

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN AL
JAMICOLLECTION DI KABUPATEN BOGOR**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
Menyelesaikan penulisan Skripsi



Oleh :

ABDUL MALIK ALADIN
NIM : 2016511119

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI IPWI JAKARTA
PROGRAM SARJANA PRODI MANAJEMEN
JAKARTA
2020**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat yang tiada tara dan untuk kedua orang tua saya, Bapak Wandim dan Heryani yang tidak pernah berhenti memberi perhatian, doa, restu serta kasih sayangnya untuk saya. Kakak saya Siti Herwanti Putri dan adik-adik saya Ismi Aisyah dan Khairul Imam yang saya sayangi dan Keluarga besar saya yang selalu mendukung saya dalam hal apapun. Untuk teman – teman saya di STIE IPWI Jakarta khususnya Eryansyah Putra, Acenk Darusalam, Fadly Maulana, Ferry Darsono Yusuf Maulanadan Idam Maulana yang telah memberi kritik dan saran terhadap kelancaran skripsi saya dan yang telah bersama – sama berjuang dari awal perkuliahan sampai saat ini.

Rekan – Rekan saya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang selalu mengerti dan mendukung saya demi kelancaran skripsi ini, Serta kepada Mawar De Jongh, Monita Tahalea, Fiersa Besari, Pamungkas dan Hindia yang lagu-lagunya selalu saya dengarkan untuk menemani saya ketika mengerjakan skripsi.

Terima Kasih

SURAT PERNYATAAN

Bersama ini,

Nama : Abdul Malik Aladin

NIM : 2016511119

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah hasil karya sendiri yang belum pernah disampaikan untuk mendapatkan gelar pada Program Sarjana ini ataupun pada program lain. Karya ini adalah milik saya, karena itu pertanggungjawabannya berada dipundak saya. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia untuk ditinjau dan menerima sanksi sebagaimana mestinya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan kesadaran penuh dan sebenar-benarnya.

Jakarta, 20 Agustus 2020

Yang Meyatakan,

Abdul Malik Aladin

NIM : 2016511119

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI IPWI JAKARTA

PROGRAM SARJANA-PRODI MANAJEMEN S1

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Abdul Malik Aladin
NIM : 2016511119
Program : Sarjana S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap
Kepuasan Pelanggan Al Jami *Collection* di
Kabupaten Bogor.

Jakarta, 20 Agustus 2020

Dosen Pembimbing

Esti Handayani SE, MM.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN AL JAMI COLLECTION DI
KABUPATEN BOGOR**



ABDUL MALIK ALADIN
NIM : 2016511119

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada hari Kamis tanggal 10 bulan September Tahun 2020 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai Skripsi Program Sarjana Manajemen - Program Studi Manajemen

1. **Dr. Susanti Widhiastuti, SE., MM.** _____
Ketua Tanggal: 10 September 2020
2. **Drs. Joni Heruwanto, MM** _____
Anggota Tanggal: 10 September 2020
3. **Esti Handayani, SE., MM** _____
Anggota Tanggal: 10 September 2020

Menyetujui,
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta
Program Sarjana-Program Studi Manajemen
Ketua Program,

Dr. Susanti Widhiastuti, SE., MM
Tanggal :

ABSTRAK

Kualitas Produk dan Harga merupakan dua dari beberapa faktor yang diduga relatif besar dalam mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Al Jami *Collection* di Kabupaten Bogor. Untuk membuktikan pengaruh keduanya maka dilakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian dilakukan di Al Jami *Collection* Kabupaten Bogor dengan mengambil 100 responden pelanggan sebagai sampel penelitian. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, karena jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga. Pengambilan data dilakukan dengan instrumen kuesioner tertutup lima skala penilaian dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju. Penelitian dilakukan secara kuantitatif yaitu dengan mendeskripsikan data penelitian. Analisis regresi digunakan sebagai alat analisis sedangkan pengujian hipotesis dilakukan dengan Uji-T dan Uji-F.

Penelitian menghasilkan dua temuan sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yaitu : 1) Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan, hasil ini dibuktikan berdasarkan hasil pengujian hipotesis bahwa nilai Sig t $0,000 < 0,05$ Maka H_{1a} diterima. 2) Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan, hasil ini dibuktikan berdasarkan hasil pengujian hipotesis bahwa nilai Sig t $0,000 < 0,05$ H_{2a} diterima.

Berdasarkan hasil temuan tersebut maka untuk meningkatkan kepuasan Pelanggan disarankan agar dilakukan upaya peningkatan Kualitas Produk dan Harga.

Kata Kunci:

Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

Product quality and price are two of several factors that are thought to be relatively large in influencing customer satisfaction Al Jami Collection in Bogor district. To prove the influence of both of them, a study was conducted with the aim to determine the effect of Product quality and price on customer satisfaction.

The study was conducted at Al Jami Collection in Bogor District by taking 100 customer respondents as research samples. The number of samples taken in this study using the Lameshow formula, because the population is unknown or infinite. Data was collected using a closed questionnaire instrument five rating scales from strongly disagree to strongly agree. The study was conducted quantitatively by describing research data. Regression analysis is used as an analysis tool while hypothesis testing is performed by T-Test and F-Test.

The study produced two findings in accordance with the proposed hypothesis, namely: 1) Product Quality has a positive effect on Customer Satisfaction, this result is proven based on the results of testing the hypothesis that the Sig t value is $0.000 < 0.05$ H1a is accepted. 2) Price has a positive effect on Customer Satisfaction, this result is proven based on the results of hypothesis testing that the value of Sig t $0.000 < 0.05$ H2a is accepted.

Based on these findings, to improve customer satisfaction, it is suggested that efforts to improve Product quality and price.

Keywords:

Product quality, Price and Customer Satisfaction.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim,

Dengan menyebut nama Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang, puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya berupa ilmu pengetahuan, petunjuk dan kesehatan dalam mengerjakan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Al Jami *Collection* di Kabupaten Bogor”. Shalawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW dan juga keluarga, sahabat, serta para pengikut Beliau.

Pada kesempatan ini saya ucapkan terima kasih kepada:

1. Esti Handayani SE, MM. Sebagai dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran sehingga laporan Skripsi ini dapat selesai.
2. Dr. Susanti Widhiastuti, SE, MM selaku Ketua Program Studi S1.
3. Dr. Suyanto, SE, MM, M.Ak, Ak, CA selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta.
4. Kepada seluruh pimpinan dan staff di Al Jami *Collection* yang telah memberikan izin untuk membantu serta memberikan data-data untuk kelengkapan laporan ini.
5. Ibu tercinta (Heryani), dan Bapak (Wandim), Kakak dan adik-adik (Siti Herwanti Putri, Ismi Aisyah, Khairul Imam), yang telah memberikan

dukung dan doa serta motivasi untuk saya dapat menyelesaikan laporan Skripsi ini.

6. Jajaran Perpus Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta. Bapak Imam, Bapak Wawan, Bapak Yadin, Bapak Idham Maulana Oktora, Mas Pulung, Mas Edin.
7. Kepada seluruh teman-teman kelas D5/D6.
8. Teman-teman seperjuangan Program Studi Manajemen Angkatan 2016 atas dukungan dan persahabatannya dalam suka maupun duka.

Penulis menyadari bahwa ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak kekurangan, maka dari itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi penyempurnaan tulisan ini. Penulis berharap semoga makalah ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Jakarta, 20 Agustus 2020

Abdul Malik Aladin

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| PERSEMBAHAN | ii |
| HALAMAN ORISINALITAS..... | iii |
| HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING | iv |
| HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI..... | v |
| ABSTRAK | vi |
| <i>ABSTRACT</i> | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xv |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 6 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 6 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 7 |
| 1.5 Sistematika Penulisan..... | 8 |

| | |
|--|----|
| BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA | 10 |
| 2.1 Landasan Teori | 10 |
| 2.1.1 Manajemen Pemasaran..... | 10 |
| 2.1.2 Kualitas Produk..... | 13 |
| 2.1.3 Harga..... | 15 |
| 2.1.4 Kepuasan Pelanggan | 19 |
| 2.2 Penelitian Sebelumnya | 23 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran | 30 |
| 2.4 Rumusan Hipotesis..... | 31 |
| BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN..... | 32 |
| 3.1 Tempat dan Waktu Penelitian | 32 |
| 3.2 Desain Penelitian | 33 |
| 3.3 Operasional Variabel | 34 |
| 3.4 Populasi, Sampel dan Metode Sampling..... | 36 |
| 3.4.1. Populasi Penelitian..... | 36 |
| 3.4.2. Sampel..... | 37 |
| 3.4.3. Metode Sampling | 38 |
| 3.5 Metode Pengumpulan Data | 38 |
| 3.5.1. Sumber data..... | 38 |
| 3.5.2. Teknik pengumpulan data..... | 39 |

| | | |
|----------------------------------|--|----|
| 3.6 | Instrumentasi Variabel Penelitian..... | 40 |
| 3.6.1. | Uji Validitas | 40 |
| 3.6.2. | Uji Reliabilitas | 41 |
| 3.7 | Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis..... | 41 |
| 3.7.1. | Metode Analisis | 41 |
| 3.7.2. | Pengujian Hipotesis..... | 47 |
| BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN..... | | 50 |
| 4.1 | Hasil Penelitian..... | 50 |
| 4.1.1 | Gambaran Umum Objek Penelitian | 50 |
| 4.1.2 | Gambaran umum responden | 55 |
| 4.1.3 | Uji Validitas dan Uji Reliabilitas | 57 |
| 4.1.4 | Analisis Data | 61 |
| 4.1.5 | Pengujian Hipotesis..... | 68 |
| 4.2 | Pembahasan Penelitian | 70 |
| BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN | | 72 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 72 |
| 5.2 | Saran..... | 73 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu..... | 23 |
| Tabel 3.1 Waktu Penelitian..... | 32 |
| Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian | 35 |
| Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Kelamin..... | 55 |
| Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia | 56 |
| Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 57 |
| Table 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1) | 58 |
| Table 4.5 Hasil Uji Reabilitas Variabel Kualitas Produk (X1)..... | 59 |
| Table 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2)..... | 59 |
| Table 4.7 Hasil Uji Reabilitas Variabel Harga (X2) | 60 |
| Table 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)..... | 60 |
| Table 4.9 Hasil Uji Reabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) | 61 |
| Table 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas | 63 |
| Table 4.11 Hasil Uji Autokorelasi | 64 |
| Table 4.12 Koefisien Determinasi..... | 66 |
| Table 4.13 Koefisien | 67 |
| Table 4.14 Hasil Uji Parsial (Uji t) | 68 |
| Table 4.15 Hasil Uji Simultan (Uji f) | 69 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Rasio Kegagalan Start-up di Empat Tahun Awa | 3 |
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran | 30 |
| Gambar 3.1 Kerangka Penelitian | 34 |
| Gambar 4.1 Logo Perusahaan | 50 |
| Gambar 4.2 Struktur Organisasi | 52 |
| Gambar 4.3 Uji Normalitas | 62 |
| Gambar 4.4 Uji Heteroskedastisitas | 65 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1. Cover Skripsi | 78 |
| Lampiran 2. Kuesioner Penelitian..... | 79 |
| Lampiran 3. Data Tabulasi X1 | 83 |
| Lampiran 4. Data Tabulasi X2 | 86 |
| Lampiran 5. Data Tabulasi Y | 89 |
| Lampiran 6. Uji Realibilitas dan Uji Validitas X1..... | 92 |
| Lampiran 7. Uji Realibilitas dan Uji Validitas X2..... | 93 |
| Lampiran 8. Uji Realibilitas dan Uji Validitas Y..... | 94 |
| Lampiran 9. Titik Presentase Distribusi T (Df = 1-100)..... | 95 |
| Lampiran 10. Tabel R Untuk Df = (1-100)..... | 98 |
| Lampiran 11. Output Uji Multikolinieritas | 101 |
| Lampiran 12. Output Uji Autokorelasi | 101 |
| Lampiran 13. Output Uji Regresi Berganda | 101 |
| Lampiran 14. Output Uji Koefisen Determinasi (R^2) | 102 |
| Lampiran 15. Output Tabel T..... | 102 |
| Lampiran 16. Output Tabel F..... | 102 |
| Lampiran 17. Riwayat Hidup..... | 103 |

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Busana muslim termasuk dalam kategori pakaian dan pakaian merupakan kebutuhan pokok yang harus di penuhi oleh manusia untuk dapat hidup dengan baik selain makanan dan tempat berteduh (rumah), manusia tidak mungkin dapat hidup dengan baik tanpa menggunakan pakaian. Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk beragama islam, pasti sangat membutuhkan pakaian muslim untuk berbagai macam kegiatan, misalnya untuk ibadah, bekerja, bahkan untuk kegiatan sehari-hari.

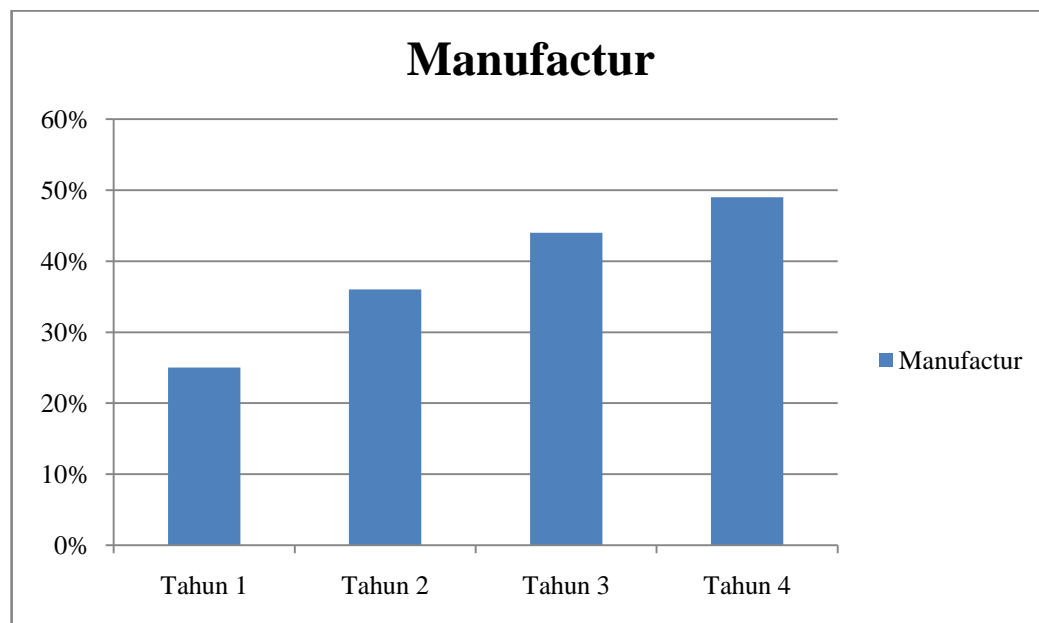
Saat ini, perkembangan busana muslim duniasedang mengalami peningkatan termasuk di Indonesia. The State Global Islamic Economy pada 2018 melaporkan, konsumsi busana muslim di Indonesiamencapai US\$ 20 miliaratau setara Rp 277 triliun dengan laju pertumbuhan 18,2% per tahunnya, angka ini menjadikan Indonesia sebagai negara terbaik kedua yang mengembangkan busana muslim setelah Uni Emirat Arab. Dengan meningkatnya konsumsi busana muslim di Indonesia, tentunya hal ini adalah sebuah peluang sekaligus ancaman bagi pelaku industri busana muslim. Peluang karena perusahaan akan dapat meningkatkan penjualannya dengan penerapan strategi yang tepat, dan dengan meningkatnya jumlah konsumsi masyarakat pada busana muslim maka akan timbul pula kompetitor-kompetitor baru, hal ini akan berakibat pada menurunnya penjualan apabila perusahaan tidak melakukan inovasi yang dapat memenuhi kebutuhan dan selera konsumen.

Dalam artikel yang dirilis oleh katadata pada 2018 menyatakan bahwa, kemenperin telah melakukan berbagai kegiatan pengembangan industri busana muslim sepanjang tahun 2018-2019 dengan melibatkan 656 pelaku UKM busana muslim dan 60 desainer. Dengan adanya dukungan tersebut tentunya akan membuat industri busana muslim semakin berkembang dan bertumbuh.

Trend busana muslim di Indonesia mendorong munculnya berbagai macam brand yang dapat ditemui di berbagai pusat perbelanjaan baik *offline* maupun *online*. Kebutuhan dan selera konsumen akan busana muslim juga berbeda-beda, sehingga membuat para konsumen membeli busana muslim yang sesuai dengan kebutuhan dan selera mereka. Hal ini membuat produsen busana muslim berlomba-lomba dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Al Jami adalah salah satu UKM yang memproduksi busana muslim yang berdiri sejak tahun 2013, sebelumnya bernama Al Jamil namun karena ada UKM lain yang telah mendaftarkan merk tersebut maka pada tanggal 28 april 2015 Al Jamil berganti nama menjadi Al Jami dengan nomer pendaftaran IDM000576144.

Al Jami sudah lebih dari 7 tahun dalam menjalankan usahanya, di tengah ramainya kompetitor yang ada hal ini terbilang cukup lama, menurut artikel dari ciptraUcoe.com menyatakan sebuah usaha dapat dikatakan sukses apabila telah melewati 5-10 tahun, perusahaan tersebut tetap berdiri atau bahkan terus berkembang.

Gambar 1.1
Rasio Kegagalan Start-up di 4 Tahun Awal



Sumber : www.statisticbrain.com

Menurut tabel diatas dapat dilihat bahwa ada sekitar 49% perusahaan yang gulung tikar di tahun ke empat berdirinya perusahaan, berarti hanya ada sekitar 51% perusahaan yang dapat bersaing dengan iklim persaingan yang ketat.

Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis, membuat perusahaan semakin terpacu dalam hal menarik konsumen. Perusahaan perlu memcermati perilaku konsumen dan faktor-faktor seperti kualitas produk, harga, tempat dan saluran distribusi. Hal tersebut merupakan salah satu cara agar perusahaan dapat mengetahui apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen sehingga memberikan kepuasan kepada konsumen.

Kepuasan konsumen memiliki sifat yang dinamis, maksudnya tingkat kepuasan konsumen dari waktu ke waktu selalu berubah-ubah, karena kebutuhan, keinginan dan harapan dari konsumen tidak lagi sama dengan sebelumnya, tergantung dari kondisi internal dan eksternal yang ada pada konsumen tersebut. Menurut Daryanto dan Setyobudi (2014:53-54) kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, pelayanan, faktor emosional, biaya, dan kemudahan.

Kualitas produk adalah salah satu penentu untuk menciptakan kepuasan konsumen setelah konsumen mengkonsumsi barang atau jasa tersebut. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan berbagai fungsi seperti ketahanan, keterandalan, ketepatan, dan kemudahan dalam penggunaan (Kotler dan Armstrong, 2008: 273). Agar suatu produk dapat berkualitas diperlukan standarisasi produk hal ini dilakukan agar produk yang sampai ketangan konsumen dalam kondisi yang prima sehingga konsumen merasa puas dengan produk tersebut dan diharapkan menjadi pelanggan setia dari perusahaan tersebut.

Dalam memproduksi busana muslim Al Jami sangat memperhatikan kualitas dari produk mereka, mulai dari proses pemotongan bahan, penjahitan, bahan yang digunakan sampai pada *packings* sangat di perhatikan oleh perusahaan. Setelah proses penjahitan dilakukan proses *quality control* sehingga meminimalisir produk yang sampai ketangan konsumen dalam keadaan *reject* (cacat).

Selain kualitas produk, hal lain yang harus di perhatikan oleh perusahaan adalah penetapan harga. Harga adalah sejumlah nilai yang dibebankan atas suatu

produk atau jasa yang diberikan kepada konsumen untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa (Kotler dan Amstrong 2008: 345). Perusahaan harus menentukan target pasar terlebih dahulu sebelum menetapkan harga agar harga yang ditetapkan sesuai dengan harapan konsumen.

Al Jami selalu mengutamakan kualitasnya, namun harga yang ditawarkan oleh Al Jami relatif terjangkau. Ada beberapa faktor yang digunakan Al Jami dalam menetapkan harga, seperti jenis bahan yang digunakan, apabila bahan yang digunakan memiliki kualitas premium maka harga akan lebih tinggi dibandingkan dengan busana yang menggunakan bahan yang medium. Dan juga dapat dilihat dari tingkat kesulitan jahitan, semakin sulit proses penjahitan maka harga akan semakin tinggi.

Banyak penelitian yang dilakukan sebelumnya untuk mengetahui faktor yang berpengaruh dengan kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan, salah satunya penelitian yang dilakukan oleh Noviyanti (2018) tentang Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Xiaomi yang menyatakan bahwa kualitas produk dan harga secara bersama-sama memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dan sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Santi Yoga Pratama (2018) tentang Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di *Agya Collection* Ponorogo yang menyatakan bahwa kualitas produk dan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis merasa penting untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penulis akan melakukan penelitian ini dalam bentuk skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN AL JAMI COLLECTION DI KABUPATEN BOGOR”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah yang akan di kaji dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan busana muslim Al Jami*Collection* di kabupaten Bogor?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan busana muslim Al Jami*Collection* dikabupaten Bogor?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan busana muslim Al Jami *Collection* dikabupaten Bogor
2. Mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan busana muslim Al Jami *Collection* dikabupaten Bogor

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat secara teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumber informasi dan sumbangan ilmu penelitian yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang mempunyai objek penelitian yang sama.
2. Manfaat secara praktis
 - a. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini dapat menjadi sarana bagi peneliti untuk menambah dan meningkatkan wawasan serta pengetahuan yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan.
 - b. Bagi Al Jami*Collection*

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan masukan kepada pemilik Al Jami *Collection* agar lebih memberikan perhatian dalam hal kualitas produk dan harga sebagai upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

1.5 Sistematika Penulisan

Bab 1 Pendahuluan

Bab ini merupakan penjelasan mengenai latar belakang masalah, pokok masalah, tujuan masalah dan kegunaan penelitian serta sistematika pembahasan.

Bab 2 Landasan Teori

Bab ini memuat teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis. Teori berisi tentang semua penjelasan dari variabel yang ada di rumusan masalah. Penelitian terdahulu berisi tentang uraian sistematis mengenai hasil-hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh peneliti terdahulu. Kerangka pemikiran merupakan kerangka konsep, landasan teori tentang harga, produk dan kepuasan konsumen.

Bab 3 Metode Penelitian

Bab ini berisi gambaran cara atau teknik yang akan dilakukan dalam penelitian. Proses penelitian dilakukan dengan cara menyebarkan angket kepada responden yang menjadi sampel penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya.

Bab 4 Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Bab ini memaparkan hasil penelitian dan pembahasan dimana didalamnya menjelaskan mengenai gambaran umum *AL JAMI COLLECTION* di Kabupaten Bogor, Karakteristik responden,

Pengujian data, Deskripsi variable pengujian data, Analisis data penelitian, dan Pembahasan.

Bab 5 Kesimpulan Dan Saran

Yang memaparkan Kesimpulan dan Saran dari hasil penelitian yang dilakukan dan telah dibahas di bab sebelumnya.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Manajemen Pemasaran

Pemasaran merupakan ujung tombak dari suatu perusahaan, apabila dalam memasarkan produk atau jasa nya perusahaan mengalami kendala maka tujuan perusahaan akan terhambat dan dapat dipastikan perusahaan tidak dapat bertahan lama karena keuntungan yang kurang maksimal. Untuk itu dibutuhkan manajemen pemasaran yang baik agar perusahaan dapat memasarkan produk dan jasanya secara optimal.

Menurut George (dalam Hendra 2013:2), manajemen adalah suatu proses atau kerangka kerja yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok orang-orang kearah tujuan-tujuan organisasional atau maksud-maksud yang nyata.

Menurut Appley dan Oey Lee (dalam Panzy *et all* 2015:4) manajemen adalah seni dan ilmu, dalam manajemen terdapat strategi memanfaatkan tenaga dan pikiran orang lain untuk melaksanakan suatu aktivitas yang diarahkan pada pencapaian tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

Menurut Kotler dan Keller (2018:5) membedakan pemasaran menjadi 2 definisi yaitu definisi sosial dan definisi manajerial. Definisi sosial pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan,

menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain.

Tijptono (2011:2) menyebutkan bahwa manajemen pemasaran merupakan sistem total aktifitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, dan mendistribusikan produk, jasa, gagasan yang mampu memuaskan keinginan pasar sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasional.

Menurut Kotler dan Keller (2015:4) Pemasaran adalah sebagai seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Menurut AMA - *American Marketing Association* (dalam manajemen pemasaran 2018:5) Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.

Menurut Kotler dan Armstrong (2009:62), bauran pemasaran adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali (produk, harga, tempat, dan promosi) yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan di pasarsasaran.

a Produk

Produk berarti kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran. Produk juga dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar guna memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

b Harga

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan produk. Harga merupakan nilai yang dinyatakan dalam satuan mata uang sebagai alat tukar terhadap suatu barang. Harga merupakan satu-satunya variabel bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Sedangkan yang lain mencakup biaya.

c Distribusi

Distibusi merupakan strategi yang diterapkan perusahaan mengenai bagaimana produk yang ditawarkan dapat dengan mudah dijangkau oleh konsumen. Perantara sangat penting dalam distibusi karena perantaralah yang akan berhubungan langsung dengan konsumen.

d Promosi

Promosi merupakan aktivitas menyampaikan manfaat dan keunggulan dari produk kepada calon konsumen yang bertujuan agar calon konsumen memiliki minat akan produk tersebut dan akhirnya membeli produk yang ditawarkan.

2.1.2 Kualitas Produk

Suatu perusahaan dalam memproduksi barang atau jasanya haruslah memiliki suatu standarisasi produk yang tinggi, agar barang ataupun jasa yang dijual oleh perusahaan memiliki kualitas yang baik dan dapat memenuhi kebutuhan juga ekspektasi konsumen. Hal ini dilakukan agar perusahaan dapat bertahan dalam menghadapi persaingan, terutama persaingan dari perusahaan yang sejenis. Kualitas produk yang baik dapat membuat para pelanggannya menjadi puas dan bangga saat menggunakan produk atau jasa tersebut, sehingga pelanggan akan melakukan pembelian secara terus-menerus atau bahkan merekomendasikan barang atau jasa tersebut kepada kerabat mereka.

Menurut Kotler dan Armstrong (2015:253) Kualitas Produk adalah karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat. Sedangkan menurut Tiptono (2008) kualitas merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya.

Menurut Mowen (2012:61) kualitas produk merupakan proses evaluasi secara keseluruhan kepada pelanggan atas perbaikan kinerja suatu produk. Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat disimpulkan kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya sebagai produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Menurut Tjiptono (2008:25-26) kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (*benefits*) bagi pelanggan. Kualitas produk memiliki beberapa dimensi, yaitu:

1. Kinerja (*Performance*) merupakan karakteristik operasi dasar dari suatu produk. Misalnya kecepatan, kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaan.
2. Fitur (*Features*) yaitu karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambahkan ketertarikan konsumen terhadap produk.
3. Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to Specification*) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Misalnya pengawasan kualitas dan desain, standar karakteristik operasional.
4. Keandalan (*Reliability*) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai. Misalnya pengawasan kualitas dan desain, standar karakteristik operasional.
5. Daya tahan (*Durability*) berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis.
6. Estetika (*aesthetics*) Berhubungan dengan bagaimana penampilan produk.
7. Kesan kualitas (*perceived quality*) merupakan persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk. Biasanya

karena kurangnya pengetahuan pembeli akan produk yang akan dibeli, maka pembeli mempersepsikan kualitas dari aspek harga, merk, iklan, reputasi perusahaan, maupun negara pembuatnya.

Berdasarkan dimensi–dimensi diatas, dapat disimpulkan bahwa dimensi kualitas merupakan syarat agar suatu nilai dari produk memungkinkan untuk bisa memuaskan pelanggan. Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas, hal ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan secara konsisten.

2.1.3 Harga

Harga adalah salah satu variabel yang harus diperhatikan oleh manajemen perusahaan karena harga mempengaruhi kepuasan pelanggan dan besar kecilnya volume penjualan yang berdampak kepada laba yang diperoleh perusahaan. Harga bersifat subjektif karena harga dipengaruhi oleh latarbelakang dan lingkungan dari konsumen yang sudah pasti berbeda-beda.

Menurut Kotler dan Amstrong (2008:63) harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Sedangkan menurut Tjiptono (2008:467) harga merupakan pernyataan nilai dari suatu produk yang dimana nilai disini yaituperbandingan antara persepsi terhadap manfaat dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk atau jasa tersebut.

Suatu perusahaan dalam menetapkan harga harus sesuai dengan manfaat dari produk atau jasa dan dapat dipahami oleh konsumen. Apabila harga yang

diberikan oleh perusahaan tidak sesuai dengan manfaat yang diterima oleh konsumen kemungkinan besar perusahaan kesulitan dalam memperoleh laba, begitupula sebaliknya jika harga yang ditetapkan perusahaan sesuai atau bahkan melebihi harapan dari konsumen kemungkinan besar perusahaan akan dengan mudah mendapatkan keuntungan.

Menurut Kotler dan Keller, diterjemahkan Bob Sabran (2012:76) pada dasarnya terdapat empat jenis penetapan harga:

1. Tujuan berorientasi pada laba.

Tujuan ini disebut dengan istilah maksimisasi harga. Dalam era persaingan global yang kondisinya sangat kompleks dan banyak variabel yang berpengaruh terhadap daya saing setiap perusahaan, maksimisasi laba sangat sulit dicapai, karena sukar sekali untuk dapat memperkirakan secara akurat jumlah penjualan yang dapat dicapai pada tingkat harga tertentu.

2. Tujuan berorientasi pada volume.

Biasa dikenal dengan istilah *volume pricing objectives*. Hargaditetapkan agar dapat mencapai target volume penjualan, nilai penjualan, atau pangsa pasar.

3. Tujuan berorientasi pada citra.

Citra suatu perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra perusahaan.

4. Tujuan stabilisasi harga.

Dalam pasar yang konsumennya sangat sensitif terhadap harga, bila suatu perusahaan menurunkan harganya maka pesaing akan menurunkan harganya pula. Kondisi inilah yang mendasari terbentuknya tujuan stabilisasi harga.

Harga dapat pula ditetapkan dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung penjualan ulang atau menghindari campur tangan pemerintah.

Menurut Kotler dan Keller yang diterjemahkan Bob Sabran (2012:77) menjelaskan metode penetapan harga sebagai berikut:

1. Metode penetapan harga berbasis permintaan.

Metode yang menekankan pada faktor-faktor yang mempengaruhi selera dan referensi pelanggan dari faktor seperti biaya, laba, dan persaingan permintaan pelanggan didasarkan pada perpagai pertimbangan, yaitu:

- a. Kemampuan pelanggan untuk membeli (daya beli).
- b. Kemauan pelanggan untuk membeli.
- c. Suatu produk dalam gaya hidup pelanggan.
- d. Manfaat produk kepada pelanggan.
- e. Harga produk substitusi.
- f. Pasar potensial bagi produk.
- g. Perilaku konsumen secara umum.

2. Metode penetapan harga berbasis biaya.

Faktor penentu harga dalam metode ini adalah penawaran atau biaya. Harga ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu sehingga dapat menutupi biaya-biaya langsung, biaya overhead dan laba.

3. Metode penetapan harga berbasis laba.

Metode ini berusaha menyeimbangkan pendapatan dan biaya dalam penetapan harganya. Upaya ini dilakukan atas dasar target volume laba spesifik atau dinyatakan dalam bentuk persentase terhadap penjualan atau investasi.

4. Metode penetapan harga berbasis persaingan.

Strategi yang dilakukan pesaing akan berpengaruh pada penetapan harga.

Menurut Kotler dan Armstrong yang diterjemahkan oleh Bob Sabran (2012:52), ada beberapa indikator dalam menetapkan harga, yaitu:

1. Keterjangkauan harga.

Konsumen bisa menjangkau harga yang ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis dalam suatu merk, harganya juga berbeda-beda dari yang termurah sampai yang termahal. Dengan harga yang ditetapkan konsumen banyak yang membeli produk.

2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.

Harga sering dijadikan indikator kualitas bagi konsumen. Konsumen sering memilih harga yang lebih rendah karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi konsumen beranggapan kualitas juga lebih baik.

3. Kesesuaian harga dengan manfaat produk.

Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berfikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang.

4. Daya saing harga.

Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya, dalam hal ini mahal murahnya suatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk tersebut.

2.1.4 Kepuasan Pelanggan

Seiring dengan semakin banyaknya kompetitor yang ada menimbulkan iklim persaingan menjadi semakin ketat, hal ini membuat konsumen memiliki banyak pilihan terhadap suatu produk atau jasa. Suatu perusahaan dituntut untuk dapat mempertahankan pelanggan agar pelanggan tidak berpindah kepada

kompetitor, salah satu strateginya adalah dengan membuat pelanggan puas terhadap produk atau jasa yang diberikan perusahaan.

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk sesuai atau di atas dari harapan pembeli, maka pembeli akan merasa puas dan gembira. (Kotler dan Armstrong 2001:9). Kepuasan konsumen diukur dari seberapa besar harapan konsumen tentang produk, harga dan pelayanan sesuai dengan kenyataannya. Secara umum kepuasan konsumen diartikan dengan adanya kesamaan antara ekspektasi konsumen terhadap suatu produk atau jasa dengan realita yang di dapatkan oleh konsumen dari produk atau jasa tersebut.

Menurut (Kotler dan Keller 2018:139) kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang di persepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Menurut (Umar, 2005:65) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya. Jika seorang pelanggan merasa puas terhadap produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan, kemungkinan besar akan menjadi pelanggan dalam jangka waktu yang lama.

Untuk mendapatkan kepuasan pelanggan perusahaan harus memperhatikan beberapa faktor (Lupyoadi,2001) yaitu:

1. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas jika hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, yaitu pelanggan akan merasa puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan kagum dengan dia jika menggunakan produk merk tertentu.
4. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif lebih murah akan memberikan nilai lebih di mata pelanggan.
5. Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk mendapatkan produk atau jasa akan cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Kepuasan pelanggan merupakan konsekuensi dari perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan yang membandingkan antara harapan atau ekspektasi dengan manfaat yang didapatkan yang didapatkan oleh pelanggan. Adapun indikator dari kepuasan pelanggan (Irawan, 2008), yaitu :

1. Perasaan puas.

Yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari perusahaan.

2. Selalu membeli produk.

Yaitu pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan.

3. Akan merekomendasikan kepada orang lain.

Yaitu pelanggan yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain serta mampu menciptakan pelanggan baru dari suatu perusahaan.

4. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli.

Yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang diinginkan pelanggan.

2.2 Penelitian Sebelumnya

Tabel 2.1

Hasil Penelitian Terdahulu

| No | Peneliti dan Judul Penelitian | Analisis | Metode Penelitian | Hasil Penelitian |
|----|--|----------------------------|--|---|
| 1. | Noviyanti (2018) Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Xiaomi. | Analisis Regresi Berganda. | Penelitian dilakukan di jalan Batu Merah kota Jakarta dengan mengambil 70 konsumen untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. | <ul style="list-style-type: none"> - Kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan nilai sebesar 0,716 atau sebesar 71,6%. - Harga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan nilai 0,429 atau sebesar 42,9%. - Kualitas produk dan harga secara bersama-sama memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan nilai sebesar 0,627 atau sebesar 62,7%. |

| | | | | |
|----|--|--|---|---|
| 2. | Cahyani (2018) Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Yoehan Busana Wanaherang. | Analisis regresi sederhana dan ganda | Penelitian dilakukan di Yoehan Busana Wanaherang dengan mengambil 112 pelanggan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. | <ul style="list-style-type: none"> - Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang mempunyai nilai sebesar 0,292. - Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang mempunyai nilai 0,575. - Harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, yang mempunyai nilai sebesar 0,846 atau 84,6%. |
| 3. | Wulan Rohmana (2018) Pengaruh kualitas produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Mocari Coffe) | Analisis regresi linier ganda dan koefisien determinasi ganda. | Penelitian dilakukan di Mocari Coffe dengan mengambil 100 konsumen untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas | <ul style="list-style-type: none"> - Kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan arah positif yang mempunyai nilai sebesar 0,645 |

| | | | | |
|----|---|--|---|---|
| | | | pelayanan terhadap kepuasan konsumen. | atau 64,5%. - Kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai sebesar 0,435 atau sebesar 43,5%. |
| 4. | Santi Yoga Pratama (2018) Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Agya <i>Collection</i> Ponorogo | Analisis regresi linier berganda dan regresi linier sederhana. | Penelitian dilakukan di agya <i>Collection</i> Ponorogo, menggunakan penelitian lapangan (<i>fieldresearch</i>) dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Sampel sebanyak 100 untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. | - Kualitas produk dan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan $F_{hitung}=22.011 > F_{tabel}=3,09$ |
| 5. | Eriyanto Prastyo Nugroho (2011) Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer | Analisis regresi berganda dan koefisien determinasi. | Penelitian dilakukan di Fakultas Ekonomi Unnes. Sampel ditentukan dengan teknik | - Terdapat pengaruh secara parsial dan simultan antara harga dan kualitas produk terhadap |

| | | | | |
|----|---|---|---|--|
| | (Studi kasus Mahasiswa Unnes Fakultas Ekonomi) | | <i>purposivesampling</i> , dengan responden 100 orang. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner (angket), untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. | kepuasan konsumen. Dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,593 atau sebesar 59,3%. |
| 6. | Rina Sukmati (2017) Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen <i>Garden Café</i> Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. | Analisis deskriptif dan regresi linier berganda | Populasi penelitian adalah seluruh konsumen <i>GardenCafé</i> koperasi mahasiswa UNY. Teknik pengambilan sampel menggunakan <i>accidentalsampling</i> sebanyak 100 orang. | <ul style="list-style-type: none"> - Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai koefisien regresi 0,152, nilai t hitung sebesar 2,608 dan nilai signifikansi 0,011 - Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai koefisien regresi 0,334, nilai t hitung sebesar 4,239 dan nilai signifikansi |

| | | | | |
|----|--|---------------------------|---|---|
| | | | | <p>0,000</p> <ul style="list-style-type: none"> - Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai koefisien regresi 0,368, nilai t hitung sebesar 5,915 dan nilai signifikansi 0,000 - Terdapat pengaruh positif dan signifikan variable kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai F hitung sebesar 83,089 dan nilai signifikansi 0,000. |
| 7. | Albertus Ferry Rostya Adi (2012) Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Waroeng | Analisis regresi berganda | Penelitian dilakukan dengan metode kuesioner terhadap 100 pelanggan Waroeng Spesial Sambal dengan | - Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variable independen yang diuji berpengaruh secara positif |

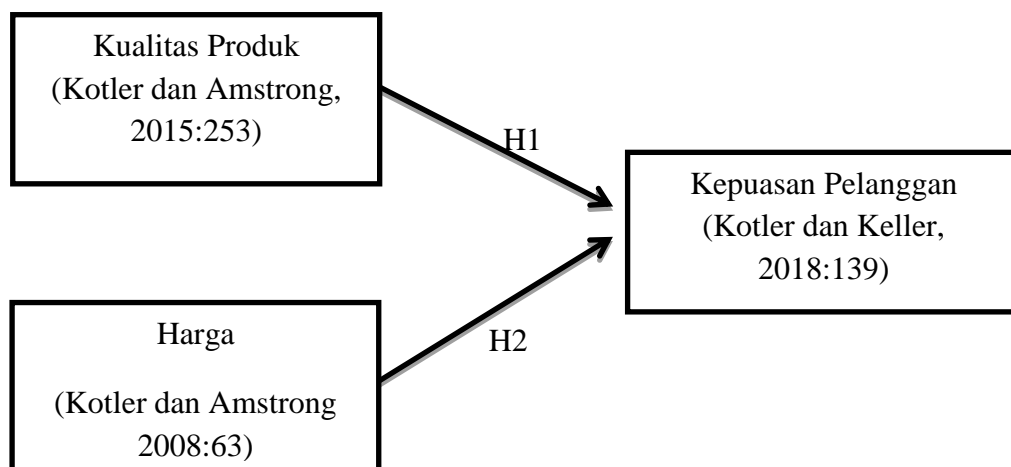
| | | | | |
|----|---|---|--|---|
| | Spesial Sambal cabang Lampersari Semarang). | | teknik <i>purposivesampling</i> | dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui uji F dan uji t, sedangkan adjusted R square sebesar 0,521 atau 52,1%. |
| 8. | Melya Puri (2016) Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Provita Bandar Lampung. | Deskriptif verifikatif dengan menggunakan pendekatan <i>expostfacto</i> dan <i>survey</i> . | Populasi penelitian ini adalah konsumen RM.Provita Bandar Lampung, Teknik Pengambilan sampel yaitu <i>accidentalsampling</i> dengan rumus slovin didapat sebanyak 96 konsumen. | - Ada pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada RM. Provita Bandar Lampung. Berdasarkan analisis data diperoleh F hitung $82,835 > F_{tabel} 2,70$ yang ditunjukkan dengan regresi linier multiple dengan koefisien determinasi (r^2) 0,730 atau 73%. |
| 9. | Ina Mur Diana (2017) Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada | Analisis linier berganda | Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan di toko viola <i>LadiesBoutique</i> dengan sampel 100 responden. | - Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama |

| | | | | |
|-----|--|---|---|---|
| | ViolaLadiesBoutique di Yogyakarta. | | Pengambilan sampel menggunakan <i>non probability sampling</i> . Teknik pengumpulan data dengan kuesioner dan wawancara langsung. | berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di toko viola ladiesboutique. |
| 10. | Dany Hasanain Yahya (2018) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Dany Bojonegoro. | Analisi deskriptif, analisis regresi berganda, koefisien determinasi berganda | Teknik pengumpulan data dengan kuesioner dan observasi. | <ul style="list-style-type: none"> - Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) dapat mempengaruhi konsumen dengan koefisien regresi sebesar 0,007, harga (X2) sebesar 0,034 dan kualitas produk (X3) sebesar 0,250. - Hasil uji koefisien determinasi berganda (R^2) variable kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 55,8%. |

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran disusun sebagai landasan berpikir yang menunjukkan dari sudut mana peneliti menyoroti masalah yang akan di teliti (Nawawi, 2001:4). Kerangka pemikiran menggambarkan pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat yaitu kualitas produk dan hargaterhadap kepuasan pelanggan busana muslim Al Jami *Collection*. Fokus inti dari pemasaran adalah pemenuhan kebutuhan pelanggan dengan menciptakan kepuasan, karena kepuasan pelanggan merupakan investasi jangka panjang yang menguntungkan bagi keberlangsungan hidup dan perkembangan perusahaan. Saat ini peran pelanggan sangat menentukan keberhasilan suatu perusahaan, sehingga mendorong pelaku usaha untuk lebih berorientasi pada kepentingan pelanggan.

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



Sumber : Data penelitian yang diolah, 2020

2.4 Rumusan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah atau sub masalah yang diajukan oleh peneliti, yang dijabarkan dari tinjauan pustaka (kerangka pemikiran) dan masih harus diuji kebenarannya. Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka dapat ditarik jawaban sementara atau dugaan sementara yang diambil sebagai hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan busana muslim Al Jami *Collection* dikabupaten Bogor.

H₂ : Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan busanamuslimAlJami*Collection* dikabupatenBogor.

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini bertempat di jalan SHI RT/RW. 001/01 Cikeas udik, Gunung Putri, Kabupaten Bogor 16966. Lokasi tersebut dipilih karena memiliki semua aspek pendukung agar penelitian ini dapat berjalan dengan baik.

Penelitian dilaksanakan pada bulan Januari 2020 sampai dengan bulan Agustus 2020 dengan alokasi sebagai berikut:

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

| Kegiatan | Januari | | | Februari | | | | Juni | | | | Juli | | | | Agustus | | |
|---------------------------|---------|-----|----|----------|----|-----|----|------|----|-----|----|------|----|-----|----|---------|----|-----|
| | II | III | IV | I | II | III | IV | I | II | III | IV | I | II | III | IV | I | II | III |
| Penelitian Pendahuluan | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Penyusunan Proposal | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Pengumpulan Data | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Analisis Data | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Penyusunan Laporan | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2020

3.2 Desain Penelitian

Menurut Sugiono (2013), variabel penelitian merupakan atribut, sifat, atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Terdapat dua macam variabel yang akan dianalisis yaitu:

1. Variabel Independen (Variabel Bebas)

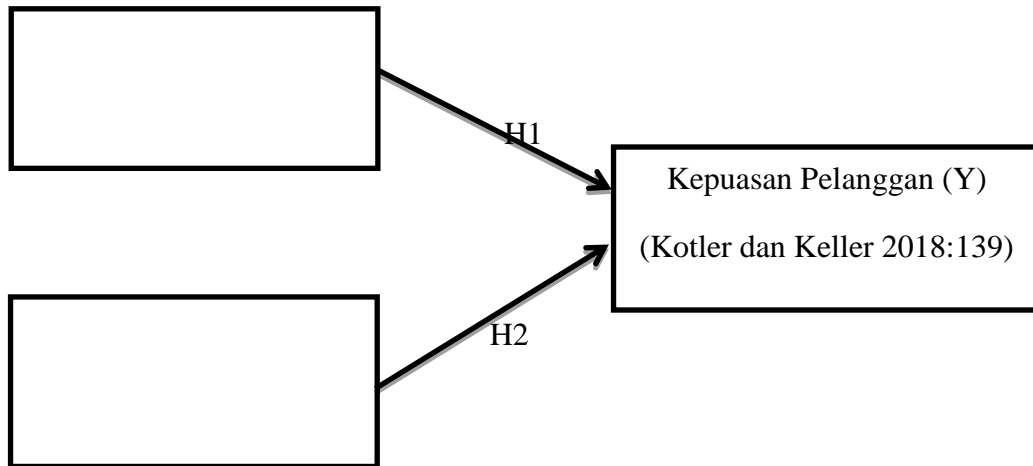
Variabel ini mempengaruhi atau sebab perubahan timbulnya variabel terikat (dependen). Variabel ini disebut juga dengan variabel stimulus, predictor atau antecedent, dan variabel bebas. Dikatakan variabel bebas karena variabel ini dapat mempengaruhi variabel lainnya. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen yaitu variabel X1 adalah Kualitas Produk, variabel X2 adalah Harga.

2. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel yang dipengaruhi akibat dari adanya variabel bebas. Variabel dependen disebut juga dengan variabel terikat, variabel output, konsekuen. Dalam penelitian ini terdapat satu variabel dependen atau disebut juga dengan variabel Y yaitu Kepuasan Pelanggan.

Sehingga peneliti membuat kerangka pemikiran dalam skripsi yang sudah dibuatkan diawal pada gambar dibawah ini.

Gambar 3.1 Kerangka Penelitian



Sumber : Data penelitian yang diolah, 2020

3.3 Operasional Variabel

Sesuai dengan judulskripsi yang diteliti yaitu “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Al Jami *Collection* diKabupaten Bogor”. Maka terdapat tiga variabel penelitian, yaitu :

1. Kualitas Produk (X1)

Kualitas produk merupakan hal yang penting untuk diperhatikan perusahaan, karena baik buruknya kualitas produk akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

2. Harga (X2)

Harga merupakan pernyataan nilai dari suatu produk yang dimana nilai disini yaitu perbandingan antara persepsi terhadap manfaat dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk atau jasa tersebut.

3. Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan diartikan dengan adanya kesamaan antara ekspektasi pelanggan terhadap suatu produk atau jasa dengan realita yang di dapatkan oleh pelanggan dari produk atau jasa tersebut. Perusahaan perlu memperhatikan kepuasan pelanggan agar pelanggan bersedia untuk terus menggunakan produk atau jasa dari perusahaan tersebut sehingga perusahaan dapat terus mendapatkan keuntungan yang berdampak kepada keberlangsungan hidup perusahaan.

Agar lebih jelas untuk mengetahui variabel penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.2 Operasionalisasi variabel penelitian

| Variabel | Definisi | Indikator | Skala |
|--|---|---|---------------|
| Kualitas Produk (Kotler dan Amstrong 2015:253) | Kualitas Produk adalah karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat. | 1. Kinerja 2. Fitur 3. Kesesuaian spesifik 4. Keandalan 5. Daya tahan 6. Estetika 7. Kesan kualitas | Skala Ordinal |

| | | | |
|--|--|---|---------------|
| Harga (Kotler dan Amstrong 2008:63) | Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. | 1. Keterjangkauan Harga 2. Kesesuaian Harga dengan kualitas produk 3. Kesesuaian harga dengan manfaat produk 4. Daya saing harga | Skala Ordinal |
| Kepuasan Pelanggan (Kotler dan Keller 2018:139) | Menurut kepuasan (<i>satisfaction</i>) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang di persepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. | 1. Perasaan puas 2. Selalu membeli produk 3. Merekomendasikan ke orang lain 4. Terpenuhinya harapan pelanggan | Skala Ordinal |

Sumber : Data penelitian yang diolah, 2020

3.4 Populasi, Sampel dan Metode Sampling

3.4.1. Populasi Penelitian

Sugiyono (2014:148), mendefinisikan populasi adalah sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli/pelanggan busana muslim Al Jami *Collection* yang jumlahnya tidak diketahui dan dapat dikatakan dalam kategori tidak terhingga.

Burhan (2009:99) populasi tidak terhingga yaitu populasi yang memiliki sumber data yang tidak dapat ditentukan batas-batasnya secara kuantitatif. Oleh

karena itu luas populasi tidak terhingga dan hanya dapat dijelaskan secara kualitatif.

3.4.2. Sampel

Menurut Sugiono (2014:148), sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil harus betul-betul *representative* (mewakili).

Pada penelitian ini, pelanggan yang menjadi sampel adalah pelanggan yang sedang membeli di *Al Jami Collection*. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, karena jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga. Berikut rumus Lemeshow yaitu:

$$n = \frac{Z\alpha^2 \cdot P \cdot (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel minimal yang diperlukan

$Z\alpha$ = Nilai standar dari distribusi sesuai nilai $\alpha = 5\% = 1,96$

P = Prevalensi outcome, karena data belum didapat, maka dipakai 50% atau 0,5

d = Tingkat ketelitian 10% atau 0,1

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah :

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot (1-0,5)}{0,1^2} = 96,04$$

Untuk itu peneliti mengambil sampel 100 pelanggan sebagai responden, dimana 96,04 merupakan ukuran minimum jumlah responden.

3.4.3. Metode Sampling

Metode sampling yang digunakan adalah metode *non-probability sampling* karena berapa besar suatu elemen akan terpilih sebagai sampel tidak diketahui. Adapun teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan *accidental sampling* yaitu penentuan sampel tanpa sengaja (*accidental*), karena peneliti mengambil sampel yang kebetulan ditemuinya pada saat kejadian. Kriteria yang ditentukan peneliti adalah konsumen *Al Jami Collection* yang sudah menggunakan produk busana muslim dari *Al Jami Collection*.

3.5 Metode Pengumpulan Data

3.5.1. Sumber data

Sumber data terbagi menjadi dua, yaitu:

a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung (dari tangan pertama). Contohnya, kuesioner, kelompok fokus, dan wawancara peneliti dengan narasumber.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada. Contohnya, catatan atau dokumentasi

perusahaan seperti absensi, gaji, laporan keuangan publikasi perusahaan.

3.5.2. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu :

a. Kuesioner (Angket)

Menurut (soeratno dan arsyid,1999:96) Kuesioner (angket) merupakan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responde untuk diisi. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data mengenai kualitas produk, harga dan kepuasan pelanggan. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner ordinal, dimana pada masing-masing jawaban diberikan skor sebagai berikut :

1. Jawaban sangat setuju dengan skor 5
2. Jawaban setuju dengan skor 4
3. Jawaban netral dengan skor 3
4. Jawaban tidak setuju dengan skor 2
5. Jawaban sangat tidak setuju dengan skor 1

Kuesioner ini akan dibagikan kepada pelanggan busana muslim Al Jami *Collection*.

b. Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap dari responden (wawancara dan angket) namun juga dapat digunakan untuk mereka berbagai fenomena yang terjadi

(situasi, kondisi). Teknik ini digunakan bila penelitian ditunjukkan untuk mempelajari perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan dilakukan pada responden yang tidak terlalu besar. terdapat dua macam teknik observasi, yaitu:

1. *Participant observation*, yaitu peneliti secara langsung terlibat dalam kegiatan sehari-hari orang atau situasi yang diamati sebagai sumber data.
2. *Non participant observation*, yaitu peneliti tidak ikut secara langsung dalam kegiatan atau proses yang diamati.

3.6 Instrumentasi Variabel Penelitian

3.6.1. Uji Validitas

Menurut Noor (2012:132), validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-bener mengukur apa yang diukur. Suatu instrumen dikatakan valid apabila dapat mengukur apa yang diinginkan dalam mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Suatu instrumen yang valid berarti sudah mempunyai validitas tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah (Arikunto, 2006:168). Untuk mengetahui kuesioner yang diukur valid, maka perlu diuji dengan uji korelasi antar skor (nilai) tiap-tiap pertanyaan dengan skor total kuesioner tersebut. Analisis selanjutnya dilakukan dengan Reliability analysis menggunakan software SPSS:

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (kolom *Corrected Item-Total Correlation*) dengan r_{tabel} (harus lihat tabel r) dimana butir pernyataan valid apabila memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dalam Penelitian

ini mempermudah maka beberapa ahli menyatakan bahwa pernyataan valid apabila nilai Korelasi (kolom *Corrected Item-Total Correlation*) $> 0,212$.

3.6.2. Uji Reliabilitas

Menurut Noor (2012:131) reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Reliabilitas menunjukkan kemantapan/konsistensi hasil pengukuran. Suatu alat pengukur dikatakan konsisten, apabila untuk mengukur sesuatu berulang kali, alat ukur itu menunjukkan hasil yang sama.

Rumusan yang digunakan untuk mengukur uji reliabilitas adalah rumus *Cronbach's Alpha*. Kuesioner atau angket dinyatakan reliabel atau konsisten jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. Sementara jika nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,60$ maka kuesioner atau angket dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

3.7 Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.7.1. Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan regresi linier ganda. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan analisis verifikatif yaitu regresi linier ganda. Analisis deskriptif dilakukan untuk mendeskripsikan data penelitian. Analisis regresi linier ganda digunakan untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen dengan tipe data metrik (Interval atau Rasio). Analisis regresi linier ganda didahului uji persyaratan analisis yaitu uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik digunakan untuk membuktikan bahwa model persamaan regresi linier ganda dapat

diterima secara ekonometrika karena memenuhi penaksiran BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*) artinya penaksiran tidak bias, linier dan konsisten. Uji asumsi terdiri dari uji normalitas, multikolinieritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas, yang dapat dijelaskan sebagai berikut (Mulyanto dan Wulandari, 2010: 181):

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel-variabel dalam penelitian mempunyai sebaran distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* yang dihitung menggunakan bantuan SPSS versi 22. dengan menggunakan SPSS versi 22 untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak hanya dilihat pada baris *Asymp. Sig (2-tailed)*. Jika nilai tersebut kurang dari taraf signifikansi yang ditentukan misalnya 5% maka data tersebut tidak berdistribusi normal, sebaliknya nilai *Asymp. Sig* lebih dari atau sama dengan 5% maka data berdistribusi normal.

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Deteksi normalitas dapat dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik-titik) pada sumbu diagonal pada grafik. Dasar pengambilan keputusan dari uji normalitas Probability Plot yaitu :

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas.

Menurut Ghozali (2006:91), uji multikolinearitas dimaksudkan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Apabila terjadi korelasi antara variabel bebas, maka terdapat problem multikolinearitas pada model regresi tersebut. Ada tidaknya problem multikolinearitas didalam model regresi dapat dideteksi melalui hal-hal sebagai berikut :

- a. Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel bebas banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel tertentu.

- b. Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel bebas. Jika antar variabel ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinearitas.
- c. Multikolinearitas juga dapat dilihat dari nilai tolerance dan *variance inflation factor* (VIF). Jika VIF lebih dari 10 maka terjadi multikolinearitas.

Nilai korelasi tersebut dapat dilihat dari *collinearity statistics*, apabila nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) memperlihatkan hasil lebih besar dari 10 dan *tollerance* tidak boleh lebih kecil dari 0,1 maka menunjukkan adanya gejala multikolinearitas, sedangkan apabila nilai VIF lebih dari 10 dan nilai *tollerance* lebih besar dari 0,1 maka gejala multikolinearitas tidak ada.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi untuk memastikan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada model persamaan regresi hasil analisis. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai Durbin-Watson hasil analisis dimana kriteria hasil pengujian adalah sebagai berikut :

$1.21 < DW < 1.65 =$ tidak dapat disimpulkan

$2.35 < DW < 2.79 =$ tidak dapat disimpulkan

$1.65 < DW < 2.35 =$ tidak terjadi autokorelasi

$DW < 1.21$ dan $DW > 2.79 =$ terjadi autokorelasi

d. Uji Heteroskedastisitas

Santoso dan Ashari (2005:242) mengatakan bahwa salah satu asumsi dalam regresi berganda adalah uji heteroskedastisitas. Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan cara melihat grafik Flot antara nilai prediksi variabel terikat (Z_{pred}) dengan residual (S_{resid}). Apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi (bebas) heteroskedastisitas dalam data.

Setelah uji asumsi terpenuhi maka dilakukan analisis regresi linier ganda. Metode ini digunakan untuk mengetahui persamaan regresi pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan busana muslim Al Jami *Collection* kabupaten Bogor.

Variabel Terikat (Y)

Variabel ini nilainya tergantung pada variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah kepuasan pelanggan.

Variabel Bebas (X)

Variabel bebas tidak tergantung oleh variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan harga.

Hasil analisis regresi linier ganda yang utama adalah nilai koefisien determinasi R Square (R^2), adapun cara yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan, dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Model regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Koefisien regresi (konstanta)

b_1 = Koefisien regresi untuk Kualitas Produk

b_2 = Koefisien regresi untuk Harga

x_1 = Kualitas Produk

x_2 = Harga

Nilai koefisien determinasi ganda (R Square) menjelaskan besaran kemampuan model persamaan regresi dalam menjelaskan pengaruh variabel Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. Nilai koefisien regresi b_1 menunjukkan besar dan arah pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan sedangkan nilai koefisien regresi b_2 menunjukkan besar dan arah pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.

3.7.2. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis penelitian dilakukan dengan uji-t. Pengujian hipotesis dalam penelitian sebanyak dua kali sesuai dengan hipotesis penelitian.

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial digunakan untuk menguji kemaknaan koefisien parsial atau masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji parsial ini menggunakan distribusi t. Caranya dengan menggunakan alat bantu statistik SPSS dengan cara membandingkan antara nilai signifikan hitung dengan signifikan $\alpha = 5\%$

1. Uji hipotesis pertama

Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan busana muslim Al Jami *Collection* di kabupaten Bogor. Hipotesis statistik yang diajukan adalah sebagai berikut :

$H_{10} : b_1 = \text{tidak ada pengaruh}$

$H_{1a} : b_1 \neq \text{ada pengaruh}$

Pengajuan hipotesis dilakukan dengan uji-t yaitu membandingkan nilai probabilitas (sig t) terhadap taraf uji penelitian ($\alpha = 0.05$). kriteriayang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian adalah sebagai berikut :

— Jika $\text{sig } t < \alpha$, maka H_{10} ditolak dan H_{1a} diterima, artinya terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan

Pelanggan busana muslim Al Jami *Collection* di kabupaten Bogor secara parsial.

- Jika $\text{sig } t > \alpha$, maka H_{10} diterima dan H_{1a} ditolak, artinya tidak terdapat Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan busana muslim Al Jami *Collection* di kabupaten Bogor secara parsial.

2. Uji hipotesis kedua

Hipotesis kedua yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan busana muslim Al Jami *Collection* di kabupaten Bogor. Hipotesis statistik yang diajukan adalah sebagai berikut :

$H_{20} : b_1 =$ tidak ada pengaruh

$H_{2a} : b_1 \neq$ ada pengaruh

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji-t yaitu membandingkan nilai probabilitas ($\text{sig } t$) terhadap taraf uji penelitian ($= 0.05$). kriteria yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian adalah sebagai berikut :

- Jika $\text{sig } t < \alpha$, maka H_{20} ditolak dan H_{2a} diterima, artinya terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan busana muslim Al Jami *Collection* di kabupaten Bogor secara parsial.
- Jika $\text{sig } t > \alpha$, maka H_{20} diterima dan H_{2a} ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan

Pelanggan busana muslim Al Jami *Collection* di kabupaten Bogor secara parsial.

b. Uji Simultan (Uji F)

Hipotesis lain dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh kualitas produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan busana muslim Al Jami *Collection* di kabupaten Bogor secara simultan. Hipotesis stasistik yang diajukan adalah sebagai berikut :

$H_{30} : b_3 = 0$: tidak ada pengaruh

$H_{3\alpha} : b_3 \neq 0$: ada pengaruh

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji-F yaitu membandingkan nilai probabilitas (sig F) terhadap taraf uji penelitian ($\alpha = 0.05$). kriteria yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian adalah sebagai berikut :

- Jika sig F $< \alpha$, maka H_{30} ditolak dan H_{1a} diterima, artinya terdapat Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan busan muslim Al Jami *Collection* di kabupaten Bogor secara simultan.
- Jika sig F $< \alpha$, H_{30} diterima dan H_{1a} ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan busana muslim Al Jami *Collection* di kabupaten Bogor secara simultan.

BAB 4

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1.1. Sejarah Singkat Al Jami *Collection*

Gambar 4.1 Logo Perusahaan



AL JAMI COLLECTION adalah usaha yang berfokus pada pembuatan busana syar'i baik pakaian muslim maupun pakaian muslimah. *Al jami collection* merupakan alternatif busana muslim yang terjangkau bagi kalangan menengah, juga sebagai alternatif bagi busana muslim berkualitas dan syar'i. *Al jami collection* berdiri sejak 2013 dengan kantor pusat di Bogor, Indonesia.

AL JAMI COLLECTION diambil dari bahasa arab *JAMI'* yang artinya "mengumpulkan". Warna hijau pada logo *Al Jami* melambangkan kehidupan, kesegaran, ketenangan.

AL JAMI COLLECTION berdiri pada tahun 2013, dulu bernama *Al Jamil*, karena nama tersebut sudah ada pihak lain yang mendaftarkan maka berubahlah

nama Al Jamil menjadi Al Jami *Collection*. Pemilik brand Al Jami *Collection* sendiri bernama Heryani. Awal karir di industri hijab dan busana muslim dimulai dengan kegemaran beliau menjahit dan memakai baju hasil jahitan tersebut ke banyak pengajian, dan ternyata banyak dari teman-teman beliau yang menyukai baju hasil jahitan tersebut. Awalnya Al Jami *Collection* hanya menerima pesanan perorangan hingga kemudian membuka reseller, dan saat ini reseller Al Jami *Collection* sudah menjangkau mancanegara seperti Malaysia, Singapura, Jepang.

4.1.1.2. Visi dan misi

Visi

1. Semoga dengan produk ini banyak orang yang menggunakan pakaian syar'i.
2. Syiar melalui busana syar'i.

Misi

1. Memberdayakan masyarakat sekitar tempat usaha.
2. Menjual produk kualitas terbaik dengan harga yang terjangkau.
3. Memberikan pelayanan terbaik.
4. Meningkatkan inovasi inovasi busana muslim yang syar'i.

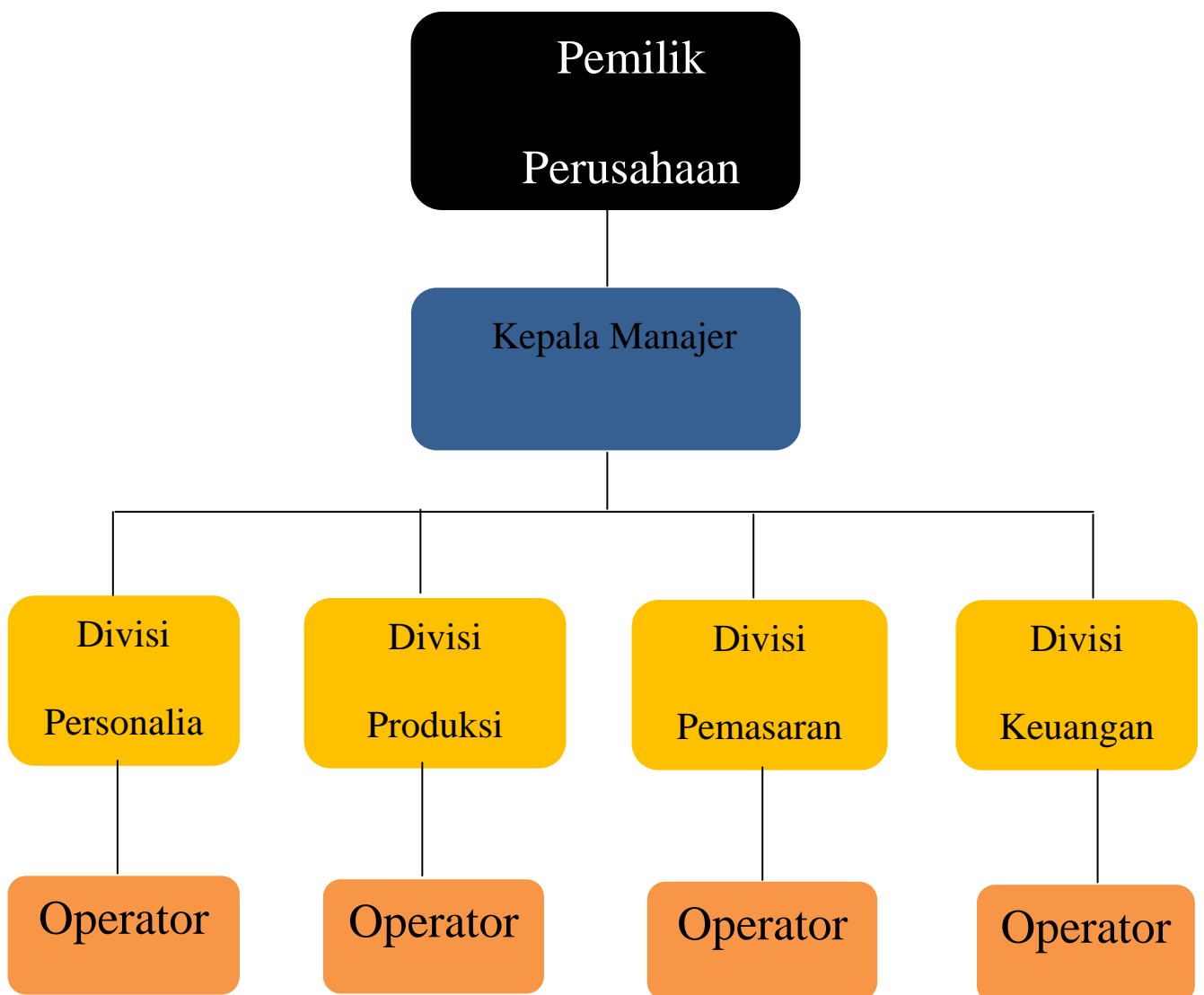
4.1.1.3. Struktur organisasi

Struktur organisasi adalah suatu susunan komponen-komponen atau unit-unit kerja dalam sebuah organisasi. Struktur organisasi menunjukkan bahwa adanya

pembagian kerja dan bagaimana fungsi atau kegiatan-kegiatan berbeda yang dikoordinasikan. Dan selain itu struktur organisasi juga menunjukkan mengenai spesialisasi-spesialisasi dari pekerjaan, saluran perintah maupun penyampaian laporan.

Gambar 4.2

Struktur Organisasi



Berikut ini pembagian wewenang dan tanggung jawab masing-masing fungsi berdasarkan uraian pekerjaan struktur organisasi di atas adalah sebagai berikut:

Fungsi Pemilik Perusahaan

1. Bertugas memimpin perusahaan
2. Perwakilan perusahaan dalam hubungannya dengan pihak luar
3. Memimpin rapat umum

Fungsi Manajer

1. Perencanaan yang mencakup mendefinisikan tujuan, menegakkan strategi dan mengembangkan rencana untuk mengkoordinasikan kegiatan.
2. Pengorganisasian, yaitu menetapkan apa tugas-tugas yang harus dikerjakan, siapa yang harus mengerjakan, bagaimana tugas-tugas itu dikelompokkan, siapa melapor, kepada siapa dan di mana keputusan itu harus diambil.
3. Memimpin yang mencakup memotivasi bawahan, mengarahkan orang-orang lain, memilih saluran-saluran komunikasi yang efektif dan memecahkan konflik-konflik.
4. Pengawasan (kontrol), yaitu memantau kegiatan-kegiatan untuk memastikan kegiatan itu, apakah sesuai dengan yang telah direncanakan dan mengoreksi setiap penyimpangan.

Fungsi Divisi

1. Untuk menyelesaikan masalah sebisanya tanpa harus ditangani oleh atasan atau manager
2. Berfungsi untuk penghubung antara Staf dan Manager
3. Berfungsi untuk membantu tugas Staf Bawahan
4. Berfungsi menampung segala keluhan dari Tamu dan Customer yang disampaikan melalui Staf untuk disampaikan ke manager

Fungsi Operator

1. Briefing.
2. Mengoperasikan mesin yang menjadi tanggung jawabnya.
3. Bekerja sesuai SOP (Standar Operasional Prosedur)
4. Bekerja sesuai target
5. Menajaga dan memelihara pada lingkungan kerja
6. Membuat laporan

Obyek yang diteliti dalam penelitian ini adalah Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan pelanggan Al Jami *Collection*. Kepuasan Pelanggan akan timbul setelah seseorang mengetahui kualitas produk, dan harga yang ditawarkan oleh produsen (Al Jami *Collection*).

Di identifikasikan sebagai variable bebas/ independent variable Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y) diidentifikasi sebagai variable terikat/ dependent.

Dan berdasarkan pada jawaban kuisisioner yang telah diberikan kepada responden, maka akan diketahui nilai ketergantungan masing-masing dimensi

variabel bebas dan variabel terikat untuk dapat menghasilkan jawaban hipotesis yang akan telah ditetapkan sebelumnya.

4.1.2 Gambaran umum responden

Berikut ini merupakan hasil responden dari 100 pelanggan Al Jami *Collection* di Kabupaten Bogor. Untuk memahami lebih jauh mengenai responden penelitian, terlebih dahulu penulis menganalisis karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan. Penggolongan yang dilakukan terhadap responden dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara jelas mengenai gambaran responden sebagai objek penelitian. Gambaran umum dari responden sebagai objek penelitian tersebut satu per satu dapat diuraikan seperti bagian berikut.

4.1.2.1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran tentang jenis kelamin responden yang dapat dilihat pada Tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

| No | Jenis Kelamin | Jumlah | Persentase (%) |
|-------|---------------|--------|----------------|
| 1 | Laki-Laki | 30 | 30 |
| 2 | Perempuan | 70 | 70 |
| Total | | 100 | 100 % |

Sumber : Data Penelitian yang diolah, 2020

Berdasarkan data diatas, diketahui bahwa responden berdasarkan jenis kelamin yaitu Laki-laki 30 orang atau 30% dan jumlah responden Perempuan sebanyak 70 orang atau 70 %. Hal ini menunjukkan pelanggan Al Jami *Collection* mayoritas berjenis kelamin perempuan.

4.1.2.2. Karakteristik Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran tentang usia responden yang dapat dilihat pada table 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.2. Karakteristik Berdasarkan Usia

| No | Usia | Jumlah | Persentase (%) |
|-------|------------|--------|----------------|
| 1 | < 20 Tahun | 9 | 9 |
| 2 | 21 - 30 | 56 | 56 |
| 3 | 31 - 40 | 16 | 16 |
| 4 | 41 - 50 | 17 | 17 |
| 5 | >50 tahun | 2 | 2 |
| Total | | 100 | 100 % |

Sumber : Data Penelitian yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden dengan usia <20 tahun sebanyak 9 orang atau 9%, untuk yang berusia 21-30 Tahun sebanyak 56 orang atau 56 %, untuk yang berusia 31-40 Tahun sebanyak 16 orang atau 16%, dan yang berusia 41 - 50 Tahun keatas sebanyak 17 orang atau 17%, dan untuk usia diatas 50 tahun sebanyak 2 orang atau 2%. Hal ini menunjukkan jumlah responden Al Jami *Collection* mayoritas berusia 21-30 tahun.

4.1.2.3. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran tentang pekerjaan responden Al Jami *Collection* yang dapat dilihat pada table 4.3 berikut ini:

Table 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

| No | Usia | Jumlah | Persentase (%) |
|-------|-------------------|--------|----------------|
| 1 | Ibu rumah tangga | 20 | 20 |
| 2 | Karyawan swasta | 32 | 32 |
| 3 | Pelajar/Mahasiswa | 25 | 25 |
| 4 | PNS/ ABRI/ Polri | 6 | 6 |
| 5 | Wiraswasta | 17 | 17 |
| Total | | 100 | 100 % |

Sumber : Data Penelitian yang diolah, 2020

Berdasarkan table 4.3 menunjukkan bahwa responden *Al Jami Collection* mayoritas adalah karyawan swasta yaitu sebanyak 32 orang atau 32%.

4.1.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji Validitas adalah pengujian sejauh mana alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel yang ada. Suatu instrument dinyatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel maka butir kuesioner dikatakan Valid, begitupun sebaliknya apabila r hitung $<$ r tabel maka butir kuesioner dikatakan tidak valid. Dalam pelaksanaannya, pengelolaan data menggunakan program *SPSS(Statistic Packacge For The Sosial Sciencies) 16*.

Uji Relibilitas adalah indeks menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur yang dapat dipercaya dan dapat diandalkan. Uji Realibilitas Instrument pengukuran dalam penelitian ini menggunakan Cronbach's Alpha. Jika r_i hitung $>$ r_i tabel instrument dinyatakan Reliabel dan jika r_i hitung $<$ r_i tabel instrument dinyatakan tidak reliabel.

4.1.4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X1)

- a. Data variable Kualitas Produk diperoleh dari 9 pernyataan yaitu X1.1 sampai dengan X1.9 Validitas variable Kualitas Produk diuji dengan membandingkan nilai hitung (kolom *Corrected Item-Total Correlation*) hasil Output SPSS dengan nilai r_{tabel} . Nilai hitung $> r_{tabel}$ (0,196) sehingga variable Kualitas Produk dianggap valid.

Table 4.4

Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)

| Item-Total Statistics | | | | |
|-----------------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| X1.1 | 35.9600 | 6.887 | .288 | .729 |
| X1.2 | 36.2800 | 6.850 | .208 | .743 |
| X1.3 | 36.2500 | 6.391 | .367 | .719 |
| X1.4 | 36.2500 | 6.391 | .367 | .719 |
| X1.5 | 36.2400 | 6.023 | .471 | .700 |
| X1.6 | 36.2000 | 6.061 | .503 | .695 |
| X1.7 | 36.1800 | 6.129 | .503 | .696 |
| X1.8 | 36.3200 | 5.674 | .528 | .688 |
| X1.9 | 36.2400 | 6.083 | .447 | .705 |

Sumber : Data Penelitian yang diolah, 2020

- b. Uji reliabilitas dilakukan dengan metode *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. Uji reliabilitas variabel Kualitas Produk dilakukan terhadap 9 item pernyataan yang telah valid. Hasil uji variabel Kualitas Produk mendapat nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari nilai kritis ($0,735 > 0,60$) maka variabel Kualitas Produk dinyatakan reliabel.

Table 4.5
Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .735 | 9 |

Sumber : Data Penelitian yang diolah, 2020

4.1.4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Varibel Harga (X2)

- a. Data variabel Harga diperoleh dari 6 pernyataan yaitu X2.1 sampai dengan X2.6. Validitas variabel Harga diuji dengan membandingkan nilai rhitung (kolom *Correted Item-Total Correlation*) hasil Output SPSS dengan nilai rtabel. Karena nilai r hitung $>$ r tabel (0,196) maka variable Harga dianggap valid.

Table 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2)

| Item-Total Statistics | | | | |
|-----------------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| X2.1 | 21.98 | 4.262 | .540 | .735 |
| X2.2 | 22.16 | 4.823 | .438 | .759 |
| X2.3 | 22.03 | 4.373 | .537 | .735 |
| X2.4 | 22.11 | 4.463 | .493 | .747 |
| X2.5 | 22.07 | 4.126 | .612 | .715 |
| X2.6 | 22.00 | 4.566 | .492 | .747 |

Sumber: Data Penelitian yang diolah, 2020

- b. Uji reliabilitas dilakukan dengan metode *Cronbach's Alpha* > 0,60. Uji reliabilitas variabel Harga dilakukan terhadap 6 item pernyataan yang telah valid. Hasil uji variabel Harga mendapat nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari nilai kritis (0,774 > 0,60) maka variabel Harga dinyatakan reliabel.

Tabel 4.7

Hasil Uji Reliabilitas Harga

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .774 | 6 |

Sumber: Data Penelitian yang diolah, 2020

4.1.4.3. Uji Validitas dan Reabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

- a. Data variable Kepuasan Pelanggan diperoleh dari 6 pernyataan yaitu Y.1 sampai dengan Y.6. Validitas variabel Kepuasan Pelanggan diuji dengan membandingkan nilai r hitung (kolom *Corrected Item-Total Correlation*) hasil Output SPSS dengan nilai r tabel, karena nilai r hitung > r tabel (0,196) maka Kepuasan Pelanggan dianggap valid.

Table 4.8

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

| Item-Total Statistics | | | | |
|-----------------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| Y1 | 22.14 | 4.223 | .482 | .704 |
| Y2 | 22.17 | 4.749 | .260 | .760 |
| Y3 | 22.23 | 3.896 | .570 | .678 |
| Y4 | 22.35 | 3.785 | .544 | .686 |
| Y5 | 22.22 | 4.315 | .461 | .710 |
| Y6 | 22.29 | 3.986 | .561 | .681 |

Sumber: Data Penelitian yang diolah, 2020

- b. Uji reliabilitas dilakukan dengan metode Cronbach's Alpha $> 0,60$. Uji reliabilitas variabel Kepuasan Pelanggan dilakukan terhadap 6 item pernyataan yang telah valid. Hasil uji variabel Kepuasan Pelanggan mendapat nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari nilai kritis ($0,742 > 0,60$) maka variabel Kepuasan Pelanggan dinyatakan reliable.

Table 4.9
Hasil Uji Realibilitas variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .742 | 6 |

Sumber: Data Penelitian yang diolah, 2020

4.1.4 Analisis Data

Analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda yang harus di uji dengan uji asumsi klasik. Uji asumsi terdiri dari uji normalitas, multikolinieritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas, yang dapat dijelaskan sebagai berikut (Mulyanto dan Wulandari, 2010: 181):

4.1.4.1. Uji Normalitas

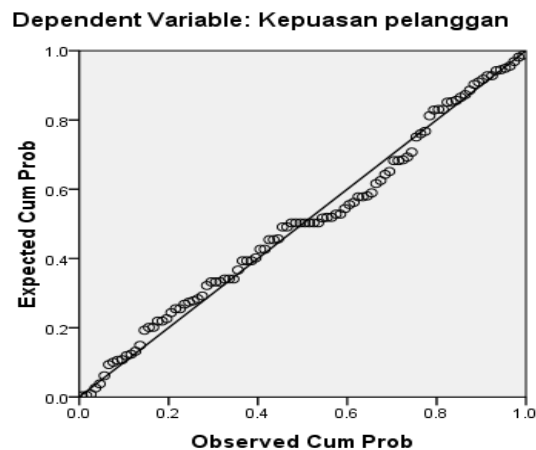
Salah satu menentukan uji normalitas yaitu dengan melihat normal probably plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal (Ghozali, 2011: 160). Dari gambar 4.2 di bawah hasil menunjukkan bahwa data sudah terdistribusi secara normal karena

penyabaran data atau titik-titik disekitar garis diagonal tidak menyimpang terlalu jauh dan mengikuti arah garis diagonal nya.

Adapun hasil perhitungan uji normalitas dengan melihat dari segi grafik yang ditunjukkan pada gambar p-p plot berikut ini:

Gambar 4.3
Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data Penelitian yang diolah, 2020

4.1.4.2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolonieritas yaitu adanya korelasi yang sangat kuat antar variabel bebas tidak diharapkan sehingga pengujian dilakukan untuk memastikan tidak terjadi multikolinearitas yang menunjukkan variabel bebas satu dengan yang lainnya setara (independen). Tidak terjadinya multikolinearitas atau terpenuhi uji pengujian dilakukan dengan melihat nilai VIF dan tolerance jika:

Nilai tolerance seluruh variabel independen mendekati angka 1 dan atau lebih besar dari pada 0,2

Nilai VIF seluruh variabel independen berada di seputar angka 1 dan tidak boleh lebih dari 10.

Table 4.10

Uji Multikolinearitas

| Coefficients ^a | | | | | | | |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | -1.453 | 2.403 | | -.605 | .547 | | |
| Kualitas produk | .377 | .059 | .438 | 6.369 | .000 | .862 | 1.160 |
| Harga | .483 | .066 | .500 | 7.270 | .000 | .862 | 1.160 |

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Sumber: Data Penelitian yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh variabel Kepuasan Pelanggan tidak terdapat gangguan masalah multikolinearitas. Hal tersebut dapat dilihat pada nilai tolerance nya di atas 0,00 (nilai tolerance berkisar 0,862), begitu juga dengan nilai value inflation faktor (VIF) tidak ada yang diatas 10 (nilai VIF berkisar antara 1.160).

4.1.4.3. Uji Asumsi Autokorelasi

Autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem

autokorelasi. Untuk mendeteksi autokorelasi dalam penelitian ini maka digunakan uji Durbin Watson (DW), dengan kriteria sebagai berikut:

- $1.21 < DW < 1.65$ = tidak dapat disimpulkan
- $2.35 < DW < 2.79$ = tidak dapat disimpulkan
- $1.65 < DW < 2.35$ = tidak terjadi autokorelasi
- $DW < 1.21$ dan $DW > 2.79$ = terjadi autokorelasi.

Table 4.11

Hasil Uji Autokorelasi

| Model Summary ^b | | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1 | .778 ^a | .605 | .596 | 1.51590 | 1.624 |

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas produk

b. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Sumber: Data Penelitian yang diolah, 2020

Dari tabel di atas analisis nilai Durbin Watson menghasilkan nilai sebesar 1,624, nilai Durbin Watson berada pada rentang $1,21 < 1,624 < 1,65$ = tidak dapat disimpulkan. Oleh karena itu analisis regresi linier berganda dapat dilanjutkan.

4.1.4.4. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk membuktikan bahwa model persamaan regresi ganda tidak memiliki masalah heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas tidak diharapkan sehingga pengujian dilakukan untuk membuktikan bahwa model persamaan regresi ganda tidak memiliki masalah heteroskedastisitas. Pengujian dilakukan secara grafik yaitu dengan melihat titik-titik pada grafik scatter plot. Apabila titik-titik tersebar acak tidak membentuk

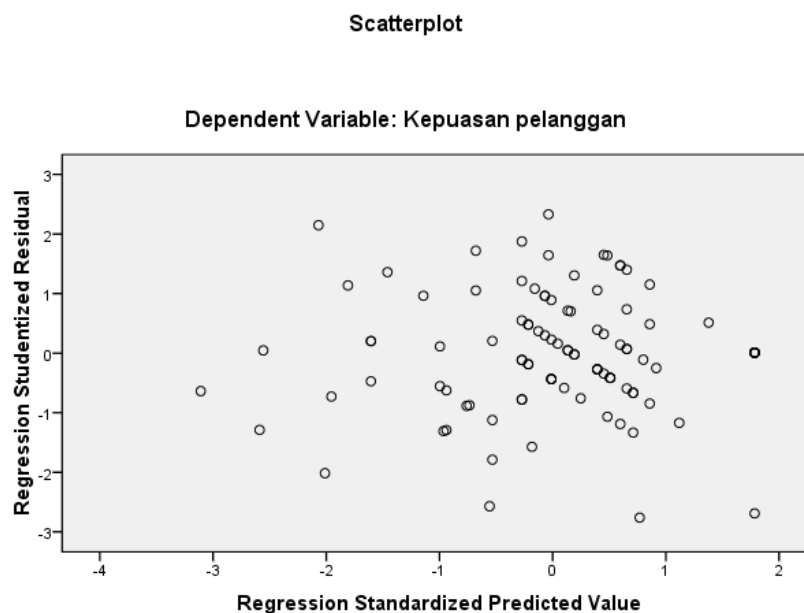
suatu pola tertentu seperti segitiga, segiempat, lengkung yang beraturan dan sebagainya maka uji asumsi ini terpenuhi

Berdasarkan grafik scatter plot di atas menunjukkan bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar secara acak baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak terdapat heteroskedastisitas pada model regresi.

Berdasarkan hasil pengolahan data, maka hasil Scatterplot dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4.4

Uji Heteroskedastisitas



Setelah uji asumsi terpenuhi maka dilakukan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis regresi berganda yang utama adalah nilai koefisien determinasi Adjusted R Square. Hasil analisis regresi ganda yang pertama adalah tabel model Summary.

Table 4.12
Koefisien Determinasi (R^2)

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .778 ^a | .605 | .596 | 1.51590 |

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas produk

b. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Sumber: Data Penelitian yang diolah, 2020

Dari tabel model summary diatas maka diperoleh nilai koefisien determinasi ganda (R Square) sebesar 0,605. Nilai $R^2 = 0,605$ menunjukkan bahwa X1 Kualitas Produk dan X2 Harga dalam model secara bersama-sama mampu menjelaskan 60,5% variasi Y sedangkan 39,5 variasi Y lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Hasil analisis berikutnya berupa tabel anova yang digunakan untuk menguji hipotesis pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.

Analisis regresi linier ganda juga menghasilkan tabel koefisien yang menunjukkan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut:

Table 4.13**Coefficients^a**

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| (Constant) | -1.453 | 2.403 | | -.605 | .547 | | |
| Kualitas produk | .377 | .059 | .438 | 6.369 | .000 | .862 | 1.160 |
| Harga | .483 | .066 | .500 | 7.270 | .000 | .862 | 1.160 |

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Sumber: Data Penelitian yang diolah, 2020

Dari tabel di atas dapat di susun model persamaan regresi linier ganda sebagai berikut:

$$Y = -1,453 + 0,377 X_1 + 0,483 X_2$$

(0,000) (0,000)

Model persamaan regresi linier ganda hasil analisis tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar $a = -1,453$, artinya bahwa jika X_1 dan X_2 dianggap konstan maka Y akan bernilai negatif.
- Nilai koefisien regresi X_1 sebesar $b_1 = 0,377$ menunjukkan bahwa X_1 berpengaruh terhadap Y dengan arah positif.
- Nilai koefisien regresi X_2 sebesar $b_2 = 0,483$ menunjukkan bahwa X_2 berpengaruh terhadap Y dengan arah positif.

4.1.5 Pengujian Hipotesis

4.1.6.1. Uji Parsial (Uji t)

Hasil uji t-Test Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Al Jami *Collection* di Kabupaten Bogor dapat dilihat pada table dibawah ini.

Table 4.14

| Coefficients ^a | | | |
|---------------------------|-----------------|-------|------|
| Model | | t | Sig. |
| 1 | (Constant) | -.605 | .547 |
| | Kualitas produk | 6.369 | .000 |
| | Harga | 7.270 | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Sumber: Data Penelitian yang diolah, 2020

Penjelasan hasil uji t- Test diatas adalah sebagai berikut:

1. Nilai t hitung Pengaruh Kualitas Produk sebesar 6,369 sementara t table dengan sig. $\alpha = 0,05$ dan $df = n-k$ yaitu $100-2 = 98$, maka didapat t tabel (one tail) sebesar 1,661. Nilai t hitung lebih besar dibandingkan nilai t tabel, hal ini menunjukkan dan menyatakan ada pengaruh signifikan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Al Jami *Collection* di Kabupaten Bogor.
2. Nilai t hitung Hargasebesar 7,270 sementara t tabel dengan sig. $\alpha = 0,05$ dan $df = n-k$ yaitu $100-2 = 98$, maka didapat t tabel (one tail) sebesar 1,661. Nilai t hitung lebih besar dibandingkan nilai t tabel, hal ini menunjukkan dan

menyatakan ada pengaruh signifikan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Al Jami *Collection* di Kabupaten Bogor.

4.1.6.2. Uji Simultan (Uji F)

Hasil Uji Simultan Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Al Jami *Collection* di Kabupaten Bogor dapat dilihat pada table berikut ini:

Table 4.15

| ANOVA ^b | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 340.858 | 2 | 170.429 | 74.166 | .000 ^a |
| | Residual | 222.902 | 97 | 2.298 | | |
| | Total | 563.760 | 99 | | | |

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas produk

b. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Sumber: Data Penelitian yang diolah, 2020

F hitung sebesar 74,166, sementara F table dengan $df = 100-2-1=97$ didapat sebesar 2,700. Nilai F hitung lebih besar dari F tabel, maka dengan demikian model regresi Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Al Jami *Collection* di Kabupaten Bogor dinyatakan fit atau baik.

4.2 Pembahasan Penelitian

Penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap kepuasan Pelanggan Al Jami *Collection* di Kabupaten Bogor, dapat dibuat pembahasan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Al Jami *Collection* di Kabupaten Bogor.

Berdasarkan hasil analisis di atas menunjukkan bahwa nilai t hitung Kualitas Produk sebesar 6,369 sementara t tabel dengan sig. $\alpha = 0,05$ dan $df = n-k$ yaitu $100-2 = 98$, maka didapat t tabel (one tail) sebesar 1,661. Nilai t hitung lebih besar dibandingkan nilai t tabel, hal ini menunjukkan dan menyatakan ada pengaruh signifikan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Al Jami *Collection* di Kabupaten Bogor. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti yang telah dicantumkan pada bab 2 laporan penelitian ini, salah satunya adalah: Noviyanti (2018) yang menjelaskan bahwa Kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Artinya penelitian ini penting untuk menitikberatkan pada indikator yang digunakan peneliti dalam penelitian tentang pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Untuk itu Al Jami *Collection* perlu mempertahankan dan mengembangkan kembali aspek-aspek yang dapat meningkatkan kualitas produknya seperti bahan baku yang digunakan, desain pola, dan kekokohan jahitan agar pelanggan tidak berpaling ke pesaing lain.

2. Harga Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Al Jami *Collection* di Kabupaten Bogor.

Berdasarkan hasil analisa diatas menunjukkan bahwa Nilai t hitung Hargasebesar 7,270 sementara t tabel dengan sig. $\alpha = 0,05$ dan $df = n-k$ yaitu $100-2 = 98$, maka didapat t tabel (one tail) sebesar 1,661. Nilai t hitung lebih besar dibandingkan nilai t tabel, hal ini menunjukkan dan menyatakan ada pengaruh signifikan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Al Jami *Collection* di Kabupaten Bogor. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti yang telah dicantumkan pada bab 2 laporan penelitian ini, salah satunya adalah: Cahyani (2018) yang menjelaskan bahwa Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Demikian juga yang diutarakan oleh Noviyanti (2018) yaitu Harga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Artinya penelitian ini penting untuk menitik beratkan pada indicator yang digunakan peneliti tentang pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan. Untuk itu Al Jami *Collection* harus tetap menjaga agar harga yang ditawarkan bisa dijangkau oleh semua kalangan, dan harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan oleh pelanggan agar pelanggan di kecewa.

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan”, dengan objek penelitian adalah pelanggan *Al Jami Collection* sebanyak 100 orang, dengan menggunakan regresi linier berganda didapat $Y = -1,453 + 0,377 X_1 + 0,483 X_2$ Hasilnya sebagai berikut:

1. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan sebesar 0,377 terhadap Kepuasan Pelanggan. Koefisien bernilai positif, maka terjadi hubungan positif antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan sebesar 0,483 terhadap Kepuasan Pelanggan. Koefisien bernilai positif, maka terjadi hubungan positif antara Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian sebagai berikut :

1. Al Jami *Collection* perlu mempertahankan dan meningkatkan aspek-aspek yang dapat membuat kualitas produk menjadi baik, seperti bekerjasama dengan pabrik textile yang telah mempunyai agar bahan baku yang digunakan adalah bahan baku yang terbaik dan meminimalisir kekosongan bahan baku.
2. Meningkatkan skill dari para penjahit salah satunya dengan mengadakan pelatihan-pelatihan, mengembangkan fasilitas sarana dan prasarana yang menunjang kegiatan produksi, agar kegiatan produksi lebih efektif dan efisien.
3. Al Jami *Collection* perlu menjaga agar harga yang diberikan kepada pelanggan tetap terjangkau, dengan bekerjasama dengan pabrik textile yang mempunyai maka harga bahan baku akan stabil sehingga harga produk Al Jami *Collection* tetap terjangkau.
4. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terhadap faktor-faktor selain Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Al Jami *Collection*, karena dalam penelitian ini Kualitas Produk dan Harga berpengaruh sebesar 64,9% terhadap Kepuasan Pelanggan, hal ini menunjukkan masih ada 35,1% faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan namun tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldin, Ihya Ulum. 2019. “Kemenperin Dorong Produsen Busana Muslim Rambah Pasar Global”. <https://katadata.co.id/berita/2019/05/01/kemenperin-dorong-produsen-busana-muslim-rambah-pasar-global>. Diakses pada 7 Februari 2020.
- Ariyanti, Fiki. 2019. “Manajemen, Pengertian Manajemen, Fungsi, dan Jenis Keilmuan yang Harus Kamu Tahu”. <https://www.google.com/amp/s/www.cermati.com/artikel/amp/manajemen-pengertian-manajemen-fungsi-jenis-keilmuan-yang-harus-kamu-tau>. Diakses pada 12 Februari 2020.
- Burhan, Bungin. 2009. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Kencana Prenada Media Grup. Jakarta
- Cahyani. 2018. *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Yoehan Busana Wanaherang*. Skripsi: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta.
- CiputraUceo. 2015. “Umur Perusahaan, Definisi dan Analisa Selama 4 Tahun”. <http://ciputrauceo.net/blog/2015/5/12/umur-perusahaan-definisi-dan-analisa-selama-4-tahun>. Diakses pada 7 Februari 2020
- Daryanto dan Setyobudi. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: GAVA MEDIA, 2014.
- East, Proxsis. 2019. “Pengertian Produk, Definisi Kualitas Produk, dan Dimensi Kualitas Produk”. <https://surabaya.prosisgrup.com/pengertian-produk-definisi-kualitas-produk-dan-dimensi-kualitas-produk/>. Diakses pada Februari 2020.
- Ferry Rostya Adi, Albertus. “Analisi Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Lampersari Semarang)”. Skripsi: Universitas Diponegoro Semarang.
- Hasanain Yahya, Dany. 2018. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Dany Bojonegoro”. Skripsi: Universitas Islam Indonesia

- Hendra, Fure. 2013. “*Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional BersehatiCalaca*”. Jurnal EMBA, Vol.1, No 3 (September), 273-283.
- Husein, Umar. 1997. *Study Kelayakan Bisnis. Edisi ketiga*. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta
- Husein, Umar. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Husein, Umar. 2005. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Irawan, Handi.2008. *Metode Strategi kepuasan Pelanggan*. Cetakan Pertama. Jakarta: Pradnya Paramitha,h.45. Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2008 (terj. Benyamin Molan). *Manajemen Pemasaran. Edisi Milinium*. Jakarta: Elangga.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Amstrong. 2015. *Principle of Marketing. 15th edition*, New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2015. *Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Belas jilid 1*. Erlangga : Jakarta
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2018. *Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Belas jilid 1*. Erlangga : Jakarta
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2012 (terj. Bob Sabran MM).*Manajemen Pemasaran. Edisi Ketiga Belas Jilid Dua*.Erlangga : Jakarta
- Lubis, Mohammad Chafizh Maulana. 2014. “*Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Green Cake & Coffe di Bandung*”. Jurnal Universitas Widyatama, Vol. 2, No 22.
- Lupyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek. Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat.

- Mowen, John C dan Minor, Micheal. 2012. *Perilaku Konsumen. Dialih bahasakan oleh Dwi Kartika Yahya*. Jakarta: Erlangga.
- Mulyanto, Heru dan Wulandari, A. (2010). *Penelitian: Metode dan Analisis*. CV. Semarang: CV Agung.
- Mur Diana, Ina. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen studi Kasus pada Viola Ladies Boutique di Yogyakarta*. Skripsi: Universitas Sanata Dharma.
- Nogroho, Eriyanto Prastyo. 2011. “*Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer (Studi kasus Mahasiswa Unnes Fakultas Ekonomi)*”. Skripsi: Universitas Negeri Semarang.
- Noviyanti. 2018. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Xiaomi*. Skripsi: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta.
- Panzy, dan Aditya. 2015. “*Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan pelanggan pada Perusahaan Konveksi Fazry*”. E-Proceeding of management, Vol 2, No 3 (Desember), 4-5.
- Pratama, Santi Yoga. 2018. “*Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Agya Collection Ponorogo*”. Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Puri, Melya. 2016. “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Provita Bandar Lampung*”. Skripsi: Universitas Lampung Bandar Lampung.
- Rohmana, Wulan. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Mocari Coffe)*. Skripsi: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmawati, Rina. 2017. “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Caffè Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta*”. Skripsi: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi bisnis pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi

Uma, Sekaran. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta : salemba Empat

Lampiran 1

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN AL JAMI
COLLECTION DI KABUPATEN BOGOR**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
Menyelesaikan penulisan Skripsi



Oleh :

ABDUL MALIK ALADIN
NIM : 2016511119

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI IPWI JAKARTA
PROGRAM SARJANA PRODI MANAJEMEN
JAKARTA
2020**

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth:
Responden
Di Tempat

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan adanya SKRIPSI sebagai tugas akhir, saya melakukan penelitian mengenai **Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan al Jami Collection di Kabupaten Bogor.**

Untuk itu, saya mengharapkan kesediaan dari Bapak/Ibu/Sdr/i untuk menjawab kuesioner ini sesuai dengan petunjuk yang tersedia dan mengisi seluruh pernyataan ini sesuai dengan pengalaman, pengetahuan, persepsi, dan keadaan yang sebenarnya. Semua informasi yang Bapak/Ibu/Sdr/i berikan akan dijamin kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk tujuan penelitian ini.

Atas partisipasi Bapak/Ibu/Sdr/i mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Peneliti.

Abdul Malik Aladin

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan al Jami Collection di Kabupaten Bogor

IDENTITAS RESPONDEN

NAMA :

JENIS KELAMIN : Laki-laki/Perempuan

USIA :

PEKERJAAN :

PETUNJUK PENGISIAN ANGKET

1. Pilih salah satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan anda yang sebenarnya dengan memberi tanda (\surd)
2. Jawaban yang anda pilih tidak akan berpengaruh apapun terhadap nilai anda
3. Keterangan pilihan :

| | |
|---------------------------|-----|
| Sangat Tidak Setuju (STS) | = 1 |
| Tidak Setuju (TS) | = 2 |
| Cukup (C) | = 3 |
| Setuju (S) | = 4 |
| Sangat Setuju (SS) | = 5 |
4. Hasil penelitian ini hanya untuk kepentingan penelitian saja. Identitas dari anda akan dirahasiakan dan hanya diketahui oleh peneliti.

KUESIONER PENELITIAN

A. KUALITAS PRODUK (X1)

| No | Pernyataan-pernyataan | ST S | T S | N | S | S S |
|----|--|---------|--------|---|---|--------|
| 1 | Produk dari Al Jami Collection sopan dan sesuai syariat islam sehingga menutupi seluruh aurat saya | | | | | |
| 2 | Detail produk dari Al Jami Collection bagus sehingga produk terlihat mewah namun tidak berlebihan. | | | | | |
| 3 | Produk dari Al Jami Collection menumbuhkan rasa percaya diri pada saat memakainya. | | | | | |
| 4 | Desain produk dari Al Jami Collection simpel sehingga memudahkan saya dalam berkegiatan sehari-hari. | | | | | |
| 5 | Produk dari Al Jami Collection memiliki potongan yang nyaman saat dipakai | | | | | |
| 6 | Menurut saya produk dari Al Jami Collection memiliki bahan jadi yang berkualitas. | | | | | |
| 7 | Bahan jadi dari Al Jami Collection memiliki kualitas yang bagus sehingga produknya tahan lama. | | | | | |
| 8 | Saya merasa bangga pada saat menggunakan produk dari Al Jami Collection | | | | | |
| 9 | Menurut saya kualitas produk yang diberikan oleh Al Jami Collection sesuai dengan apa yang diharapkan. | | | | | |

B. HARGA (X2)

| No | Pernyataan-pernyataan | STS | TS | N | S | SS |
|----|------------------------------------|-----|----|---|---|----|
| 1 | Harga yang ditawarkan oleh Al Jami | | | | | |

| | | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|--|
| | Collection dapat dijangkau oleh pelanggan. | | | | | |
| 2 | Ada kesesuaian antara harga dan kualitas produk dari al Jami Collection. | | | | | |
| 3 | Harga yang ditawarkan oleh Al Jami Collection sesuai dengan manfaat yang saya rasakan. | | | | | |
| 4 | Harga yang ditawarkan oleh al Jami Collection dapat bersaing dengan kompetitor lain. | | | | | |
| 5 | Harga yang ditawarkan oleh al Jami Collection sesuai dengan harga dipasaran. | | | | | |
| 6 | Harga yang ditawarkan oleh Al Jami Collection sesuai dengan kemampuan saya. | | | | | |

C. KEPUASAN PELANGGAN (Y)

| No | Pernyataan-pernyataan | STS | TS | N | S | SS |
|----|--|-----|----|---|---|----|
| 1 | Saya merasa puas terhadap produk yang dibeli di Al Jami Collection. | | | | | |
| 2 | Saya merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Al Jami Collection. | | | | | |
| 3 | Saya akan selalu membeli produk di Al Jami Collection karena merasa puas. | | | | | |
| 4 | Ketika membutuhkan pakaian muslim saya selalu membeli di Al Jami Collection. | | | | | |
| 5 | Saya bersedia merekomendasikan produk Al Jami Collection kepada orang lain. | | | | | |
| 6 | Saya merasa produk Al Jami Collection memenuhi harapan saya. | | | | | |

Lampiran 3 Data Tabulasi X1 (Kualitas Produk)

**Tabulasi Skor Jawaban Responden
Kompensasi (X1)**

| Respo nden | Jawaban Responden | | | | | | | | | Nilai Total |
|---------------|-------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|----------------|
| | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.3 | X1.5 | X1.6 | X1.7 | X1.8 | X1.9 | |
| 1 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 43 |
| 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 35 |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 44 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 40 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 42 |
| 6 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 7 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 33 |
| 8 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 40 |
| 9 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 38 |
| 10 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 39 |
| 11 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 12 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 41 |
| 13 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 39 |
| 14 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 15 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 40 |
| 16 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 17 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 40 |
| 18 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 41 |
| 19 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 43 |
| 20 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 40 |
| 21 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 42 |
| 22 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 40 |
| 23 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 24 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 25 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 42 |
| 26 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 27 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 40 |
| 28 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 29 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 30 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 41 |
| 31 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 43 |
| 32 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 43 |
| 33 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 34 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 43 |
| 35 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 43 |
| 36 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 35 |
| 37 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 41 |

| | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 38 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 41 |
| 39 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 43 |
| 40 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 37 |
| 41 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 42 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 43 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 40 |
| 44 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 42 |
| 45 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 39 |
| 46 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 40 |
| 47 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 40 |
| 48 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 41 |
| 49 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 42 |
| 50 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 51 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 40 |
| 52 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 43 |
| 53 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 54 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 55 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 38 |
| 56 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 43 |
| 57 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 34 |
| 58 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 35 |
| 59 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 44 |
| 60 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 42 |
| 61 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 38 |
| 62 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 38 |
| 63 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 42 |
| 64 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 38 |
| 65 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 40 |
| 66 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 40 |
| 67 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 68 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 37 |
| 69 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 41 |
| 70 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 42 |
| 71 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 41 |
| 72 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 73 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 74 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 41 |
| 75 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 41 |
| 76 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 42 |
| 77 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 40 |
| 78 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 79 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 80 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 39 |
| 81 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 42 |
| 82 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 38 |

| | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 83 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 35 |
| 84 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 85 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 86 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 42 |
| 87 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 42 |
| 88 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 43 |
| 89 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 90 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 40 |
| 91 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 42 |
| 92 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 42 |
| 93 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 41 |
| 94 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 39 |
| 95 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 43 |
| 96 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 42 |
| 97 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 40 |
| 98 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 39 |
| 99 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 100 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 41 |

Lampiran 4 Data tabulasi X2 (Harga)

Tabulasi Skor Jawaban Responden

Harga (X2)

| Responden | Jawaban Responden | | | | | | Nilai Total |
|-----------|-------------------|------|------|------|------|------|-------------|
| | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 | X2.6 | |
| 1 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 27 |
| 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 19 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 21 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 26 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 27 |
| 6 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 7 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 25 |
| 8 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 9 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 25 |
| 10 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 11 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 21 |
| 12 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 28 |
| 13 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 25 |
| 14 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 15 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 27 |
| 16 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 17 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 26 |
| 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 26 |
| 19 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 20 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| 21 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 28 |
| 22 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 26 |
| 23 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 24 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 25 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 28 |
| 26 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 26 |
| 27 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 28 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 29 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 30 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 31 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 28 |
| 32 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 33 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 25 |

| | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|----|
| 34 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 21 |
| 35 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 28 |
| 36 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 21 |
| 37 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 29 |
| 38 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 27 |
| 39 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 27 |
| 40 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 41 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 42 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 28 |
| 43 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 28 |
| 44 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 26 |
| 45 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 27 |
| 46 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 27 |
| 47 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 25 |
| 48 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 27 |
| 49 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 27 |
| 50 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 25 |
| 51 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 26 |
| 52 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 27 |
| 53 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 54 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 55 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 56 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 57 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 58 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 59 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 27 |
| 60 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 27 |
| 61 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 23 |
| 62 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 28 |
| 63 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 26 |
| 64 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 26 |
| 65 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 27 |
| 66 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 26 |
| 67 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 68 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 69 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 28 |
| 70 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 27 |
| 71 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 72 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |

| | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|----|
| 73 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 29 |
| 74 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 27 |
| 75 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 29 |
| 76 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| 77 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 26 |
| 78 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 79 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 80 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 27 |
| 81 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 28 |
| 82 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 29 |
| 83 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 23 |
| 84 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 85 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 24 |
| 86 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 25 |
| 87 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 27 |
| 88 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| 89 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 27 |
| 90 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 91 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 92 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 28 |
| 93 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 28 |
| 94 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 27 |
| 95 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 27 |
| 96 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 26 |
| 97 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 27 |
| 98 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 27 |
| 99 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 23 |
| 100 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 |

Lampiran 5 Data Tabulasi Y (Kepuasan Pelanggan)

Tabulasi Skor Jawaban Responden

Kepuasan Pelanggan (Y)

| Responden | Jawaban Responden (Y) | | | | | | Nilai Total |
|-----------|-----------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-------------|
| | Y.1 | Y.2 | Y.3 | Y.4 | Y.5 | Y.6 | |
| 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 20 |
| 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 24 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 27 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 27 |
| 6 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 7 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 22 |
| 8 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 24 |
| 9 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 23 |
| 10 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 11 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 22 |
| 12 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 27 |
| 13 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 14 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 22 |
| 15 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 26 |
| 16 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| 17 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 28 |
| 19 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 27 |
| 20 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 21 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 22 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 26 |
| 23 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 24 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 25 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 26 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 28 |
| 27 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 27 |
| 28 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 29 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 30 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 27 |
| 31 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 32 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 33 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 23 |

| | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|----|
| 34 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 23 |
| 35 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 27 |
| 36 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 20 |
| 37 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 27 |
| 38 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 29 |
| 39 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 40 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| 41 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 27 |
| 42 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 27 |
| 43 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| 44 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 27 |
| 45 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 26 |
| 46 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 27 |
| 47 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 48 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 27 |
| 49 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 29 |
| 50 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 51 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 25 |
| 52 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 28 |
| 53 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 26 |
| 54 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 55 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 24 |
| 56 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 57 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 20 |
| 58 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 25 |
| 59 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 28 |
| 60 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 27 |
| 61 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| 62 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 28 |
| 63 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 27 |
| 64 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 27 |
| 65 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 28 |
| 66 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 28 |
| 67 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 68 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 28 |
| 69 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 70 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 27 |
| 71 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 28 |
| 72 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |

| | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|----|
| 73 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 27 |
| 74 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 27 |
| 75 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 27 |
| 76 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 27 |
| 77 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 78 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 79 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 80 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 27 |
| 81 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 28 |
| 82 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 26 |
| 83 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 26 |
| 84 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 85 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 86 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 27 |
| 87 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 28 |
| 88 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 89 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 26 |
| 90 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 26 |
| 91 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 28 |
| 92 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 28 |
| 93 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 28 |
| 94 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 27 |
| 95 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 26 |
| 96 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| 97 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 26 |
| 98 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 99 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 29 |
| 100 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 26 |

Lampiran 6 Uji Realibilitas dan Uji Validitas X1 (Kualitas Produk)

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .735 | 9 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| X1.1 | 35.9600 | 6.887 | .288 | .729 |
| X1.2 | 36.2800 | 6.850 | .208 | .743 |
| X1.3 | 36.2500 | 6.391 | .367 | .719 |
| X1.4 | 36.2500 | 6.391 | .367 | .719 |
| X1.5 | 36.2400 | 6.023 | .471 | .700 |
| X1.6 | 36.2000 | 6.061 | .503 | .695 |
| X1.7 | 36.1800 | 6.129 | .503 | .696 |
| X1.8 | 36.3200 | 5.674 | .528 | .688 |
| X1.9 | 36.2400 | 6.083 | .447 | .705 |

Lampiran 7 Uji Realibilitas Dan Uji Validitas X2 (Harga)

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .774 | 6 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| X2.1 | 21.98 | 4.262 | .540 | .735 |
| X2.2 | 22.16 | 4.823 | .438 | .759 |
| X2.3 | 22.03 | 4.373 | .537 | .735 |
| X2.4 | 22.11 | 4.463 | .493 | .747 |
| X2.5 | 22.07 | 4.126 | .612 | .715 |
| X2.6 | 22.00 | 4.566 | .492 | .747 |

Lampiran 8 Uji Realibilitas Dan Uji Validitas Y (Kepuasan Pelanggan)

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .742 | 6 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|----|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| Y1 | 22.14 | 4.223 | .482 | .704 |
| Y2 | 22.17 | 4.749 | .260 | .760 |
| Y3 | 22.23 | 3.896 | .570 | .678 |
| Y4 | 22.35 | 3.785 | .544 | .686 |
| Y5 | 22.22 | 4.315 | .461 | .710 |
| Y6 | 22.29 | 3.986 | .561 | .681 |

Lampiran 9 titik Persentase distribusi t (df = 1 – 100)

| Pr df | 0.25 0.50 | 0.10 0.20 | 0.05 0.10 | 0.025 0.050 | 0.01 0.02 | 0.005 0.010 | 0.001 0.002 |
|------------------|----------------------|----------------------|----------------------|------------------------|----------------------|------------------------|------------------------|
| 1 | 1.00000 | 3.07768 | 6.31375 | 12.70620 | 31.82052 | 63.65674 | 318.30884 |
| 2 | 0.81650 | 1.88562 | 2.91999 | 4.30265 | 6.96456 | 9.92484 | 22.32712 |
| 3 | 0.76489 | 1.63774 | 2.35336 | 3.18245 | 4.54070 | 5.84091 | 10.21453 |
| 4 | 0.74070 | 1.53321 | 2.13185 | 2.77645 | 3.74695 | 4.60409 | 7.17318 |
| 5 | 0.72669 | 1.47588 | 2.01505 | 2.57058 | 3.36493 | 4.03214 | 5.89343 |
| 6 | 0.71756 | 1.43976 | 1.94318 | 2.44691 | 3.14267 | 3.70743 | 5.20763 |
| 7 | 0.71114 | 1.41492 | 1.89458 | 2.36462 | 2.99795 | 3.49948 | 4.78529 |
| 8 | 0.70639 | 1.39682 | 1.85955 | 2.30600 | 2.89646 | 3.35539 | 4.50079 |
| 9 | 0.70272 | 1.38303 | 1.83311 | 2.26216 | 2.82144 | 3.24984 | 4.29681 |
| 10 | 0.69981 | 1.37218 | 1.81246 | 2.22814 | 2.76377 | 3.16927 | 4.14370 |
| 11 | 0.69745 | 1.36343 | 1.79588 | 2.20099 | 2.71808 | 3.10581 | 4.02470 |
| 12 | 0.69548 | 1.35622 | 1.78229 | 2.17881 | 2.68100 | 3.05454 | 3.92963 |
| 13 | 0.69383 | 1.35017 | 1.77093 | 2.16037 | 2.65031 | 3.01228 | 3.85198 |
| 14 | 0.69242 | 1.34503 | 1.76131 | 2.14479 | 2.62449 | 2.97684 | 3.78739 |
| 15 | 0.69120 | 1.34061 | 1.75305 | 2.13145 | 2.60248 | 2.94671 | 3.73283 |
| 16 | 0.69013 | 1.33676 | 1.74588 | 2.11991 | 2.58349 | 2.92078 | 3.68615 |
| 17 | 0.68920 | 1.33338 | 1.73961 | 2.10982 | 2.56693 | 2.89823 | 3.64577 |
| 18 | 0.68836 | 1.33039 | 1.73406 | 2.10092 | 2.55238 | 2.87844 | 3.61048 |
| 19 | 0.68762 | 1.32773 | 1.72913 | 2.09302 | 2.53948 | 2.86093 | 3.57940 |
| 20 | 0.68695 | 1.32534 | 1.72472 | 2.08596 | 2.52798 | 2.84534 | 3.55181 |
| 21 | 0.68635 | 1.32319 | 1.72074 | 2.07961 | 2.51765 | 2.83136 | 3.52715 |
| 22 | 0.68581 | 1.32124 | 1.71714 | 2.07387 | 2.50832 | 2.81876 | 3.50499 |
| 23 | 0.68531 | 1.31946 | 1.71387 | 2.06866 | 2.49987 | 2.80734 | 3.48496 |
| 24 | 0.68485 | 1.31784 | 1.71088 | 2.06390 | 2.49216 | 2.79694 | 3.46678 |
| 25 | 0.68443 | 1.31635 | 1.70814 | 2.05954 | 2.48511 | 2.78744 | 3.45019 |
| 26 | 0.68404 | 1.31497 | 1.70562 | 2.05553 | 2.47863 | 2.77871 | 3.43500 |
| 27 | 0.68368 | 1.31370 | 1.70329 | 2.05183 | 2.47266 | 2.77068 | 3.42103 |
| 28 | 0.68335 | 1.31253 | 1.70113 | 2.04841 | 2.46714 | 2.76326 | 3.40816 |
| 29 | 0.68304 | 1.31143 | 1.69913 | 2.04523 | 2.46202 | 2.75639 | 3.39624 |
| 30 | 0.68276 | 1.31042 | 1.69726 | 2.04227 | 2.45726 | 2.75000 | 3.38518 |
| 31 | 0.68249 | 1.30946 | 1.69552 | 2.03951 | 2.45282 | 2.74404 | 3.37490 |
| 32 | 0.68223 | 1.30857 | 1.69389 | 2.03693 | 2.44868 | 2.73848 | 3.36531 |
| 33 | 0.68200 | 1.30774 | 1.69236 | 2.03452 | 2.44479 | 2.73328 | 3.35634 |
| 34 | 0.68177 | 1.30695 | 1.69092 | 2.03224 | 2.44115 | 2.72839 | 3.34793 |
| 35 | 0.68156 | 1.30621 | 1.68957 | 2.03011 | 2.43772 | 2.72381 | 3.34005 |
| 36 | 0.68137 | 1.30551 | 1.68830 | 2.02809 | 2.43449 | 2.71948 | 3.33262 |
| 37 | 0.68118 | 1.30485 | 1.68709 | 2.02619 | 2.43145 | 2.71541 | 3.32563 |
| 38 | 0.68100 | 1.30423 | 1.68595 | 2.02439 | 2.42857 | 2.71156 | 3.31903 |
| 39 | 0.68083 | 1.30364 | 1.68488 | 2.02269 | 2.42584 | 2.70791 | 3.31279 |
| 40 | 0.68067 | 1.30308 | 1.68385 | 2.02108 | 2.42326 | 2.70446 | 3.30688 |
| 41 | 0.68052 | 1.30254 | 1.68288 | 2.01954 | 2.42080 | 2.70118 | 3.30127 |
| 42 | 0.68038 | 1.30204 | 1.68195 | 2.01808 | 2.41847 | 2.69807 | 3.29595 |
| 43 | 0.68024 | 1.30155 | 1.68107 | 2.01669 | 2.41625 | 2.69510 | 3.29089 |

| | | | | | | | |
|----|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 44 | 0.68011 | 1.30109 | 1.68023 | 2.01537 | 2.41413 | 2.69228 | 3.28607 |
| 45 | 0.67998 | 1.30065 | 1.67943 | 2.01410 | 2.41212 | 2.68959 | 3.28148 |
| 46 | 0.67986 | 1.30023 | 1.67866 | 2.01290 | 2.41019 | 2.68701 | 3.27710 |
| 47 | 0.67975 | 1.29982 | 1.67793 | 2.01174 | 2.40835 | 2.68456 | 3.27291 |
| 48 | 0.67964 | 1.29944 | 1.67722 | 2.01063 | 2.40658 | 2.68220 | 3.26891 |
| 49 | 0.67953 | 1.29907 | 1.67655 | 2.00958 | 2.40489 | 2.67995 | 3.26508 |
| 50 | 0.67943 | 1.29871 | 1.67591 | 2.00856 | 2.40327 | 2.67779 | 3.26141 |
| 51 | 0.67933 | 1.29837 | 1.67528 | 2.00758 | 2.40172 | 2.67572 | 3.25789 |
| 52 | 0.67924 | 1.29805 | 1.67469 | 2.00665 | 2.40022 | 2.67373 | 3.25451 |
| 53 | 0.67915 | 1.29773 | 1.67412 | 2.00575 | 2.39879 | 2.67182 | 3.25127 |
| 54 | 0.67906 | 1.29743 | 1.67356 | 2.00488 | 2.39741 | 2.66998 | 3.24815 |
| 55 | 0.67898 | 1.29713 | 1.67303 | 2.00404 | 2.39608 | 2.66822 | 3.24515 |
| 56 | 0.67890 | 1.29685 | 1.67252 | 2.00324 | 2.39480 | 2.66651 | 3.24226 |
| 57 | 0.67882 | 1.29658 | 1.67203 | 2.00247 | 2.39357 | 2.66487 | 3.23948 |
| 58 | 0.67874 | 1.29632 | 1.67155 | 2.00172 | 2.39238 | 2.66329 | 3.23680 |
| 59 | 0.67867 | 1.29607 | 1.67109 | 2.00100 | 2.39123 | 2.66176 | 3.23421 |
| 60 | 0.67860 | 1.29582 | 1.67065 | 2.00030 | 2.39012 | 2.66028 | 3.23171 |
| 61 | 0.67853 | 1.29558 | 1.67022 | 1.99962 | 2.38905 | 2.65886 | 3.22930 |
| 62 | 0.67847 | 1.29536 | 1.66980 | 1.99897 | 2.38801 | 2.65748 | 3.22696 |
| 63 | 0.67840 | 1.29513 | 1.66940 | 1.99834 | 2.38701 | 2.65615 | 3.22471 |
| 64 | 0.67834 | 1.29492 | 1.66901 | 1.99773 | 2.38604 | 2.65485 | 3.22253 |
| 65 | 0.67828 | 1.29471 | 1.66864 | 1.99714 | 2.38510 | 2.65360 | 3.22041 |
| 66 | 0.67823 | 1.29451 | 1.66827 | 1.99656 | 2.38419 | 2.65239 | 3.21837 |
| 67 | 0.67817 | 1.29432 | 1.66792 | 1.99601 | 2.38330 | 2.65122 | 3.21639 |
| 68 | 0.67811 | 1.29413 | 1.66757 | 1.99547 | 2.38245 | 2.65008 | 3.21446 |
| 69 | 0.67806 | 1.29394 | 1.66724 | 1.99495 | 2.38161 | 2.64898 | 3.21260 |
| 70 | 0.67801 | 1.29376 | 1.66691 | 1.99444 | 2.38081 | 2.64790 | 3.21079 |
| 71 | 0.67796 | 1.29359 | 1.66660 | 1.99394 | 2.38002 | 2.64686 | 3.20903 |
| 72 | 0.67791 | 1.29342 | 1.66629 | 1.99346 | 2.37926 | 2.64585 | 3.20733 |
| 73 | 0.67787 | 1.29326 | 1.66600 | 1.99300 | 2.37852 | 2.64487 | 3.20567 |
| 74 | 0.67782 | 1.29310 | 1.66571 | 1.99254 | 2.37780 | 2.64391 | 3.20406 |
| 75 | 0.67778 | 1.29294 | 1.66543 | 1.99210 | 2.37710 | 2.64298 | 3.20249 |
| 76 | 0.67773 | 1.29279 | 1.66515 | 1.99167 | 2.37642 | 2.64208 | 3.20096 |
| 77 | 0.67769 | 1.29264 | 1.66488 | 1.99125 | 2.37576 | 2.64120 | 3.19948 |
| 78 | 0.67765 | 1.29250 | 1.66462 | 1.99085 | 2.37511 | 2.64034 | 3.19804 |
| 79 | 0.67761 | 1.29236 | 1.66437 | 1.99045 | 2.37448 | 2.63950 | 3.19663 |
| 80 | 0.67757 | 1.29222 | 1.66412 | 1.99006 | 2.37387 | 2.63869 | 3.19526 |
| 81 | 0.67753 | 1.29209 | 1.66388 | 1.98969 | 2.37327 | 2.63790 | 3.19392 |
| 82 | 0.67749 | 1.29196 | 1.66365 | 1.98932 | 2.37269 | 2.63712 | 3.19262 |
| 83 | 0.67746 | 1.29183 | 1.66342 | 1.98896 | 2.37212 | 2.63637 | 3.19135 |
| 84 | 0.67742 | 1.29171 | 1.66320 | 1.98861 | 2.37156 | 2.63563 | 3.19011 |
| 85 | 0.67739 | 1.29159 | 1.66298 | 1.98827 | 2.37102 | 2.63491 | 3.18890 |
| 86 | 0.67735 | 1.29147 | 1.66277 | 1.98793 | 2.37049 | 2.63421 | 3.18772 |
| 87 | 0.67732 | 1.29136 | 1.66256 | 1.98761 | 2.36998 | 2.63353 | 3.18657 |
| 88 | 0.67729 | 1.29125 | 1.66235 | 1.98729 | 2.36947 | 2.63286 | 3.18544 |

| | | | | | | | |
|------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 89 | 0.67726 | 1.29114 | 1.66216 | 1.98698 | 2.36898 | 2.63220 | 3.18434 |
| 90 | 0.67723 | 1.29103 | 1.66196 | 1.98667 | 2.36850 | 2.63157 | 3.18327 |
| 91 | 0.67720 | 1.29092 | 1.66177 | 1.98638 | 2.36803 | 2.63094 | 3.18222 |
| 92 | 0.67717 | 1.29082 | 1.66159 | 1.98609 | 2.36757 | 2.63033 | 3.18119 |
| 93 | 0.67714 | 1.29072 | 1.66140 | 1.98580 | 2.36712 | 2.62973 | 3.18019 |
| 94 | 0.67711 | 1.29062 | 1.66123 | 1.98552 | 2.36667 | 2.62915 | 3.17921 |
| 95 | 0.67708 | 1.29053 | 1.66105 | 1.98525 | 2.36624 | 2.62858 | 3.17825 |
| 96 | 0.67705 | 1.29043 | 1.66088 | 1.98498 | 2.36582 | 2.62802 | 3.17731 |
| 97 | 0.67703 | 1.29034 | 1.66071 | 1.98472 | 2.36541 | 2.62747 | 3.17639 |
| 98 | 0.67700 | 1.29025 | 1.66055 | 1.98447 | 2.36500 | 2.62693 | 3.17549 |
| 99 | 0.67698 | 1.29016 | 1.66039 | 1.98422 | 2.36461 | 2.62641 | 3.17460 |
| 100 | 0.67695 | 1.29007 | 1.66023 | 1.98397 | 2.36422 | 2.62589 | 3.17374 |

Lampiran 10 Tabel r untuk $df = (1 - 100)$

| df = (N-2) | Tingkat signifikansi untuk uji satu arah | | | | |
|------------|--|--------|--------|--------|--------|
| | 0.05 | 0.025 | 0.01 | 0.005 | 0.0005 |
| | Tingkat signifikansi untuk uji dua arah | | | | |
| | 0.1 | 0.05 | 0.02 | 0.01 | 0.001 |
| 1 | 0.9877 | 0.9969 | 0.9995 | 0.9999 | 1.0000 |
| 2 | 0.9000 | 0.9500 | 0.9800 | 0.9900 | 0.9990 |
| 3 | 0.8054 | 0.8783 | 0.9343 | 0.9587 | 0.9911 |
| 4 | 0.7293 | 0.8114 | 0.8822 | 0.9172 | 0.9741 |
| 5 | 0.6694 | 0.7545 | 0.8329 | 0.8745 | 0.9509 |
| 6 | 0.6215 | 0.7067 | 0.7887 | 0.8343 | 0.9249 |
| 7 | 0.5822 | 0.6664 | 0.7498 | 0.7977 | 0.8983 |
| 8 | 0.5494 | 0.6319 | 0.7155 | 0.7646 | 0.8721 |
| 9 | 0.5214 | 0.6021 | 0.6851 | 0.7348 | 0.8470 |
| 10 | 0.4973 | 0.5760 | 0.6581 | 0.7079 | 0.8233 |
| 11 | 0.4762 | 0.5529 | 0.6339 | 0.6835 | 0.8010 |
| 12 | 0.4575 | 0.5324 | 0.6120 | 0.6614 | 0.7800 |
| 13 | 0.4409 | 0.5140 | 0.5923 | 0.6411 | 0.7604 |
| 14 | 0.4259 | 0.4973 | 0.5742 | 0.6226 | 0.7419 |
| 15 | 0.4124 | 0.4821 | 0.5577 | 0.6055 | 0.7247 |
| 16 | 0.4000 | 0.4683 | 0.5425 | 0.5897 | 0.7084 |
| 17 | 0.3887 | 0.4555 | 0.5285 | 0.5751 | 0.6932 |
| 18 | 0.3783 | 0.4438 | 0.5155 | 0.5614 | 0.6788 |
| 19 | 0.3687 | 0.4329 | 0.5034 | 0.5487 | 0.6652 |
| 20 | 0.3598 | 0.4227 | 0.4921 | 0.5368 | 0.6524 |
| 21 | 0.3515 | 0.4132 | 0.4815 | 0.5256 | 0.6402 |
| 22 | 0.3438 | 0.4044 | 0.4716 | 0.5151 | 0.6287 |
| 23 | 0.3365 | 0.3961 | 0.4622 | 0.5052 | 0.6178 |
| 24 | 0.3297 | 0.3882 | 0.4534 | 0.4958 | 0.6074 |
| 25 | 0.3233 | 0.3809 | 0.4451 | 0.4869 | 0.5974 |
| 26 | 0.3172 | 0.3739 | 0.4372 | 0.4785 | 0.5880 |
| 27 | 0.3115 | 0.3673 | 0.4297 | 0.4705 | 0.5790 |
| 28 | 0.3061 | 0.3610 | 0.4226 | 0.4629 | 0.5703 |
| 29 | 0.3009 | 0.3550 | 0.4158 | 0.4556 | 0.5620 |
| 30 | 0.2960 | 0.3494 | 0.4093 | 0.4487 | 0.5541 |
| 31 | 0.2913 | 0.3440 | 0.4032 | 0.4421 | 0.5465 |
| 32 | 0.2869 | 0.3388 | 0.3972 | 0.4357 | 0.5392 |
| 33 | 0.2826 | 0.3338 | 0.3916 | 0.4296 | 0.5322 |

| | | | | | |
|-----------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 34 | 0.2785 | 0.3291 | 0.3862 | 0.4238 | 0.5254 |
| 35 | 0.2746 | 0.3246 | 0.3810 | 0.4182 | 0.5189 |
| 36 | 0.2709 | 0.3202 | 0.3760 | 0.4128 | 0.5126 |
| 37 | 0.2673 | 0.3160 | 0.3712 | 0.4076 | 0.5066 |
| 38 | 0.2638 | 0.3120 | 0.3665 | 0.4026 | 0.5007 |
| 39 | 0.2605 | 0.3081 | 0.3621 | 0.3978 | 0.4950 |
| 40 | 0.2573 | 0.3044 | 0.3578 | 0.3932 | 0.4896 |
| 41 | 0.2542 | 0.3008 | 0.3536 | 0.3887 | 0.4843 |
| 42 | 0.2512 | 0.2973 | 0.3496 | 0.3843 | 0.4791 |
| 43 | 0.2483 | 0.2940 | 0.3457 | 0.3801 | 0.4742 |
| 44 | 0.2455 | 0.2907 | 0.3420 | 0.3761 | 0.4694 |
| 45 | 0.2429 | 0.2876 | 0.3384 | 0.3721 | 0.4647 |
| 46 | 0.2403 | 0.2845 | 0.3348 | 0.3683 | 0.4601 |
| 47 | 0.2377 | 0.2816 | 0.3314 | 0.3646 | 0.4557 |
| 48 | 0.2353 | 0.2787 | 0.3281 | 0.3610 | 0.4514 |
| 49 | 0.2329 | 0.2759 | 0.3249 | 0.3575 | 0.4473 |
| 50 | 0.2306 | 0.2732 | 0.3218 | 0.3542 | 0.4432 |
| 51 | 0.2284 | 0.2706 | 0.3188 | 0.3509 | 0.4393 |
| 52 | 0.2262 | 0.2681 | 0.3158 | 0.3477 | 0.4354 |
| 53 | 0.2241 | 0.2656 | 0.3129 | 0.3445 | 0.4317 |
| 54 | 0.2221 | 0.2632 | 0.3102 | 0.3415 | 0.4280 |
| 55 | 0.2201 | 0.2609 | 0.3074 | 0.3385 | 0.4244 |
| 56 | 0.2181 | 0.2586 | 0.3048 | 0.3357 | 0.4210 |
| 57 | 0.2162 | 0.2564 | 0.3022 | 0.3328 | 0.4176 |
| 58 | 0.2144 | 0.2542 | 0.2997 | 0.3301 | 0.4143 |
| 59 | 0.2126 | 0.2521 | 0.2972 | 0.3274 | 0.4110 |
| 60 | 0.2108 | 0.2500 | 0.2948 | 0.3248 | 0.4079 |
| 61 | 0.2091 | 0.2480 | 0.2925 | 0.3223 | 0.4048 |
| 62 | 0.2075 | 0.2461 | 0.2902 | 0.3198 | 0.4018 |
| 63 | 0.2058 | 0.2441 | 0.2880 | 0.3173 | 0.3988 |
| 64 | 0.2042 | 0.2423 | 0.2858 | 0.3150 | 0.3959 |
| 65 | 0.2027 | 0.2404 | 0.2837 | 0.3126 | 0.3931 |
| 66 | 0.2012 | 0.2387 | 0.2816 | 0.3104 | 0.3903 |
| 67 | 0.1997 | 0.2369 | 0.2796 | 0.3081 | 0.3876 |
| 68 | 0.1982 | 0.2352 | 0.2776 | 0.3060 | 0.3850 |
| 69 | 0.1968 | 0.2335 | 0.2756 | 0.3038 | 0.3823 |
| 70 | 0.1954 | 0.2319 | 0.2737 | 0.3017 | 0.3798 |
| 71 | 0.1940 | 0.2303 | 0.2718 | 0.2997 | 0.3773 |
| 72 | 0.1927 | 0.2287 | 0.2700 | 0.2977 | 0.3748 |
| 73 | 0.1914 | 0.2272 | 0.2682 | 0.2957 | 0.3724 |
| 74 | 0.1901 | 0.2257 | 0.2664 | 0.2938 | 0.3701 |

| | | | | | |
|------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 75 | 0.1888 | 0.2242 | 0.2647 | 0.2919 | 0.3678 |
| 76 | 0.1876 | 0.2227 | 0.2630 | 0.2900 | 0.3655 |
| 77 | 0.1864 | 0.2213 | 0.2613 | 0.2882 | 0.3633 |
| 78 | 0.1852 | 0.2199 | 0.2597 | 0.2864 | 0.3611 |
| 79 | 0.1841 | 0.2185 | 0.2581 | 0.2847 | 0.3589 |
| 80 | 0.1829 | 0.2172 | 0.2565 | 0.2830 | 0.3568 |
| 81 | 0.1818 | 0.2159 | 0.2550 | 0.2813 | 0.3547 |
| 82 | 0.1807 | 0.2146 | 0.2535 | 0.2796 | 0.3527 |
| 83 | 0.1796 | 0.2133 | 0.2520 | 0.2780 | 0.3507 |
| 84 | 0.1786 | 0.2120 | 0.2505 | 0.2764 | 0.3487 |
| 85 | 0.1775 | 0.2108 | 0.2491 | 0.2748 | 0.3468 |
| 86 | 0.1765 | 0.2096 | 0.2477 | 0.2732 | 0.3449 |
| 87 | 0.1755 | 0.2084 | 0.2463 | 0.2717 | 0.3430 |
| 88 | 0.1745 | 0.2072 | 0.2449 | 0.2702 | 0.3412 |
| 89 | 0.1735 | 0.2061 | 0.2435 | 0.2687 | 0.3393 |
| 90 | 0.1726 | 0.2050 | 0.2422 | 0.2673 | 0.3375 |
| 91 | 0.1716 | 0.2039 | 0.2409 | 0.2659 | 0.3358 |
| 92 | 0.1707 | 0.2028 | 0.2396 | 0.2645 | 0.3341 |
| 93 | 0.1698 | 0.2017 | 0.2384 | 0.2631 | 0.3323 |
| 94 | 0.1689 | 0.2006 | 0.2371 | 0.2617 | 0.3307 |
| 95 | 0.1680 | 0.1996 | 0.2359 | 0.2604 | 0.3290 |
| 96 | 0.1671 | 0.1986 | 0.2347 | 0.2591 | 0.3274 |
| 97 | 0.1663 | 0.1975 | 0.2335 | 0.2578 | 0.3258 |
| 98 | 0.1654 | 0.1966 | 0.2324 | 0.2565 | 0.3242 |
| 99 | 0.1646 | 0.1956 | 0.2312 | 0.2552 | 0.3226 |
| 100 | 0.1638 | 0.1946 | 0.2301 | 0.2540 | 0.3211 |

Lampiran 11 Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | -1.453 | 2.403 | | -.605 | .547 | | |
| Kualitas produk | .377 | .059 | .438 | 6.369 | .000 | .862 | 1.160 |
| Harga | .483 | .066 | .500 | 7.270 | .000 | .862 | 1.160 |

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Lampiran 12 Uji Autokorelasi

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | .778 ^a | .605 | .596 | 1.51590 | 1.624 |

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas produk

b. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Lampiran 13 Output Uji Regresi Berganda

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| (Constant) | -1.453 | 2.403 | | -.605 | .547 | | |
| Kualitas produk | .377 | .059 | .438 | 6.369 | .000 | .862 | 1.160 |
| Harga | .483 | .066 | .500 | 7.270 | .000 | .862 | 1.160 |

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Lampiran 14 Output Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .778 ^a | .605 | .596 | 1.51590 |

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas produk

b. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Lampiran 15 Output Uji Tabel t

Coefficients^a

| Model | | t | Sig. |
|-------|-----------------|-------|------|
| 1 | (Constant) | -.605 | .547 |
| | Kualitas produk | 6.369 | .000 |
| | Harga | 7.270 | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Lampiran 16 Output Uji Tabel F

ANOVA^b

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 340.858 | 2 | 170.429 | 74.166 | .000 ^a |
| | Residual | 222.902 | 97 | 2.298 | | |
| | Total | 563.760 | 99 | | | |

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas produk

b. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

DAFTAR RIWAYAT HIDUP**A. Biodata Pribadi**

1. Nama : Abdul Malik Aladin
2. Jenis Kelamin : Laki-laki
3. Tempat Tanggal Lahir : Jakarta, 08Juli 1995
4. Status : Belum Menikah
5. Tinggi, Berat Badan : 169 cm, 58 Kg
6. Agama : Islam
7. Kewarganegaraan : WNI
8. Alamat : JL. IPTN NO 61 KP. PEDURENAN RT
006 RW 003 Kel. Harjamukti Kec.
Cimanggis Kota Depok
9. Alamat Domisili : JL. SHI Kp. Kadupugur RT/RW 001/01
NO 06 Desa Cikeas Udik Kec. Gunung Putri
Kab. Bogor
10. Nomor telpon : 081387851637 (WA)
11. Email : abdulmalikaladin@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. SD : MI Al Wahyu dan MI Al Zaytun
2. SMP : MTs Al Zaytun
3. SMA : MA Al Zaytun
4. Perguruan Tinggi : STIE IPWI Jakarta