu sendiri terdiri dari:

1. *Performance* (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
2. *Durability* (daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk tersebut harus diganti. Semakin besar tingkat pemakaian konsumen terhadap produk, maka akan semakin besar pula daya tahan produk.
3. *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk mampu memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya kecacatan pada produk.
4. *Features* (fitur), adalah karakteristik produk yang sengaja dirancang untuk menyempurnakan fungsi dari sebuah produk guna menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
5. *Reliability* (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidaknya dalam periode waktu tertentu. Sehingga semakin kecilnya kemungkinan kerusakan terjadi, maka produk tersebut dapat diandalkan.
6. *Aesthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan dari suatu produk dapat dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk itu sendiri.
7. *Perceived quality* (kesan kualitas), merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kurang mengetahui informasi dari suatu produk yang bersangkutan. Jadi, persepsi konsumen terhadap produk bisa didapat dari harga, merek, periklanan, reputasi, dan negara asal.

14

#### 2.1.6 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk

36

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 Mechnazation* (mesindan mekanisasi);
- 8). *Modern informationmethod* (metode informasi modern);
- 9). *Mouning product reluirement* (persyaratanproses produksi)”.

21

### 2.1.7 Indikator Kualitas Produk

Adapun indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas produk menurut Owusu dalam Yulianto (2017), ada beberapa aspek indikator kualitas produk, diantaranya 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.

16

## 2.2 Konsep Kepuasan Pelanggan

### 2.2.1 Pengertian Kepuasan

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. (Buchari, 2018 ) menyatakan bahwa kepuasan adalah fungsi dari *perceived performance dan expectation*. Jika produk atau jasa yang dibeli sesuai dengan harapan yang diharapkan

oleh konsumen, maka akan mendapat kepuasan. Sebaliknya jika produk atau jasa yang dibeli tidak sesuai dengan harapan yang diharapkan oleh konsumen, maka akan timbul ketidakpuasan serta perasaan kecewa.

### 2.2.2 Pengertian Pelanggan

Yamit (dalam Ismail Razak 2019), secara tradisional pelanggan diartikan orang yang membeli dan menggunakan produk. Penilaian pelanggan atas kinerja produk tergantung pada banyak faktor, terutama jenis hubungan loyalitas yang dimiliki pelanggan dengan sebuah merek. Pelanggan sering membentuk persepsi yang lebih menyenangkan tentang sebuah produk dengan merek yang sudah mereka anggap positif. Terdapat tiga jenis 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 ahir, yang disebut sebagai pelanggan yang nyata (*real costumer*).

### 2.2.3 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan atau konsumen berhubungan dengan mutu dari produk yang ditawarkan oleh mereka. Kepuasan konsumen mempunyai tingkat masing-masing tergantung apa yang mereka peroleh. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Pelanggan dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum. Kalau kinerja dibawah harapan, pelanggan kecewa. Kalau kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan puas. Kalau kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas senang atau gembira. Harapan pembeli dibentuk oleh pengalaman pembelian terdahulu, komentar teman dan kenalannya, serta janji dan informasi pemasar dan saingannya.

<sup>15</sup> Kepuasan pelanggan sangat penting untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, agar pelanggan tetap setia membeli produk perusahaan. Pelanggan-pelanggan yang terpuaskan oleh perusahaan akan menjadikan aset besar untuk kelangsungan hidup perusahaan. Menurut Tjiptono (2012:301), kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik.

<sup>15</sup> Sedangkan menurut Umar dalam Indrasari (2019:82) mengatakan bahwa Kepuasan Pelanggan adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Dari pendapat ahli di atas menurut peneliti bahwa kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah merasakan kepuasan dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, dengan besar kemungkinan menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

#### 2.2.4 Dimensi Kepuasan Pelanggan

<sup>2</sup> 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.

18

### 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.

27

### 2.2.6 Cara Mengukur Kepuasan Pelanggan

Ada beberapa metode yang bisa dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya dan pelanggan pesaing. Kotler dalam Bukhari Alma (2016) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

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

Banyak perusahaan membuka kotak saran dan menerima keluhan yang dialami oleh pelanggan. Ada juga perusahaan yang memberi amplop yang telah ditulis alamat perusahaan untuk digunakan menyampaikan saran, keluhan serta kritik. Saran tersebut dapat juga disampaikan melalui kartu komentar, costumer, telpon bebas pulsa. Informasi ini dapat memberikan ide dan masukan kepada perusahaan yang memungkinkan perusahaan mengantisipasi dan cepat tanggap terhadap kritik dan saran tersebut.

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

Dalam hal ini perusahaan melakukan survei untuk mendeteksi komentar pelanggan, survei ini dapat dilakukan melalui pos, e-mail, telepon, website, atau wawancara pribadi, atau pelanggan diminta mengisi angket. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan balikan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

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

Dalam hal ini perusahaan menyuruh orang tertentu sebagai pembeli ke perusahaan lain atau ke perusahaannya sendiri. Pembeli misteri ini melaporkan keunggulan dan kelemahan pelayan yang melayaninya. Serta segala sesuatu yang bermanfaat sebagai bahan pengambilan keputusan oleh manajemen. Bukan saja orang lain yang disewa untuk menjadi pembeli bayangan tetapi juga manajer sendiri harus turun kelapangan, belanja ke toko saingan dimana ia tidak dikenal. Pengalaman manajer ini sangat penting karena data dan informasi yang diperoleh langsung ia alami sendiri.

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

Pelanggan yang hilang, dicoba dihubungi. Pelanggan diminta untuk mengungkapkan mengapa mereka berhenti, pindah ke perusahaan lain, adakah sesuatu masalah yang terjadi yang tidak bisa di atasi atau terhambat di atasi. Dari kontak semacam ini akan diperoleh informasi dan akan memperbaiki kinerja perusahaan sendiri agar tidak ada lagi langganan yang lari dengan cara meningkatkan kepuasan mereka.

### 2.2.7 Indikator Kepuasan Pelanggan

12

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

**a. Kesesuaian Harapan**

Kesesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen, Tjiptono (2012:318). Sedangkan menurut Hawkins dan Lonney dalam Kusumasitta (2014:161) “Kesesuaian harapan adalah kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja aktual produk atau jasa perusahaan.

7

Dari pendapat di atas dapat dikatakan bahwa kesesuaian harapan adalah sesuatu harapan konsumen terhadap produk atau jasa yang diperoleh dari perusahaan.

**b. Minat Berkunjung Kembali**

Menurut Hawkins dan Lonney dalam Suwito (2018:257) minat berkunjung kembali merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait. Kemudian menurut Kotler & Philip (2007:15) “Minat beli ulang yaitu sebagai tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum melakukan keputusan pembelian tahap selanjutnya. Sedangkan menurut Tjiptono (2012:318) “Minat beli ulang yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.

Dari pendapat di atas dapat dikatakan bahwa minat berkunjung kembali (beli ulang) adalah kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang, karena adanya kepuasan yang diterima sesuai dengan yang diinginkan pelanggan sehingga pelanggan melanjutkan pembelian berulang-ulang.

**c. Kesediaan Merekomendasikan**

Menurut Hawkins dan Lonney dalam Kusumasitta (2014:161) “Kesediaan merekomendasikan adalah kesediaan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk

dianalisis dan ditindaklanjuti. Kemudian menurut Tjiptono (2012:318) “Kesediaan merekomendasikan merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman maupun keluarganya.

Dari beberapa pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa kesediaan merekomendasikan yaitu saran yang sifatnya menganjurkan, membenarkan atau menguatkan mengenai suatu produk atau jasa untuk orang lain karena layak untuk dibeli.

### 2.3 Hipotesis

Menurut Suharsimi Arikunto (2010:110), “Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan 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 2 (dua) kuesioner. 1 (satu) kuesioner yang berisi pertanyaan terkait dengan Kualitas Produk dan 1 (satu) kuesioner yang berisi pertanyaan terkait dengan Kepuasan Pelanggan di Tunas Baru. Selanjutnya guna mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di UD. Tunas Baru Gunungsitoli, peneliti mengolah data kuesioner yang diisi oleh responden dan hasilnya akan dibahas pada Bab IV.

## 2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan peneliti dalam melakukan penelitian, sehingga peneliti dapat memperkaya teori yang digunakan didalam penelitian ini. Dari penelitian ini peneliti belum menemukan judul yang sama persis dengan penelitian yang peneliti lakukan. Namun peneliti mengangkat beberapa judul penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada 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.	63 Dewi Sartika, Agustin Basriani (2018)	Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan keripik nenas di desa kwalu nenas kecamatan tambang kabupaten kampar provinsi riau	24 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.	4 Natasya Pricillia Tamon W. S. Manoppo Lucky F. 16 Tamengkel (2021)	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. DEFMEL Leilem	4 Hasilnya jika variabel Kualitas Produk(X) mengalami kenaikan, maka KepuasanPelanggan akan meningkat. Koefisien tersebut bernilai positif artinya Kualitas Produk (X) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), semakin meningkat Kualitas Produk maka semakin meningkat juga Kepuasan Pelanggan.
4.	Abdulloh Majid (2019)	4 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	25 Berdasarkan hasil penghitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R <sup>2</sup> ) yang diperoleh 0,464 yang artinya variasi variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk sebesar 46%. Berdasarkan hasil uji data dapat diketahui bahwa nilai signifikansi variabel kualitas produk sebesar 0,000 dimana nilai signifikansi tersebut < 0,05. dengan

		semakin meningkat juga Kepuasan <sup>2</sup> pelanggan.	demikian kualitas produk mempengaruhi besarnya tingkat <sup>2</sup> 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.

### 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-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara melakukan pengumpulan data yang memanfaatkan instrumen penelitian sering disebut cara-cara kuantifikasi (pengukuran). Dalam pendekatan kuantitatif hakikat hubungan diantara variable-variabel dianalisis dengan menggunakan teori yang obyektif.

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. Metode penelitian kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini karena data yang diperoleh nantinya berupa angka. Dari angka yang diperoleh akan dianalisis lebih lanjut dalam analisis data.

### 3.2 Variabel Penelitian

Dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian Kombinasi (*Mixed Methods*), Sugiyono (2012) berpendapat 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 kesimpulannya”.

Sutrisno Hadi mendefinisikan variabel seperti dikutip oleh Suharsimi Arikunto (2010:159), sebagai “ge 19 g bervariasi misalnya jenis kelamin, karena jenis kelamin mempunyai variasi, yaitu laki-laki– perempuan”.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

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.

80

### 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".

Menurut Arikunto (2010:173), “Populasi adalah keseluruhan objek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi”. Pengertian populasi menurut Sugiyono (2012:119) adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri atas, objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

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

Pengertian sampel secara sederhana dapat diartikan sebagai bagian dari populasi yang menjadi sumber data yang sebenarnya dalam suatu penelitian, yang sifatnya mewakili populasi yang ada. Dalam menentukan sampel pada penelitian ini, peneliti mengambil pedoman dari pendapat Sugiyono (2012:126) yaitu salah satu teknik pengambilan sampel adalah *Sampling Jenuh*. “*Sampling Jenuh* adalah teknik pengambilan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 50 orang, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil”.

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

Menurut Sugiyono (2018) instrumen penelitian adalah suatu alat yang diamati. Instrumen penelitian yang digunakan adalah lembar kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini disusun berdasarkan indikator-indikator dari variabel penelitian. Indikator tersebut dituangkan secara rinci

dalam butir-butir pertanyaan yang berupa angket dan dibagikan kepada responden.

Instrument kuesioner sebagai alat ukur baku dalam metode kuantitatif. Instrument dalam penelitian ini berupa angket / kuesioner tertutup, yaitu kuesioner yang telah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih, dimana terdapat dua variabel yaitu 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)

Sugiyono (2018) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner ini merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan responden. Instrumen penelitian ini adalah kuesioner yang disusun berdasarkan indikator-indikator dari variabel penelitian. Indikator tersebut dituang secara rinci dalam butir-butir pertanyaan yang berupa angket yang berisi butir-butir pertanyaan yang diberikan pada responden untuk diberikan jawaban atau tanggapan.

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 yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Berdasarkan jenis data menurut ahli di atas, maka 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

Observasi atau penelitian dalam teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara peneliti melakukan penelitian secara langsung terhadap objek yang diteliti. Melalui kegiatan observasi peneliti dapat mengamati secara langsung fenomena, proses kerja atau perilaku manusia dalam memperoleh data.

#### b. Angket/Kuesioner

Dalam teknik pengumpulan data metode yang akan digunakan oleh peneliti yaitu metode angket yang di dalamnya berisikan pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Kuesioner yang dilakukan adalah kuesioner tertutup, dalam arti peneliti telah menyediakan jawaban dalam bentuk *checkbox*. Angket akan dibagikan kepada responden untuk dijawab secara jujur dan terbuka.

#### c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan dalam memperoleh sejumlah data melalui pencatatan dari sejumlah dokumen atau bukti tertulis seperti keadaan populasi, struktur organisasi, data dan sebagainya. Dalam mengumpulkan data, peneliti menggunakan alat dokumentasi yaitu

*handphone* yang peneliti gunakan dalam melakukan wawancara dan pengambilan gambar atau foto secara langsung

66

### 3.6 Teknik Analisis Data

Analisis Data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi, kuesioner dan dokumentasi. Untuk mendukung hasil penelitian, data penelitian yang diperoleh akan di analisis dengan alat statistik melalui bantuan *software*. Adapun pengujian yang dilakukan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

#### 3.6.1. Uji Instrumen

##### a. Uji Validitas Data

28

Uji Validitas Data merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesabaran suatu alat ukur. Uji validitas data yang digunakan oleh peneliti menggunakan aplikasi *SPSS* dimana merupakan salah satu aplikasi untuk menganalisis data statistik.

102

Dasar pengambilan keputusan uji validitas data adalah sebagai berikut:

##### 1. Jika nilai $r$ hitung dengan nilai $r_{table}$ .

27

a. Jika nilai  $r_{hitung} > r_{table}$ , maka item soal angket tersebut dinyatakan *valid*.

31

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.

13

##### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Uji reliabilitas

instrument dapat dilihat dari besarnya nilai cronbach alpha pada masing-masing variabel. cronbach alpha digunakan untuk mengetahui reliabilitas konsisten interitem. Interitem untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliable jika memiliki cronbach alpha lebih besar dari 0,06. Ketidakkonsistenan dapat terjadi mungkin karena perbedaan persepsi responden atau kekurangan pemahaman responden dalam menjawab item-item pertanyaan.

### 14 3.6.2. Uji Asumsi Klasik

#### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Menurut Agussalim (2015: 55) Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Menurut Saragih Santoso (2012: 23) dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas.

#### 2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah didalam model regresi ditemukan ada atau tidaknya korelasi antara variabel bebas. Jika terjadi korelasi maka dinamakan terdapat *problem multikolinieritas*. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen, jika terbukti ada multikolinieritas seharusnya salah satu independen yang ada dikeluarkan dari model, lalu pembuatan model regresi diulang kembali. Untuk menguji ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari besaran *Variance Inflation Faktor* (VIF) dan *Tolerance*. Pedoman suatu regresi yang bebas multikolinieritas adalah mempunyai angka *tolerance*  $> 0,1$ . Batas vif adalah 10, jika nilai VIF dibawah 10, maka tidak terjadi gejala multikolinieritas.

#### 28 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu penelitian ke penelitian yang lain. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk melakukan uji heteroskedastisitas, yaitu uji grafik plot, uji park, uji

glejser, dan uji white. Pengujian pada penelitian ini menggunakan Uji Glejser antara nilai prediksi variabel dependen. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

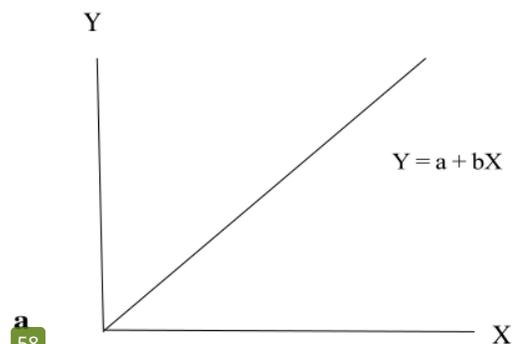
### 3.6.3. Uji Hipotesis

#### a) Regresi Linear sederhana

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian adalah analisis regresi linier sederhana. Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio. Rumus Regresi linear sederhana sebagai berikut:

**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

<sup>17</sup> 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

<sup>26</sup> 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 ( $Y$ ). <sup>13</sup> 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.

<sup>8</sup>

### 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 <sup>91</sup>menyusun jadwal penelitian sebagai berikut :

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

No	Uraian Kegiatan	Tahun 2023 dan 2024																		
		<sup>89</sup> Sep'23	Okt'23	Nov'23	Des'23	Jan'24	Agustus'24													
1	Perumusan Judul	█	█	█	█															
<sup>48</sup> <sub>2</sub>	Penyusunan Proposal		█	█	█	█														
3	Seminar Proposal					█														
4	Revisi Proposal					█	█													
5	Pembuatan Instrumen						█													
<sup>105</sup> 6	Pengumpulan Data						█													
7	Pengolahan Data						█	█												
8	Penyusunan Skripsi									█	█	█	█							
9	Sidang Skripsi													█						
10	Revisi dan Penggantian Laporan																█	█		

## **BAB IV**

### **ANALISA <sup>85</sup> 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 kuisioner, 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 perbedaan 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

<sup>3</sup> 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	Wiraswasta	10	20%
	Total	50	100%

Sumber : Kuesioner dan diolah peneliti

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa pada penelitian ini didominasi oleh responden dengan pekerjaan petani sebanyak 22 orang 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%.

#### <sup>3</sup> 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 <sup>1</sup> 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
	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

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Untuk menguji validitas item soal digunakan rumus korelasi yang dapat digunakan adalah yang dikemukakan oleh *Pearson* yang dikenal dengan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut:

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	$\Sigma x$	$\Sigma y$	$\Sigma x^2$	$\Sigma y^2$	$\Sigma xy$	$r_h$	$r_t$	Ket
1	168	1687	618	57967	5812	0,607	0,279	Valid
2	158	1687	540	57967	5446	0.557	0,279	Valid
3	172	1687	632	57967	5889	0.417	0,279	Valid
4	174	1687	646	57967	5978	0.521	0,279	Valid
5	178	1687	676	57967	6118	0.533	0,279	Valid
6	176	1687	666	57967	6013	0.339	0,279	Valid
7	164	1687	566	57967	5604	0.412	0,279	Valid
8	158	1687	528	57967	5418	0.502	0,279	Valid
9	168	1687	618	57967	5824	0.657	0,279	Valid
10	171	1687	615	57967	5865	0.537	0,279	Valid

Sumber : Kuesioner dan diolah peneliti

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	$\sum x$	$\sum y$	$\sum x^2$	$\sum y^2$	$\sum xy$	$r_h$	$r_t$	Ket
1	157	1692	519	58390	5406	0.542	0,279	Valid
2	162	1692	566	58390	5620	0.639	0,279	Valid
3	179	1692	675	58390	6171	0.578	0,279	Valid
4	172	1692	634	58390	5975	0.706	0,279	Valid
5	171	1692	615	58390	5888	0.548	0,279	Valid
6	171	1692	629	58390	5911	0.556	0,279	Valid
7	179	1692	675	58390	6171	0.578	0,279	Valid
8	164	1692	576	58390	5620	0.338	0,279	Valid
9	165	1692	595	58390	5697	0.474	0,279	Valid
10	172	1692	628	58390	5931	0.545	0,279	Valid

Sumber : Kuesioner dan diolah peneliti

#### 4.3.4 <sup>1</sup> 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:

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

$$f_{ii} = \frac{2 \cdot f_{1/2}^{1/2}}{1 : f_{1/2}^{1/2}}$$

**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:

**34** **Tabel 4.8**  
**Angket untuk Item Ganjil**

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

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

Sumber : Kuesioner dan diolah peneliti

**34** **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 <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>	XY
1	20	21	400	441	420
2	21	18	441	324	378
3	18	19	324	361	342
4	16	18	256	324	288
5	19	16	361	256	304
6	19	18	361	324	342
7	19	18	361	324	342
8	15	18	225	324	270

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

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

Sumber : Kuesioner dan diolah peneliti

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

4

Tabel 4.13

**Persiapan Perhitungan Reliabilitas**

**Variabel Y**

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

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

49	18	17	324	289	306	
50	20	20	400	400	400	
4	$\Sigma =$	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

$\beta$  = 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 <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>	XY
1	41	43	1681	1849	1763
2	39	37	1521	1369	1443
3	37	29	1369	841	1073
4	34	35	1156	1225	1190
5	35	35	1225	1225	1225
6	37	44	1369	1936	1628
7	37	33	1369	1089	1221
8	33	34	1089	1156	1122
9	27	28	729	784	756
10	41	36	1681	1296	1476
11	36	37	1296	1369	1332
12	28	32	784	1024	896
13	29	29	841	841	841
14	37	35	1369	1225	1295
15	34	39	1156	1521	1326
16	26	34	676	1156	884
17	30	27	900	729	810
18	40	39	1600	1521	1560
19	30	26	900	676	780
20	35	36	1225	1296	1260
21	33	38	1089	1444	1254
22	39	38	1521	1444	1482
23	29	23	841	529	667
24	38	36	1444	1296	1368
25	24	24	576	576	576
26	39	38	1521	1444	1482

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

Sumber : Kuesioner dan diolah peneliti

Berdasarkan tabel diatas dengan data-data berikut:  $n = 50$ ,  $\Sigma X = 1687$ ,  $\Sigma Y = 1692$ ,  $\Sigma X^2 = 57967$ ,  $\Sigma Y^2 = 58390$ ,  $\Sigma XY = 57942$ , 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):

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

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

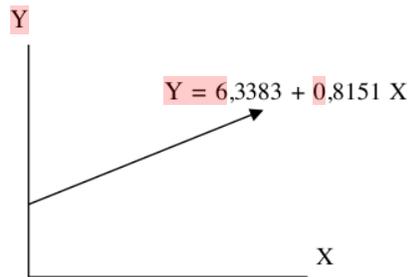
$$b = \frac{2897100 - 2854404}{2898350 - 2845969}$$

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

$$b = 0,815$$

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:

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

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

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

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

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

$$r_{xy} = 0.783$$

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 %

#### 67 4.4.3. Uji t

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

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

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

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

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

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

$$t = 8.7213$$

10 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 72 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 4 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 6 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 6 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.

## 10 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. <sup>4</sup> 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

---

# 55%

SIMILARITY INDEX

---

## PRIMARY SOURCES

---

1	<a href="http://karya.brin.go.id">karya.brin.go.id</a> Internet	1072 words — 8%
2	<a href="http://ejournal.bsi.ac.id">ejournal.bsi.ac.id</a> Internet	500 words — 4%
3	<a href="http://repositori.uin-alauddin.ac.id">repositori.uin-alauddin.ac.id</a> Internet	462 words — 3%
4	<a href="http://ejournal.unsrat.ac.id">ejournal.unsrat.ac.id</a> Internet	354 words — 3%
5	<a href="http://repository.stain-madina.ac.id">repository.stain-madina.ac.id</a> Internet	271 words — 2%
6	<a href="http://epub.imandiri.id">epub.imandiri.id</a> Internet	270 words — 2%
7	<a href="http://repository.unbari.ac.id">repository.unbari.ac.id</a> Internet	235 words — 2%
8	<a href="http://repository.upbatam.ac.id">repository.upbatam.ac.id</a> Internet	225 words — 2%
9	<a href="http://digilib.sttkd.ac.id">digilib.sttkd.ac.id</a> Internet	209 words — 1%

10	<a href="http://ejournal.stiepembnas.ac.id">ejournal.stiepembnas.ac.id</a> Internet	166 words — 1%
11	<a href="http://karlinakaran.blogspot.com">karlinakaran.blogspot.com</a> Internet	166 words — 1%
12	<a href="http://dspace.uui.ac.id">dspace.uui.ac.id</a> Internet	159 words — 1%
13	<a href="http://repository.uinsu.ac.id">repository.uinsu.ac.id</a> Internet	143 words — 1%
14	<a href="http://eprints.walisongo.ac.id">eprints.walisongo.ac.id</a> Internet	135 words — 1%
15	<a href="http://journal.ipts.ac.id">journal.ipts.ac.id</a> Internet	134 words — 1%
16	<a href="http://etheses.uin-malang.ac.id">etheses.uin-malang.ac.id</a> Internet	129 words — 1%
17	<a href="http://id.123dok.com">id.123dok.com</a> Internet	128 words — 1%
18	<a href="http://repository.stiegici.ac.id">repository.stiegici.ac.id</a> Internet	126 words — 1%
19	<a href="http://ejurnal-unespadang.ac.id">ejurnal-unespadang.ac.id</a> Internet	117 words — 1%
20	<a href="http://digilibadmin.unismuh.ac.id">digilibadmin.unismuh.ac.id</a> Internet	115 words — 1%
21	<a href="http://repo.darmajaya.ac.id">repo.darmajaya.ac.id</a> Internet	99 words — 1%

[repository.unuja.ac.id](http://repository.unuja.ac.id)

22	Internet	99 words — 1%
23	stiealwashliyahsibolga.ac.id Internet	93 words — 1%
24	journal.feb.unmul.ac.id Internet	88 words — 1%
25	repository.iainpare.ac.id Internet	82 words — 1%
26	j-innovative.org Internet	73 words — 1%
27	repository.radenintan.ac.id Internet	71 words — 1%
28	repository.uinjambi.ac.id Internet	71 words — 1%
29	eprint.stieww.ac.id Internet	62 words — < 1%
30	journal.metansi.unipol.ac.id Internet	60 words — < 1%
31	library.polmed.ac.id Internet	55 words — < 1%
32	123dok.com Internet	52 words — < 1%
33	Riski Aman Gea, Ayler Beniah Ndraha, Yupiter Mendrofa, Sukaaro Waruwu. "PERAN KEPALA DESA DALAM MENGELOLA KERJASAMA KELEMBAGAAN DI PEMERINTAHAN DESA TETEHOSSI I KOTA GUNUNGSITOLI", JMBI	52 words — < 1%

---

34	<a href="http://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet	52 words — < 1%
35	<a href="http://repository.umsu.ac.id">repository.umsu.ac.id</a> Internet	49 words — < 1%
36	<a href="http://stiemuttaqien.ac.id">stiemuttaqien.ac.id</a> Internet	49 words — < 1%
37	<a href="http://repositori.umsu.ac.id">repositori.umsu.ac.id</a> Internet	48 words — < 1%
38	<a href="http://repository.unej.ac.id">repository.unej.ac.id</a> Internet	48 words — < 1%
39	<a href="http://perpustakaan.poltekkes-malang.ac.id">perpustakaan.poltekkes-malang.ac.id</a> Internet	47 words — < 1%
40	<a href="http://ojs.ekonomi-unkris.ac.id">ojs.ekonomi-unkris.ac.id</a> Internet	46 words — < 1%
41	<a href="http://repositori.usu.ac.id">repositori.usu.ac.id</a> Internet	45 words — < 1%
42	Sekar Arum. "KORELASI KETERAMPILAN MENYIMAK BERITA DENGAN KETERAMPILAN MENULIS TEKS BERITA SISWA KELAS X SMA NEGERI 1 PASAMAN", Open Science Framework, 2022 Publications	43 words — < 1%
43	<a href="http://eprints.iain-surakarta.ac.id">eprints.iain-surakarta.ac.id</a> Internet	39 words — < 1%

44	<a href="http://johannessimatupang.wordpress.com">johannessimatupang.wordpress.com</a> Internet	39 words — < 1%
45	<a href="http://repository.bsi.ac.id">repository.bsi.ac.id</a> Internet	39 words — < 1%
46	<a href="http://www.simantek.sciencemakarioz.org">www.simantek.sciencemakarioz.org</a> Internet	38 words — < 1%
47	<a href="http://makalahlaporanterbaru1.blogspot.com">makalahlaporanterbaru1.blogspot.com</a> Internet	37 words — < 1%
48	<a href="http://repository.upi.edu">repository.upi.edu</a> Internet	35 words — < 1%
49	<a href="http://repository.ub.ac.id">repository.ub.ac.id</a> Internet	33 words — < 1%
50	Muh. Firman, Syamsu Nujum, Ibrahim Dani. "Pengaruh Budaya Organisasi, Kompetensi dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai PT. Taspen (Persero) Makassar", PARADOKS : Jurnal Ilmu Ekonomi, 2020 Crossref	31 words — < 1%
51	<a href="http://eprints.pancabudi.ac.id">eprints.pancabudi.ac.id</a> 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	<a href="http://etd.iain-padangsidimpuan.ac.id">etd.iain-padangsidimpuan.ac.id</a> Internet	29 words — < 1%

54	<a href="http://eprints.uns.ac.id">eprints.uns.ac.id</a> Internet	28 words — < 1%
55	<a href="http://repository.ubharajaya.ac.id">repository.ubharajaya.ac.id</a> Internet	28 words — < 1%
56	<a href="http://repository.unja.ac.id">repository.unja.ac.id</a> Internet	28 words — < 1%
57	<a href="http://etheses.iainkediri.ac.id">etheses.iainkediri.ac.id</a> Internet	27 words — < 1%
58	<a href="http://www.coursehero.com">www.coursehero.com</a> Internet	27 words — < 1%
59	<a href="http://portaluqb.ac.id:808">portaluqb.ac.id:808</a> Internet	26 words — < 1%
60	<a href="http://repository.nobel.ac.id">repository.nobel.ac.id</a> Internet	25 words — < 1%
61	Sri Damayanti, Sri Dewi Anggadini, Ari Bramasto. "ANALISIS PENGHINDARAN PAJAK YANG DIPENGARUHI TINGKAT PROFITABILITAS", JURNAL AKUNTANSI, 2020 Crossref	24 words — < 1%
62	<a href="http://repository.ar-raniry.ac.id">repository.ar-raniry.ac.id</a> Internet	23 words — < 1%
63	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%

64	<a href="https://eprints.uny.ac.id">eprints.uny.ac.id</a> Internet	22 words — < 1%
65	Syamsiara Nur, S. Pd., M. Pd.. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesulitan dan Minat Belajar Mahasiswa Jurusan Pendidikan Biologi Universitas Sulawesi Barat", Open Science Framework, 2017 Publications	21 words — < 1%
66	eprint-sendratasik, Puji Lestari. "PEMBELAJARAN ANSAMBEL MUSIK DI SMPN 22 SEMARANG", Thesis Commons, 2018 Publications	20 words — < 1%
67	<a href="https://eprints.undip.ac.id">eprints.undip.ac.id</a> Internet	19 words — < 1%
68	<a href="https://spada.uns.ac.id">spada.uns.ac.id</a> Internet	19 words — < 1%
69	<a href="https://idr.uin-antasari.ac.id">idr.uin-antasari.ac.id</a> Internet	18 words — < 1%
70	<a href="https://repository.uhn.ac.id">repository.uhn.ac.id</a> Internet	17 words — < 1%
71	<a href="https://skripsistie.files.wordpress.com">skripsistie.files.wordpress.com</a> Internet	17 words — < 1%
72	<a href="https://www.stietrisnanegara.ac.id">www.stietrisnanegara.ac.id</a> Internet	17 words — < 1%
73	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	16 words — < 1%

---

74	<a href="https://pdffox.com">pdffox.com</a> Internet	16 words — < 1%
75	<a href="https://eprints.radenfatah.ac.id">eprints.radenfatah.ac.id</a> Internet	15 words — < 1%
76	<a href="https://eprints.umm.ac.id">eprints.umm.ac.id</a> Internet	15 words — < 1%
77	<a href="https://lib.unnes.ac.id">lib.unnes.ac.id</a> Internet	15 words — < 1%
78	<a href="https://media.neliti.com">media.neliti.com</a> Internet	15 words — < 1%
79	<a href="https://repository-feb.unpak.ac.id">repository-feb.unpak.ac.id</a> Internet	15 words — < 1%
80	Julita Pikirang, Harijanto Sabijono, Heince R. N. Wokas. "PENGARUH TEKANAN WAKTU, INDEPENDENSI DAN ETIKA AUDITOR TERHADAP KUALITAS AUDIT DI KANTOR INSPEKTORAT KABUPATEN KEPULAUAN SANGIHE", GOING CONCERN : JURNAL RISET AKUNTANSI, 2017 Crossref	14 words — < 1%
81	<a href="https://eprints.umpo.ac.id">eprints.umpo.ac.id</a> Internet	14 words — < 1%
82	<a href="http://www.ejournal.stiepembnas.ac.id">www.ejournal.stiepembnas.ac.id</a> Internet	14 words — < 1%
83	<a href="https://repository.univ-tridinanti.ac.id">repository.univ-tridinanti.ac.id</a> Internet	13 words — < 1%
84	<a href="https://repository.unj.ac.id">repository.unj.ac.id</a> Internet	

---

13 words — < 1%

85 [ejurnal.untag-smd.ac.id](http://ejurnal.untag-smd.ac.id)  
Internet

12 words — < 1%

86 [repository.radenfatah.ac.id](http://repository.radenfatah.ac.id)  
Internet

12 words — < 1%

87 [repository.stiesia.ac.id](http://repository.stiesia.ac.id)  
Internet

12 words — < 1%

88 Dadang Cahyana. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT.POS INDONESIA (PERSERO) CABANG SOREANG 40900", INA-Rxiv, 2018  
Publications

11 words — < 1%

89 [bipctm.gig.cymru](http://bipctm.gig.cymru)  
Internet

11 words — < 1%

90 [repository.iainbengkulu.ac.id](http://repository.iainbengkulu.ac.id)  
Internet

11 words — < 1%

91 [repository.upp.ac.id](http://repository.upp.ac.id)  
Internet

11 words — < 1%

92 [zombiedoc.com](http://zombiedoc.com)  
Internet

11 words — < 1%

93 Dinda Wulandari, Heru Totok Tri Wahono, Shanti Nugroho Sulistyowati, Masruchan Masruchan. "Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Belanja Online (Studi Pada Pengguna Shopee Mahasiswa Aktif Angkatan 2018 STKIP PGRI Jombang)", MARGIN ECO, 2023  
Crossref

10 words — < 1%

94	<a href="http://docplayer.info">docplayer.info</a> Internet	10 words — < 1%
95	<a href="http://mafiadoc.com">mafiadoc.com</a> Internet	10 words — < 1%
96	M. Rifky Akbar, Riri Mayliza. "PENGARUH STRES KERJA DAN KESEMPATAN PROMOSI TERHADAP TURNOVER INTENTION PADA CV. ANISA FADLY KABUPATEN PADANG PARIAMAN", Open Science Framework, 2019 Publications	9 words — < 1%
97	<a href="http://eprints.untirta.ac.id">eprints.untirta.ac.id</a> Internet	9 words — < 1%
98	<a href="http://es.scribd.com">es.scribd.com</a> Internet	9 words — < 1%
99	HM Adibussholeh. "Pengaruh Kecerdasan Emosional dengan Kenakalan Siswa", Indonesian Journal of Humanities and Social Sciences, 2022 Crossref	8 words — < 1%
100	<a href="http://adoc.pub">adoc.pub</a> Internet	8 words — < 1%
101	<a href="http://core.ac.uk">core.ac.uk</a> Internet	8 words — < 1%
102	<a href="http://eprints.ukmc.ac.id">eprints.ukmc.ac.id</a> Internet	8 words — < 1%
103	<a href="http://etheses.uinmataram.ac.id">etheses.uinmataram.ac.id</a> Internet	8 words — < 1%
104	<a href="http://repository.uin-suska.ac.id">repository.uin-suska.ac.id</a> Internet	8 words — < 1%

---

105 repository.ukitoraja.ac.id 8 words — < 1%  
Internet

---

106 repository.usd.ac.id 8 words — < 1%  
Internet

---

107 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

---

EXCLUDE QUOTES OFF

EXCLUDE SOURCES OFF

EXCLUDE BIBLIOGRAPHY ON

EXCLUDE MATCHES OFF