

**ANALISIS KUALITAS PRODUK, HARGA DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PT. IRS  
GEMILANG FOOD**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan  
Program Sarjana Program Studi Manajemen



**Oleh:**

**SITI NURPATIMAH**  
**NIM: 2015521309**

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

## **SURAT PERNYATAAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Siti Nurpatimah

NIM : 2015521309

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 pertanggung jawabannya berada dipundak Saya, Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka Saya bersedia untuk ditinjau dan menerima sanksi sebagaimana mestinya.

Jakarta, 18 pebruari 2020

Siti Nurpatimah  
NIM: 2015521309

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

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Siti Nurpatimah  
NIM : 2015521309  
Program : Sarjana Program Studi Manajemen  
Judul Skripsi : Analisis Kualitas Produk, Harga dan Kualitas  
Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Irs  
Gemilang Food.

Jakarta, 18 Pebruari 2020

Dosen Pembimbing

R.Fadjar Darmanto, S.E., M.M

**ANALISIS KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
PT. IRS GEMILANG FOOD**



**SITI NURPATIMAH**  
**NIM: 2015521309**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Pada hari kamis tanggal 05 Maret 2020  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai  
Skripsi Program Sarjana Program Studi Manajemen STIE IPWIJA

1. Dra. Yuli Triastuti, M.M  
Ketua \_\_\_\_\_  
Tanggal:
2. Ergo Nurpatria Kurniawan, S.H., M.M  
Anggota \_\_\_\_\_  
Tanggal:
3. R. Fadjar Darmanto, S.E., M.M  
Anggota \_\_\_\_\_  
Tanggal:

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

**Dr. Susanti Widhiastuti, S.E., M.M**  
Tanggal : 07 Maret 2020

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan dalam mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada PT. Irs Gemilang Food. Untuk membuktikan pengaruh ketiganya maka dilakukan penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Irs Gemilang Food.

Penelitian dilakukan di PT. Irs Gemilang Food dengan mengambil 97 pelanggan sebagai sampel penelitian. Pengambilan data dilakukan dengan instrumen kuesioner tertutup lima skala penilaian. Penelitian dilakukan secara kuantitatif yaitu dengan mendeskripsikan data penelitian dan melakukan analisis inferensi. Analisis regresi linier ganda dan koefisien determinasi ganda digunakan sebagai alat analisis sedangkan pengujian hipotesis dilakukan dengan uji-t dan uji-F.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Kualitas Produk memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, di buktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,484, nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,215, dan nilai signifikansi sebesar 0,000. 2) Harga tidak memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, di buktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar -0,030, nilai  $t_{hitung}$  sebesar -290, dan nilai signifikansi sebesar 0,771. 3) Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, di buktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,525, nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,137, dan nilai signifikansi sebesar 0,000.

Berdasarkan hasil temuan tersebut maka untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan disarankan agar dilakukan upaya memperbaiki Kualitas Produk. Harga dan Kualitas Pelayanan.

Kata kunci :

Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

## ABSTRACT

*This study aims to determine the importance of Product Quality, Price and Service Quality in influencing Customer Satisfaction at PT.Irs Gemilang Food. To prove the influence of the there, this study was conducted with the aim to determine the effect of Product Quality, Price and Service Quality on Customer Statisfaction at PT. Irs Gemilang Food.*

*The study conducted at PT. Irs Gemilang Food by taking 97 customers as research samples. Data is collected by questionnaire instrument. The study was conducted quantitatively by describing research data and conducting inference analysis. Multiple liniear regression analysis and multiple determination coefficient are used as an analysis tool while hypothesis testing is done by t-test and F-test.*

*The results of the study showed that: 1)Product Quality has an influence on Customer Satisfaction, evidenced by the regression coefficient of 0.484, a  $t_{observed}$  value of 4,215,and the significanc value of 0.000. 2)Price does not have an influence on Customer Satisfaction, evidenced by the regression coefficient of -0.030, a  $t_{observed}$  value of -0.290,and the significanc value of 0.772.3)Service Quality has an influence on Customer Satisfaction, evidenced by the regression coefficient of 0.525, a  $t_{observed}$  value of 6.137,and the significanc value of 0.000.*

*Base on these findings, it is recommended to improve customer satisfaction to improve Product Quality, Price and Service Quality.*

*Key words:*

*Product Quality, Price and Service Quality to Customer Satisfaction*

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena hanya atas rahmat dan ridho-nya maka Skripsi dengan judul “Analisis Kualitas Produk, Harga dan Kualtas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Irs Gemilang Food” ini dapat diselesaikan tepat waktu. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Program sarjana Studi Manajemen STIE IPWIJA.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. R. Fadjar Darmanto, S.E., M.M., M.Ak, selaku pembimbing skripsi yang dengan sabar memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi
2. Dr. Susanti Widhiatuti, S.E., M.M, selaku Ketua Program Sarjana Program Studi Manajemen STIE IPWIJA
3. Dr. Suyanto, S.E, M.M, selaku ketua STIE IPWIJA
4. Civitas Akademi STIE IPWIJA.
5. Rekan-rekan mahasiswa Program Sarjana Program Studi Manajemen STIE IPWIJA.
6. Pimpinan dan staf PT. IRS GEMILANG FOOD.
7. Keluarga tercinta yang senantiasa memberikan dukungan dan dorongan semangat.
8. Pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari masih banyak keterbatasan pada susunan skripsi sehingga kritik dan saran sangat diharapkan demi perbaikan penulisan laporan penelitian di

kemudian hari. Namun demikian, penulis tetap berharap semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan.

Terima kasih.

Jakarta, 18 pebruari 2020

## DAFTAR ISI

JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRAC .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	3
1.3. Tujuan Penelitian .....	3
1.4. Manfaat Penelitian .....	4
1.5. Sistematika Penulisan .....	5
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Landasan Teori .....	6
2.2. Penelitian Terdahulu .....	17
2.3. Kerangka Pemikiran .....	21
2.4. Hipotesis .....	24
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian .....	25
3.2. Disain Penelitian .....	25
3.3. Operasionalisasi Variabel .....	27
3.4. Populasi, Sampel dan Metode Sampling .....	28
3.5. Metode Pengumpulan Data .....	30
3.6. Instrumen Variabel .....	31
3.7. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	32

BAB 4	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1.	Hasil Penelitian .....	39
4.2.	Pembahasan Penelitian .....	66
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1.	Kesimpulan .....	71
5.2.	Saran .....	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 3.1	Rencana Penelitian .....	25
Tabel 3.2	Rencana Penelitian .....	27
Tabel 3.3	Oprasionalisai Variabel .....	27
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	40
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	41
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	42
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	43
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	44
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk .....	46
Tabel 4.7	Hasil Uji Reabilitas Variabel Kualitas Produk .....	47
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Harga .....	48
Tabel 4.9	Hasil Uji Reabilitas Variabel Harga .....	48
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan .....	49
Tabel 4.11	Hasil Uji Reabilitas Variabel Kualitas Pelayanan .....	50
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan .....	51
Tabel 4.13	Hasil Uji Reabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan .....	51
Tabel 4.14	Hasil Uji Deskripsi Variabel Kualitas Produk .....	52
Tabel 4.15	Hasil Uji Deskripsi Variabel Harga .....	53
Tabel 4.16	Hasil Uji Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan .....	54
Tabel 4.17	Hasil Uji Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan .....	55
Tabel 4.18	Hasil Uji Asumsi Multikolinieritas .....	57
Tabel 4.19	Hasil Uji Asumsi Autokorelasi .....	58

Tabel 4.20 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	60
Tabel 4.21 Hasil Uji F.....	61
Tabel 4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	65

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran .....	23
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	42
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	43
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	44
Gambar 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	45
Gambar 4.6	Hasil Uji Asumsi Normalitas .....	56
Gambar 4.7	Hasil Uji Asumsi Heteroskedastisitas .....	59

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

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

Kebutuhan manusia akan makanan tak bisa dipungkiri lagi. Setiap hari manusia membutuhkan asupan makanan untuk menunjang aktivitas harian serta memperkuat metabolisme tubuh. Untuk mendapat suplai energi tubuhnya, manusia bisa mengonsumsi berbagai jenis makanan seperti sayur, buah-buahan, biji-bijian, susu dan daging.

Menurut Spesialis Gizi, daging berfungsi untuk memperkuat imunitas. Selain itu, terdapat banyak protein dan zat pembangun yang menjadikan daging penting untuk dikonsumsi manusia seperti protein hewani, zat besi, vitamin A, B dan D, lemak, asam lemak, omega 3, kalori hingga mineral.

Atas dasar tersebut, PT. Irs Meat Shop hadir untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan konsumsi daging sapi. Toko daging modern yang terletak dikawasan Kota Wisata Cibubur ini menyediakan berbagai jenis daging sapi segar dan daging olahan berkualitas seperti beef patty, chicken patty, dan nugget.

Melihat banyaknya pesaing bisnis di bidang daging sapi segar dan daging olahan di kawasan Cibubur saat ini. Seperti Supermarket, Hero, Goro, dan toko daging lainnya. Oleh karena itu, PT. Irs harus melakukan sesuatu yang lebih yaitu tentu dengan melakukan evaluasi apakah yang masih kurang dan harus di kembangkan lebih lagi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Mengingat kepuasan pelanggan sangat penting dalam menjaga eksistensi PT. Irs, serta bisa menciptakan loyalitas pelanggan dan juga mencegah pelanggan mencoba produk yang lain, maka hal ini perlu diperhatikan oleh PT. Irs yakni perusahaan yang bergerak di bidang usaha daging sapi segar dan daging olahan, dimana dalam menjalankan aktivitas usahanya maka perusahaan perlu memperhatikan mengenai masalah kualitas produk, harga dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Irs.

Sebagai perusahaan daging sapi segar dan daging olahan, maka salah satu hal yang perlu diperhatikan PT. Irs adalah mengenai kualitas produk berkaitan dengan produk daging sapi segar dan daging sapi olahan yang ditawarkan oleh perusahaan, apabila kualitas produk baik maka dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Kemudian variabel kedua adalah harga, dimana dengan harga jual rendah atau dengan adanya potongan harga atas pembelian setiap minimal produk yang ditawarkan oleh PT. Irs maka akan dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Selanjutnya pemberian pelayanan, hal ini menyangkut dengan keramahan dan kesopanan karyawan kepada pelanggan saat melakukan pembelian, apabila pelayanan yang diberikan baik maka akan dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan.

Berdasarkan informasi dari karyawan perusahaan bahwa volume penjualan mengalami penurunan, Oleh karena itu dari uraian tersebut di atas maka penulis tertarik untuk membahas tentang : “Analisis Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Irs Gemilang Food”.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disampaikan diatas, maka permasalahan umum penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Irs Gemilang Food. Permasalahan tersebut selanjutnya dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Irs Gemilang Food?
2. Apakah terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Irs Gemilang Food?
3. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Irs Gemilang Food?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan perumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan umum penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Irs Gemilang Food. Selanjutnya tujuan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Irs Gemilang Food.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Irs Gemilang Food.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Irs Gemilang Food.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai kalangan.

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis
  - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan di bidang Pemasaran.
  - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti yang akan melakukan penelitian di bidang Pemasaran khususnya yang berkaitan dengan Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan.
2. Manfaat praktis
  - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai input bagi pimpinan dalam menentukan kebijakan-kebijakan yang berhubungan dengan Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan dalam rangka peningkatan Kepuasan Pelanggan.
  - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan sumbangan pemikiran guna meningkatkan Kepuasan Pelanggan di PT. Irs Gemilang Food.

### **1.5. Sistematika Penulisan**

Penelitian dilakukan dalam rangka penyusunan tesis dimana sistematika penulisan laporan penelitian adalah sebagai berikut:

Bab 1 merupakan pendahuluan yang membahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab 2 merupakan kajian pustaka yang membahas mengenai landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesa dimana landasan teori yang terkait dengan topic penelitian ini mencakup grand teori dan teori mengenai Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan.

Bab 3 merupakan bab yang membahas mengenai metodologi penelitian yang berisi antara lain tempat dan waktu penelitian, desain penelitian, operasionalisasi variabel, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

Bab 4 merupakan bab yang membahas mengenai hasil penelitian dan pembahasan dimana didalamnya dijelaskan mengenai gambaran umum PT. Irs Gemilang Food, karakteristik responden, pengujian data, deskripsi variabel penelitian, analisis data penelitian, pembahasan dan implikasi manajerial.

Bab 5 merupakan bagian akhir yang berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang dilakukan dan telah dibahas pada bab sebelumnya.

## **BAB 2**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1. Landasan Teori**

##### **2.1.1. Pengertian Pemasaran**

Menurut Kotler terjemahan Hendra Teguh (2008:9) bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas menukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Kamsir dan Jakfar (2003:13) mengemukakan bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta memper-tukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.

William J Santon dalam buku Swastha dan Handoko (2008:4) mengemukakan bahwa pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditunjukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Dari definisi yang telah dikemukakan diatas dapat diterangkan bahwa arti pemasaran adalah jauh lebih luas dari pada arti penjualan. Pemasaran mencakup usaha perusahaan yang dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang perlu dipuaskan, menentukan produk yang hendak diproduksi, menentukan

harga produk yang sesuai, menentukan cara-cara promosi dan penyaluran atau penjualan produk tersebut.

### **2.1.2 Kepuasan Pelanggan**

Memuaskan akan kebutuhan pelanggan adalah hal yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan. Bukan hanya faktor penting bagi kelangsungan hidup bagi perusahaan, akan tetapi memuaskan akan kebutuhan pelanggan juga dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung akan membeli kembali dikemudian hari.

Kotler (2008:42) mendefinisikan kepuasan adalah perasaan sangat senang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Sedangkan menurut Gasperz dalam Laksana (2008 :10) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.

Women dan Minor (2002:89) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan oleh pelanggan dengan memberikan penilaian setelah memperoleh mengkonsumsi barang atau jasa.

Menurut Consugera (2007:178), mengukur kepuasan pelanggan dapat melalui 3 dimensi yaitu:

- 1) Kesesuaian harapan : jasa yang ditawarkan sesuai dengan harapan para pelanggan.

- 2) Persepsi kinerja : hasil atau kinerja pelayanan yang diterima sudah sangat baik atau belum.
- 3) Penilaian pelanggan : dari secara keseluruhan pelayanan yang diterima pelanggan lebih baik atau tidak jika dibandingkan dengan jasa lainnya yang menawarkan jasa yang sama.

Berdasarkan definisi yang telah dikemukakan diatas dapat dijelaskan bahwa kepuasan pada dasarnya mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan oleh pelanggan. Sehingga apabila Pelanggan puas terhadap kinerja suatu perusahaan, maka kepuasan inilah yang menjadi dasar menuju terwujudnya konsumen yang loyal atau setia. Dengan demikian memuaskan pelanggan adalah salah satu kunci keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan pelanggan.

### **2.1.3 Kualitas Produk**

Kualitas produk merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberikan kepuasan kepada pelanggan yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing.

Menurut Kotler dan Amstrong (2008:273) Kualitas Produk adalah kemampuan produk dalam melaksanakan berbagai fungsi termasuk ketahanan, keandalan, ketetaapan dan kemudahan dalam penggunaan. Sedangkan definisi kualitas produk menurut Wijaya (2011:11) merupakan keseluruhan gabungan karakteristik produk yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa, produksi dan

pemeliharaan yang membuat produk tersebut dapat digunakan memenuhi harapan pelanggan.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, dan kualitas produk menggambarkan sejauh mana kemampuan dalam memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

Setiap perusahaan perlu meningkatkan kualitas produk, karna menurut Wood (2009: 124) produk yang berkualitas tinggi merupakan produk yang mampu unggul dalam bersaing untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Tingkat kualitas produk yang tinggi dapat membantu perusahaan dalam menarik pelanggan dan menciptakan kepuasan pada pelanggan bahkan akhirnya dapat meningkatkan volume penjualan, karena konsumen yang semakin berpengetahuan, lebih mencari kualitas terbaik dalam membeli produk yang dibutuhkannya sehingga penting bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas yang lebih berorientasi pada kepuasan pelanggan

Menurut Tjiptono dan Chandra (2005:130-131), terdapat delapan dimensi kualitas produk yaitu

1. Kinerja (*performance*)

Kinerja (*performance*) merupakan fungsi dari suatu produk dan merupakan karakteristik utama yang akan dipertimbangkan oleh konsumen dalam membeli produk. Dalam hal ini, PT. Irs menciptakan produk daging olahan dengan cita rasa yang tinggi dan sesuai dengan selera pelanggannya. Dengan

kinerja yang baik maka kualitas produk daging yang diolah akan memperoleh penilaian yang baik di mata pelanggannya.

2. Fitur Produk (*features*)

Fitur produk merupakan merupakan karakteristik yang melengkapi manfaat suatu produk dan berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya. Fitur suatu produk biasanya diukur secara subjektif oleh masing masing individu yang menunjukkan adanya perbedaan kualitas suatu produk. Dalam hal ini PT. Irs harus menciptakan daging olahan yang memiliki keistimewaan tambahan sehingga dapat dijadikan ciri khas yang membedakan produk dengan pesaingnya. Ciri khas yang ditawarkan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan pada produk daging olahan yang di jual.

3. Keandalan (*reliability*)

Keandalan berkaitan dengan peluang atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula. Keandalan suatu produk menandakan tingkat kualitas yang berarti bagi konsumen dalam memilih produk. Dalam hal ini PT. Irs harus mampu menyajikan daging olahan yang dapat menggugah selera konsumen. Yaitu dengan menggunakan daging sapi yang higienis dan sehat untuk dikonsumsi. Hal ini tentunya akan membuat konsumen tertarik untuk membeli.

4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*)

Dimensi ini berkaitan dengan tingkat kesesuaian kinerja produk terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan konsumen. PT. Irs harus mampu menciptakan produknya sesuai standar yang diinginkan konsumen. Hal ini dapat diwujudkan oleh PT. Irs dengan memperhatikan kesesuaian cita rasa daging olahan di sajikan dengan tampilannya.

5. Daya Tahan (*durability*)

Dimensi ini berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan. PT. Irs hendaknya menyajikan daging sapi segar dan daging olahan yang memiliki daya tahan lama yang akan membuat konsumennya berpersepsi bahwa produk PT. Irs berkualitas

6. Kemampuan untuk diperbaiki (*serviceability*)

*Serviceability* berkaitan dengan kecepatan, kompetensi dan kemudahan produk untuk diperbaiki. PT. Irs harus mampu membuat daging olahan yang mudah dan cepat untuk disajikan. Produk yang mampu diperbaiki tentu kualitasnya lebih tinggi dibandingkan dengan produk yang tidak atau sulit diperbaiki.

7. Estetika (*aesthetic*)

Estetika suatu produk dilihat melalui bagaimana suatu produk terdengar oleh konsumen, bagaimana tampilan luar suatu produk, rasa, maupun aroma. PT. Irs harus mampu menyajikan produk daging olahan yang menarik dan unik, sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk yang disediakan

#### 8. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*)

Dimensi ini berkaitan dengan penilaian konsumen terhadap citra, merek, atau iklan. Dimensi ini menuntut PT. Irs harus mampu menciptakan produk yang berkualitas yaitu dengan meningkatkan cita rasa produknya dan berusaha mempertahankannya agar cita rasa dari daging olahan tidak berubah-ubah dari waktu ke waktu.

#### 2.1.4 Harga

Dharmmesta dan irawan (2001: 241) mengemukakan bahwa harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanan. Menurut Kotler dan Armstrong (2003:151) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Menurut Umar dan Husein (2002: ) harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk barang atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar atau ditetapkan oleh penjual untuk harga yang sama terhadap seorang pembeli.

Dari definisi yang telah dikemukakan diatas dapat di simpulkan bahwa Penilaian harga dapat dilihat dari kesesuaian antara suatu pengorbanan dari pelanggan terhadap nilai yang diterimanya setelah melakukan pembelian, dan dari

situlah pelanggan akan mempersepsi dari kualitas produk atau kualitas jasa tersebut. Persepsi yang positif merupakan hasil dari rasa puas akan suatu pembelian yang dilakukannya, sedangkan persepsi negative merupakan suatu bentuk dari kekecewaan pelanggan atas produk atau jasa yang dibelinya. Jika harga yang ditetapkan oleh perusahaan tidak sesuai dengan manfaat produk maka hal ini dapat menurunkan kepuasan pelanggan, dan begitupun sebaliknya jika harga yang ditetapkan oleh perusahaan sesuai dengan manfaat yang diterima maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jika manfaat yang dirasakan meningkat, maka nilainya akan meningkat pula.

Menurut Stanton dalam Widodo (2016:30) empat indikator yang mencirikan harga adalah :

1. Keterjangkauan harga, yaitu penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan sesuai dengan kemampuan daya beli pelanggan.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, yaitu penetapan harga yang dilakukan perusahaan disesuaikan dengan kualitas produk yang diperoleh pelanggan.
3. Daya saing harga, yaitu penawaran harga yang dilakukan oleh perusahaan berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh perusahaan lain pada jenis produk yang sama.
4. Kesesuaian harga dengan manfaat, yaitu penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan sesuai dengan manfaat yang dapat diperoleh pelanggan dari produk yang dikonsumsi.

### 2.1.5 Kualitas Pelayanan

Setiap perusahaan diharuskan untuk meningkatkan kualitas pelayanan karena peranannya akan lebih besar dalam merebut pangsa pasar atau pelanggan. Tingkat pelayanan merupakan suatu tingkat yang ditunjukkan oleh pusat pelayanan dalam menangani orang-orang yang memerlukan pelayanan.

Kualitas pelayanan yang tinggi akan meningkatkan mutu dari suatu perusahaan di mata konsumen. Apabila kualitas yang diberikan sudah sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen maka hal ini akan menambah tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang dipakai.

Bila jasa yang mereka nikmati ternyata berbeda jauh dibawah jasa yang mereka harapkan, para konsumen akan kehilangan minat terhadap pemberi jasa tersebut. Sebaliknya jika mereka menikmati atau melebihi tingkat kepentingan, mereka akan cenderung memakai kembali produk jasa tersebut.

Basu Swastha dan Hani Handoko (2000:10) mengemukakan bahwa layanan adalah kegiatan langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada masa persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.

Menurut Lewis dan Booms yang dikutip dari Tjiptono dan Chandra (2005:121) kualitas jasa merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu disesuaikan dengan ekspektasi pelanggan. Dengan demikian, ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas jasa, yakni :

- Jasa yang diharapkan (*expected services*)
- Jasa yang dirasakan (*perceived services*)

jika *perceived services* mampu melebihi *expected services*, maka sebuah pelayanan dapat dikatakan telah memenuhi kualitas yang ideal. Namun sebaliknya, jika *perceived services* lebih kecil dari pada *expected services*, maka sebuah pelayanan dipandang negatif atau belum memenuhi standar kualitas yang ideal.

Menurut Zeithamal, Bitner dan Dwayne (2009:104) untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dirasakan secara nyata oleh konsumen, terdapat indikator ukuran kepuasan yang terletak pada lima dimensi kualitas pelayanan menurut apa yang dikatakan konsumen. Kelima dimensi tersebut, yaitu:

1. *Tangibles* (bukti langsung)

Kualitas pelayanan berupa sarana fisik perkantoran, komputerisasi, administrasi, ruang tunggu, tempat informasi.

2. *Reliability* (kehandalan)

Kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya

3. *Responsivess* (daya tanggap)

Kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan konsumen.

4. *Assurance* (jaminan)

Kemampuan dan keramahan serta sopan santun pegawai dalam meyakinkan kepercayaan konsumen.

5. *Empathy* (empati)

Sikap tegas tetapi penuh perhatian dari pegawai terhadap konsuen

Bagian yang paling rumit dari layanan adalah kualitasnya yang sangat dipengaruhi oleh harapan konsumen. Harapan konsumen dapat bervariasi dari konsumen satu dengan konsumen lain walaupun layanan yang diberikan konsisten. Kualitas mungkin dapat dilihat sebagai suatu kelemahan kalau konsumen mempunyai harapan yang terlalu tinggi, walaupun dengan suatu pelayanan yang baik.

Layanan terbaik pada konsumen dan tingkat kualitas dapat dicapai secara konsisten dengan memperbaiki pelayanan dan memberikan perhatian khusus pada standar kinerja pelayanan baik standar pelayanan internal maupun standar pelayanan eksternal. Berikut pengertian yang terkait dengan definisi kualitas jasa pelayanan ini adalah :

1. *Excellent* adalah standar kinerja pelayanan yang diperoleh.
2. *Customer* adalah perorangan, kelompok, departemen atau perusahaan yang menerima, membayar *output* pelayanan (jasa dan sistem)
3. *Service* adalah kegiatan utama atau pelengkap yang tidak secara langsung terlibat dalam proses pembuatan produk, tetapi lebih menekankan pada pelayanan transaksi antara pembeli dan penjual.
4. *Quality* adalah sesuatu yang secara khusus dapat diraba atau tidak dapat diraba dari sifat yang dimiliki produk atau jasa.
5. *Levels* adalah suatu pernyataan atas sistem yang digunakan untuk memonitor dengan mengevaluasi.
6. *Consistent* adalah tidak memiliki variasi dan semua pelayanan berjalan sesuai standar yang telah ditetapkan.

7. *Delivery* adalah memberikan pelayanan yang benar dengan cara benar dan dalam waktu yang tepat

## 2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dijadikan acuan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel penelitian. Selain itu, penelitian terdahulu dapat dipakai sebagai sumber perbandingan dengan penelitian yang sedang di lakukan. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang didapat dari jurnal dan internet.

Tabel 2.1  
Penelitian Terdahulu yang Relevan

No	Peneliti	Judul Penelitian	Model Penelitian	Hasil Penelitian
1	Indah Dwi Kurnia Asih (2014)	Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Astra Motor Siliwangi Semarang	Model penelitian menggunakan analisis regresi berganda	Variabel penelitian berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen
2	Harjanto (2010)	Analisis pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Lampersari Semarang	Model penelitian menggunakan analisis regresi berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

No	Peneliti	Judul Penelitian	Model Penelitian	Hasil Penelitian
3	Oldhy Ardhana (2013)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Bengkel Caesar Semarang )	Model penelitian menggunakan analisis regresi berganda	Hasil penelitian menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan secara persial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
4	Gulla (2005)	Analisis Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Manado <i>Grace inn</i>	Model penelitian menggunakan analisis regresi berganda	Secara simultan variable independen yaitu Harga, Promosi dan Pelayanan mempunyai Pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen
5	Ambika Shastari (2015)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Motor Paramitha Graha Denpasar	Model penelitian menggunakan analisis regresi berganda	Variabel Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen sebesar 67,5%
6	Evriana Wardhani (2010)	Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada Kedai Digital 23 Semarang	Model penelitian menggunakan Model penelitian menggunakan analisis regresi berganda	Terdapat Hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas prduk, kualitas pelayanan dan nilai pelanggan Kedai Digital 23 Terhadap Kepuasan Pelanggan

No	Peneliti	Judul Penelitian	Model Penelitian	Hasil Penelitian
7	Diana Farisa (2008)	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan GSM Indosat di Kota Semarang	Model penelitian menggunakan analisis regresi berganda	Persepsi Harga, Kualitas layanan, Kualitas Prduk memiliki pengaruh kuat teradap kepuasan pelanggan
8	Dyah Ayu Permatasay (2014)	Pengaruh Harga, Produk, Kualitas Layanan dan Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Pecel Madun Laris Manis Jebres Surakarta	Penelitian deskriptif kuantitatif dengan penarikan kesimpulan melalui analisis statistic	Harga, Produk, Kualitas Layanan, Tempat secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan
9	Wulandari (2013)	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Kopikita Semarang	Penelitian deskriptif kuantitatif dengan penarikan kesimpulan mealui analisis statistic	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen
10	Melisa Tamuwijaya (2013)	Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan PIPOP COPY	Model penelitian menggunakan analisis regresi berganda	Hasil penelitian menunjukan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk mempengaruhi Kepuasan Pelanggan baik secara persial maupun simultan

No	Peneliti	Judul Penelitian	Model Penelitian	Hasil Penelitian
11	Albertus Ferry Rosty Adi (2012)	Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Waroeng Spesial Sambal	Model penelitian menggunakan analisis regresi berganda	Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
12	Andi Wibowo (2009)	Analisis Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perumahan Sembungharjo Permai Pengembang PT.Sindur Graha Tama	Model penelitian menggunakan analisis regresi berganda	Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan
13	Rayi Endah (2008)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Makan Taman Singosari Semarang	Model penelitian menggunakan analisis regresi berganda	Kualitas Layanan , Kualitas Produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

### 2.3. Kerangka Pemikiran

Menurut Uma Sekaran, dalam Sugiyono (1997) mengemukakan bahwa kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang terpenting. Kerangka pemikiran yang baik akan menjelaskan secara teoritis hubungan antara variabel independen dan dependen. Berdasarkan teori yang dikemukakan diatas, maka pengembangan kerangka pikir dapat dilihat seperti berikut ini :

1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan Pelanggan

kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, dan kualitas produk menggambarkan sejauh mana kemampuan dalam memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

Menurut penelitian terdahulu yang menunjukkan adanya pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh Andi Wibowo (2009) dengan judul “Analisis Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perumahan Sembungharjo Permai Pengembang PT.Sindur Graha Tama.

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan meskipun dilakukan pada obyek berbeda hal yang sama terjadi pada perusahaan PT. Irs Gemilang Food oleh karena itu dapat diduga kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

## 2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Amstrong (2003:151) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Menurut penelitian terdahulu yang menunjukkan adanya pengaruh antara Harga terhadap kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh Harjanto (2010) dengan judul “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Waroeng Spesial Sambal Cabang Lamper Sari Semarang.

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh antara Harag terhadap Kepuasan Pelanggan meskipun dilakukan pada obyek berbeda hal yang sama terjadi pada perusahaan PT. Irs Gemilang Food oleh karena itu dapat diduga Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

## 3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan mutu dari suatu perusahaan di mata konsumen. Apabila kualitas yang diberikan sudah sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen maka hal ini kan menambah tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang dipakai.

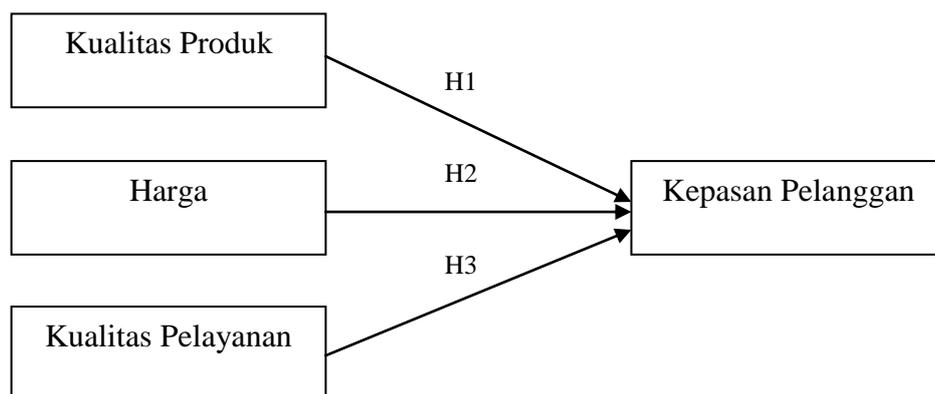
Menurut penelitian terdahulu yang menunjukkan adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh Ambika Shastari (2015) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga

dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Motor Paramitha Graha Denpasar.

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan meskipun dilakukan pada obyek berbeda hal yang sama terjadi pada persahaan PT. Irs Gemilang Food oleh karena itu dapat diduga Kualtas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasar uraian di atas, maka kerangka pengaruh antar variabel dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1.  
Alur Pikir



Alur	Sumber
Kualitas Produk → Kepuasan Pelangan	Andi Wibowo (2009)
Harga → Kepuasan Pelanggan	Harjanto (2010)
Kualitas Pelayanan → Kepuasan Pelanggan	Ambika Shastari (2015)

#### **2.4. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis adalah dugaan sementara yang kebenarannya masih harus dilakukan pengujian. Berdasarkan tinjauan diatas maka hipotesis yang akan di uji dalam penelitian adalah:

1. Terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Irs Gemilang Food.
2. Terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Irs Gemilang Food.
3. Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Irs Gemilang Food.

## BAB 3

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Irs Gemilang Food beralamat di Ruko Boston Blok Rk 5 No.10 Kota Wisata Cibubur. Jangka waktu penelitian diperkirakan 8 bulan dengan kegiatan penelitian sebagai berikut:

Tabel 3.1.  
Rencana Penelitian

Kegiatan	Mei-19				Jun-19				Jul-19				Agt-19				Sep-19				Okt-19				Nov-19				Des-19							
	I	II	III	IV																																
Penelitian Pendahuluan	■																																			
Penyusunan Proposal			■	■																																
Pengumpulan Data					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■																
Analisis Data																					■	■	■	■	■	■	■	■								
Pelaporan																																	■	■	■	■

#### 3.2. Desain Penelitian

Desain penelitian adalah pedoman atau prosedur serta teknik dalam perencanaan penelitian yang bertujuan untuk membangun strategi yang berguna untuk membangun strategi yang menghasilkan *blurprint* atau model penelitian (Moleong, 2014:71). Pengertian yang lebih sempit, desain penelitian hanya mengenai pengumpulan dan analisis data. Maka desain penelitian ini akan diuraikan sebagai berikut:

### **3.2.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif yaitu “suatu pendekatan penelitian yang bersifat obyektif, menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan metode pengujian statistik”. Heru Mulyanto (2010:22)

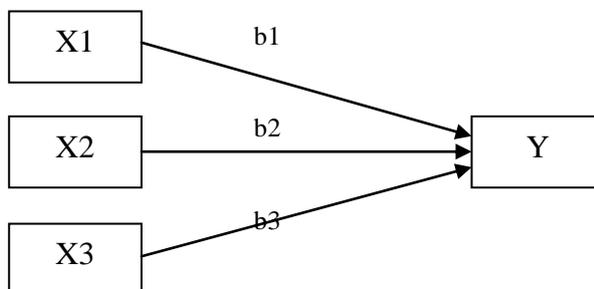
Jenis hubungan yang menjadi dasar dalam penentuan data dan alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis hubungan kausal atau korelasional yang menjelaskan penyebab dari satu atau beberapa masalah (hubungan satu arah).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan survei yaitu penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Singarimbun (1995:3)

### **3.2.2 Lingkup Penelitian**

Pada penelitian ini terdapat 4 variabel penelitian yaitu, 3 variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen yang pertama yaitu Kualitas Produk dengan simbol X1, variabel independen kedua yaitu Harga dengan simbol X2, dan variabel independen ketiga yaitu Kualitas Pelayanan dengan simbol X3. Satu variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan dengan simbol Y. Rerangka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2.  
Rencana Penelitian



### 3.3. Operasionalisasi Variabel

Definisi konseptual dan operasionalisasi variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3.  
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Pengertian	Indikator
Kualitas Produk (X1) Kotler dan Amstrong (2008:273)	Kualitas Produk adalah kemampuan produk dalam melaksanakan berbagai fungsi termasuk ketahanan, keandalan, ketetaapan dan kemudahan dalam penggunaan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Kinerja</li> <li>➤ Fitur Produk</li> <li>➤ Keandalan</li> <li>➤ Kesesuaian dengan Spesifikasi</li> <li>➤ Estetika</li> <li>➤ Kualitas Yang dipersiapkan</li> </ul>
Harga (X2) Kotler dan Amtrong, (2003:308)	Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang tau jasa atau jumlah dari uang dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat – manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut .	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Keterjangkauan Harga</li> <li>➤ Kesesuaian Harga dengan Kualiiitas Produk</li> <li>➤ Daya saing harga</li> <li>➤ Kesesuaian harga dengan manfaat</li> </ul>

Kualitas Pelayanan (X3) Basu Swastha dan Hani Handoko, (2000:10)	Pelayanan adalah kegiatan langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang – barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada masa persiapan dan penentuan kegiatan – kegiatan tersebut	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <i>Tangibles</i> (bukti fisik)</li> <li>➤ <i>Reliability</i> (keandalan)</li> <li>➤ <i>responsiveness</i> (ketanggapan)</li> <li>➤ <i>assurance</i> (jaminan dan kepastian)</li> <li>➤ <i>empathy</i> (perhatian)</li> </ul>
Kepuasan Pelanggan (Y). Kotler, (200:42)	Kepuasan Pelanggan adalah perasaan sangat senang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan – harapannya	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ kesesuaian harapan</li> <li>➤ persepsi kinerja</li> </ul> <p>penialain konsumen</p>

### 3.4. Populasi, Sampel dan Metode Penelitian

#### a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (sugiyono, 2010:55). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT.Irs Gemilang Food.

#### b. Sampel

Menurut sugiyono (2012:81) sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menentukan jumlah sampel dilakukan sebuah teknik sampling. Taktik sampling merupakan teknik pengambilan sampel.

Menentukan sampel yang populasinya besar dan jumlahnya tidak diketahui, dapat menggunakan rumus menurut Rao Purba (2006) dalam Kharis (2011:50) sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

Keretangan :

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat keyakinan penentuan Sampel 95% atau 1,96

Moe = Tingkat kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi,  
biasanya 10%

Maka dari perhitungan rumus diperoleh :

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416}{0,4}$$

$$n = 96,04 \text{ dibulatkan menjadi } 97$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 97 responden. Guna melengkapi dan menyempurnakan penelitian ini, maka peneliti mengambil sampel 100 orang. Jumlah tersebut ditetapkan dengan maksud untuk mengantisipasi kuesioner yang tidak terisi lengkap atau jawaban responden yang kurang sesuai dengan pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner penelitian.

### c. Sampling

Teknik sampling dilakukan dengan teknik *accidental sampling*, yaitu peneliti memilih siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dianggap dapat memberikan informasi yaitu penentuan sampel dengan menggunakan kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan adalah konsumen yang telah melakukan pembelian berulang.

### 3.5. Metode Pengumpulan Data

Ada beberapa teknik yang digunakan untuk pengumpulan data yang didasarkan pada pendapat Husein Umar (2004: 49), yaitu sebagai berikut:

- a. Kuesioner merupakan taktik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2004). Skala pengukuran untuk semua indikator pada masing-masing variabel menggunakan skala likert, yakni dengan mengelompokan 5 kategori jawaban responden dengan bobot :
  - Skor 5 = Sangat Setuju
  - Skor 4 = Setuju
  - Skor 3 = Netral
  - Skor 2 = Tidak Setuju
  - Skor 1 = Sangat Tidak Setuju
- b. Observasi yang dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung di PT.Irs Gemilang Food baik yang berhubungan langsung maupun tidak langsung dengan variabel yang diteliti.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif dilakukan dengan menggunakan pengujian statistik dari hasil kuesioner, kemudian hasil pengujian tersebut akan dijelaskan menggunakan kalimat-kalimat dan tabulasi. Analisis kualitatif digunakan untuk melihat hasil kuesioner dengan menggunakan tabulasi yang berupa penilaian dari hasil pengisian kuesioner.

### **3.6. Instrumentasi Variabel**

Instrumentasi variabel merupakan pengujian terhadap data hasil kuesioner. Uji instrumen penelitian dilakukan melalui uji validitas-reliabilitas untuk memastikan bahwa kuesioner yang disusun dapat dimengerti oleh responden dan memiliki konsistensi pengukuran (Ghozali, 2005: 41).

#### **1. Validitas**

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. Untuk mempermudah maka beberapa ahli menyatakan bahwa pernyataan valid apabila nilai Korelasi (kolom Corrected Item-Total Correlation)  $>$  0,3.

#### **2. Reliabilitas**

Menurut Ferdinand (2006) sebuah instrument dan data yang dihasilkan disebut *reliable* atau terpercaya apabila instrument tersebut secara konsisten memunculkan adalah indeks yang sama setiap kali dilakukan pengukuran. Uji reliabilitas dilakukan dengan metode Cronbach's Alpha.

Reliabilitasterpenuhi jika nilai Cronbach's Alpha  $> 0,6$  (Nunnally dalam Mulyanto dan Wulandari, 2010: 126).

### **3.7. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis**

#### **3.7.1. Metode Analisis**

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). Sebelum analisis regresi linier ganda yang sesungguhnya, dilakukan 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 :

a. Uji Normalitas

Normalitas harus terpenuhi yang menunjukkan bahwa data variabel penelitian berasal dari data variabel yang berdistribusi normal. Normalitas data pada analisis regresi linier ganda dalam penelitian ini dilakukan secara grafik yaitu menggunakan Normal P-P Plot. Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Jika data (titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka menunjukkan pola distribusi normal yang mengindikasikan

bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data (titik) menyebar jauh dari garis diagonal, maka tidak menunjukkan pola distribusi normal yang mengindikasikan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2012:160).

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinieritas yaitu adanya korelasi yang sangat kuat antar variabel bebas tidak diharapkan sehingga pengujian dilakukan untuk memastikan tidak terjadi multikolinieritas yang menunjukkan variabel bebas satu dengan lainnya setara (independen). Model regresi dikatakan bebas dari multikolinieritas apabila nilai  $VIF \leq 10$ , dan nilai  $Tolerance \geq 0,1$  (Ghozali, 2012:105).

c. Uji Asumsi Autokorelasi

Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi autokorelasi dimana pengujian dilakukan dengan melihat nilai Durbin-Watson hasil pengolahan data dibandingkan dengan nilai  $d_l$  dan  $d_u$  pada Durbin-Watson tabel 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

d. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas tidak diharapkan sehingga pengujian dilakukan untuk membuktikan bahwa model persamaan regresi ganda tidak memiliki

masalah heteroskedastisitas. Pengujian dilakukan secara grafis 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.

### **3.7.2 Regresi Linier Ganda**

Analisis Regresi Linier Ganda digunakan untuk mengetahui Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). persamaan regresi linier Ganda dicari dengan rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

X1 =Kualitas Prodduk

X2 =Harga

X3 =Kualitas Pelayanan

Y =Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

b1 = Koefisien Regresi Kualitas Produk

b2 = Koefisien Regresi Harga

b3 = Koefisien Regresi Kualitas Pelayanan

### 3.7.3 Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis dengan menggunakan regresi berganda yang dilakukan dengan SPSS:

#### a. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Pengujian Uji F yaitu dengan membandingkan nilai probabilitas (sig F) terhadap taraf uji penelitian ( $\alpha = 0.05$ ). Kriteria yang digunakan untuk menguji kelayakan model adalah sebagai berikut:

- Jika Sig F <  $\alpha$  lebih kecil atau jauh dari 0,5 maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya model hasil penelitian secara simultan Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Irs Gemilang Food.
- Jika Sig F >  $\alpha$  lebih besar atau mendekati 0,5 maka Ho diterima dan Ha ditolak, artinya model persamaan regresi hasil penelitian secara simultan Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Irs Gemilang Food.

#### b. Uji Parsial (Uji t-test)

Uji t bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hipotesis statistik yang diajukan adalah sebagai berikut:

$H_0 : b_1 = 0$  : tidak ada pengaruh

$H_1 : b_1 \neq 0$  : ada pengaruh

Pengujian hipotesis dalam penelitian sesuai dengan hipotesis penelitian.

#### 1. Uji hipotesis pertama

Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Irs Gemilang Food. Hipotesis statistik yang diajukan adalah sebagai berikut:

$H_0 : b_1 = 0$  : tidak ada pengaruh

$H_1 : b_1 \neq 0$  : ada pengaruh

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

- Jika  $\text{Sig } t < \alpha$  , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Irs Gemilang Food.
- Jika  $\text{Sig } t > \alpha$  , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Irs Gemilang Food.

## 2. Uji hipotesis kedua

Hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Irs Gemilang Food. Hipotesis statistik yang diajukan adalah sebagai berikut:

$H_{10} : b_2 = 0$  : tidak ada pengaruh

$H_{1a} : b_2 \neq 0$  : ada pengaruh

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

- Jika  $\text{Sig } t < \alpha$  , maka  $H_{10}$  ditolak dan  $H_{1a}$  diterima, artinya terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Irs Gemilang Food.
- Jika  $\text{Sig } t > \alpha$  , maka  $H_{10}$  diterima dan  $H_{1a}$  ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Irs Gemilang Food.

## 3. Uji hipotesis ketiga

Hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Irs Gemilang Food. Hipotesis statistik yang diajukan adalah sebagai berikut:

$H_{10} : b_3 = 0$  : tidak ada pengaruh

$H_{1a} : b_3 \neq 0$  : ada pengaruh

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji-t yaitu membandingkan nilai probabilitas ( $\text{sig } t$ ) terhadap taraf uji penelitian ( $\alpha = 0.05$ ). Kriteria yang 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 pada PT. Irs Gemilang Food.
- Jika  $\text{Sig } t > \alpha$  , maka  $H_{10}$  diterima dan  $H_{1a}$  ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Irs Gemilang Food.

c. Koefisien Determinasi Uji Parsial (Uji t-test)

Koefisien determinasi merupakan angka sejauh mana kesesuaian persamaan regresi tersebut dengan data. Koefisien determinasi juga menunjukkan proporsi variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen. Koefisien digunakan secara keseluruhan untuk mengukur ketepatan yang paling baik dari regresi berganda. Apabila  $R^2$  mendekati 1 maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut menerangkan variasi variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika  $R^2$  mendekati 0 maka semakin lemah variasi variabel independen menerangkan variabel dependen.

## **BAB 4**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Hasil Penelitian**

##### **4.1.1. Gambaran Obyek Penelitian**

PT. Irs Gemilang Food berdiri pada tahun 2015 yang didirikan oleh seorang pengusaha yaitu untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan konsumsi daging sapi. Toko daging modern yang terletak dikawasan Kota Wisata Cibubur ini menyediakan berbagai jenis daging sapi segar dan daging olahan berkualitas seperti beef patty, chicken patty, dan daging olahan lainnya.

##### **4.1.2. Profil Perusahaan**

Profil PT. Irs Gemilang Food dapat diuraikan secara lengkap sebagai berikut:

Nama Perusahaan : PT. Irs Gemilang Food

Jenis Perusahaan : Bidang usaha yang dilakukan oleh PT. Irs Gemilang Food adalah menjual daging sapi segar dan daging olahan

Alamat : Ruko Boston Rk 5 Kota Wisata Cibubur

No Telepon : 021- 22962649

Email : Irsgemilangfood@gmail.com

#### 4.1.3. Visi Misi Perusahaan

- a. Visi : Menjadi perusahaan olahan daging sapi terbaik di Indonesia yang mempunyai inegrasi tinggi.
- b. Misi : Menyediakan produk berkualitas terbaik, sehat dan halal  
Selalu berinovasi dalam mengembangkan produk dan kualitas.

#### 4.1.4. Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan terhadap 97 pelanggan PT. Irs Gemilang Food sebagai responden penelitian. Karakteristik responden sebagai berikut:

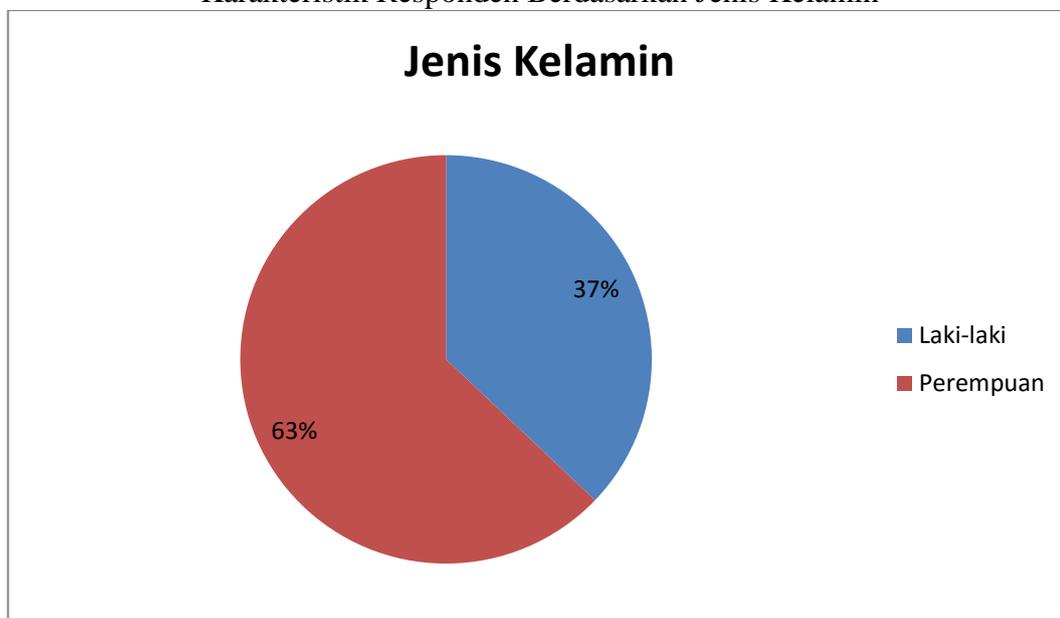
Tabel 4.1  
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	%
Laki-Laki	36	37
Perempuan	61	63
Total	97	100

*Sumber: Data penelitian yang diolah, 2019*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin Perempuan yaitu sebanyak 61 orang (63%), sedangkan Laki-laki sebanyak 36 orang (37%). Perbandingan responden berdasarkan jenis kelamin dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 4.1  
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber: Data penelitian yang diolah, 2019

Tabel 4.2  
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

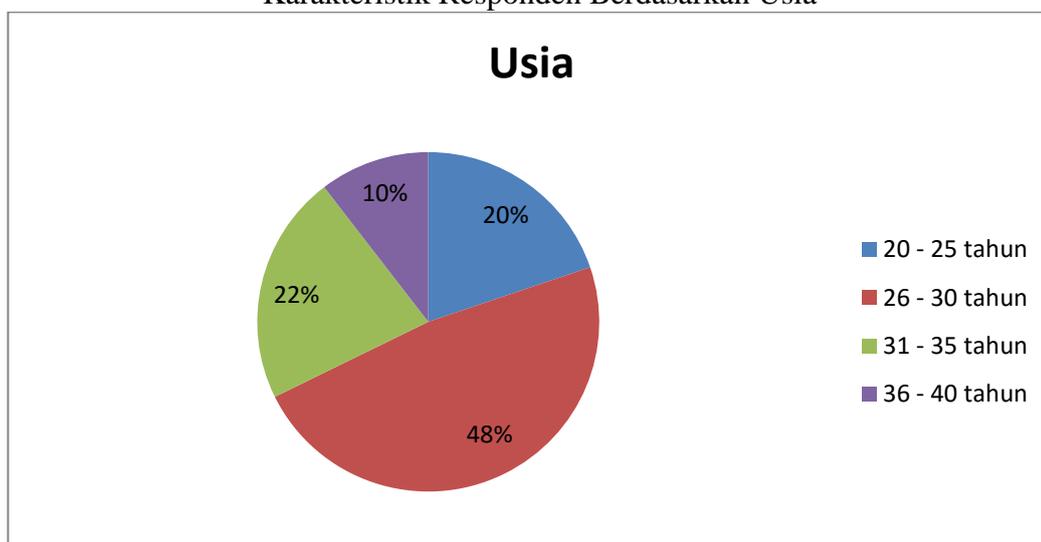
Usia	Jumlah	%
20 – 25 tahun	19	20
26 – 30 tahun	47	48
31 – 35 tahun	21	22
36 – 40 tahun	10	10
Total	97	100

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2019

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang berusia antara 20-25 tahun yakni sebanyak 19 orang (20%), responden yang berusia antara 26-30 tahun yakni sebanyak 47 orang (48%), responden yang berusia antara 31-35 tahun yakni sebanyak 21 orang (22%), dan responden yang berusia antara 36-40 tahun yakni sebanyak 10 orang (10%). Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang

membeli produk daging olahan yakni berusia 26-30 tahun. Perbandingan responden berdasarkan Usia dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 4.2  
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



Sumber: Data penelitian yang diolah, 2019

Tabel 4.3  
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

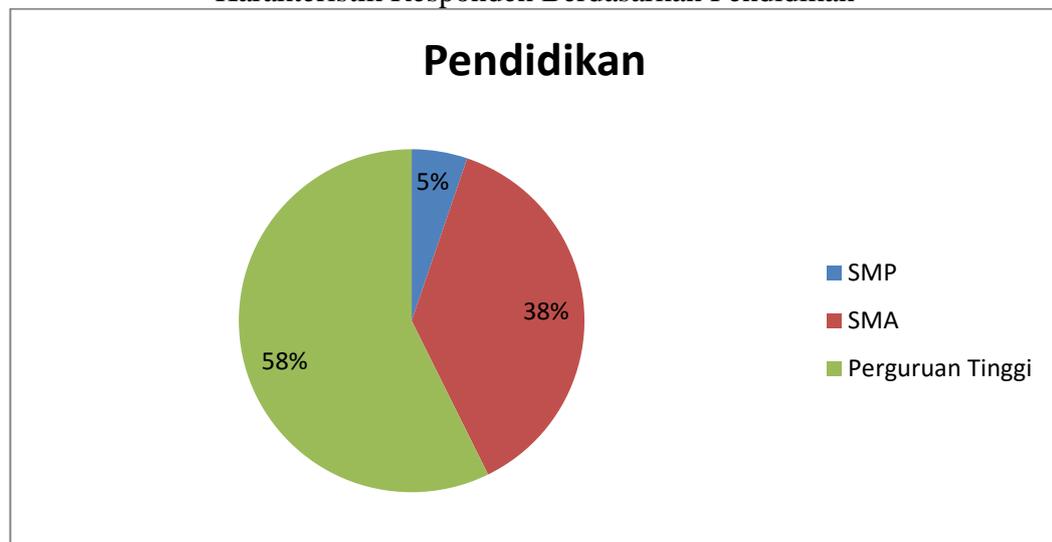
Usia	Jumlah	%
Tidak Tamat SD	0	0
SD	0	0
SMP	5	5
SMA	36	38
Perguruan Tinggi	56	58
Total	97	100

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2019

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang pendidikan terakhirnya SMP sebanyak 5 orang (5%), responden yang pendidikan terakhirnya SMA sebanyak 36 orang (38%), dan responden yang pendidikan terakhirnya Perguruan Tinggi sebanyak 56 orang (58%). Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dengan

pendidikan terakhirnya mencapai Perguruan Tinggi , karna masyarakat sudah sadar akan arti pentingnya pendidikan, sehingga rata-rata masyarakat menempuh pendidikan sampai jenjang Perguruan Tinggi. Perbandingan responden berdasarkan Pendidikan dapat digambarkan sebagai berikut

Gambar 4.3  
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan



Sumber: Data penelitian yang diolah, 2019

Tabel 4.4  
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

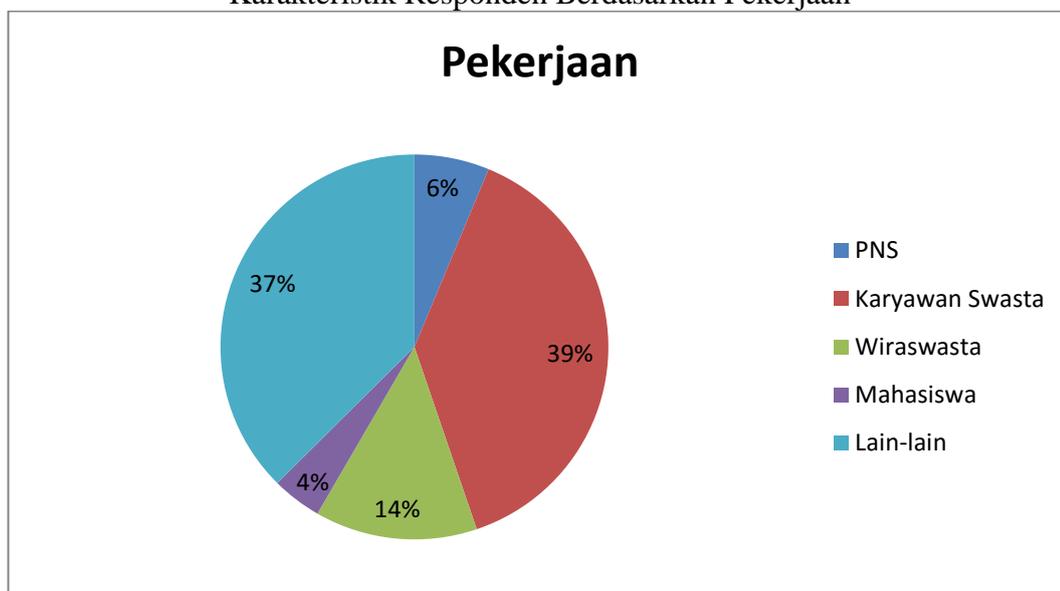
Pekerjaan	Jumlah	%
PNS	6	6
Karyawan Swasta	37	39
Wiraswasta	14	14
Pelajar/Mahasiswa	4	4
Lain-lain	36	37
Total	96	100

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2019

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang pekerjaannya sebagai PNS sebanyak 6 orang (6%), responden yang pekerjaannya sebagai Karyawan Swasta

sebanyak 37 orang (39%), responden yang pekerjaannya sebagai Wiraswasta sebanyak 14 orang (14%), responden yang pekerjaannya sebagai Pelajar/ Mahasiswa sebanyak 4 orang (4%), dan responden dengan pekerjaan lainnya yang tidak disebut diatas sebanyak 36 orang (37%). Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dengan pekerjaan sebagai Karyawan Swasta, hal ini dikarenakan banyaknya perusahaan yang berdiri. Perbandingan responden berdasarkan Pekerjaan dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 4.4  
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan



Sumber: Data penelitian yang diolah, 2019

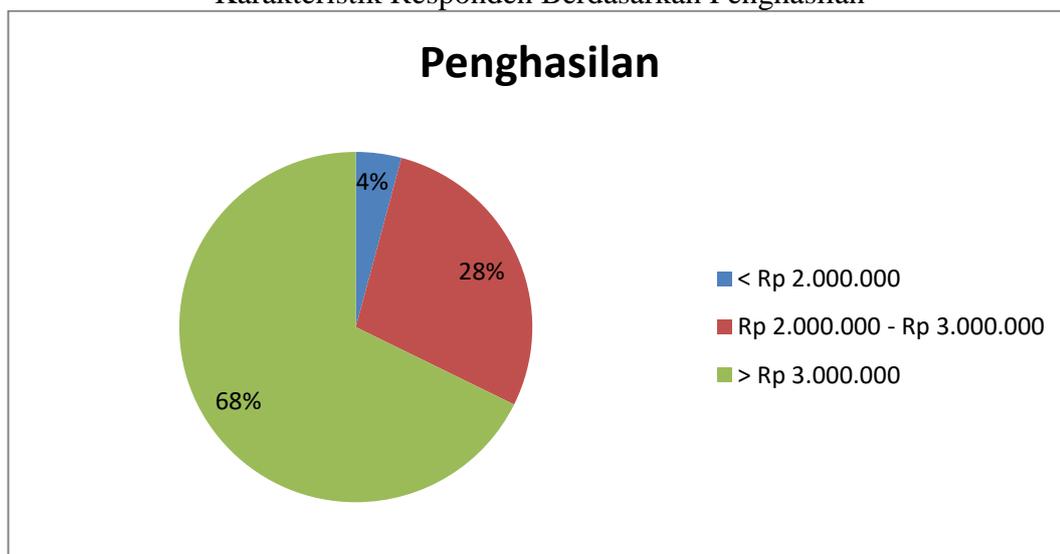
Tabel 4.5  
Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Penghasilan	Jumlah	%
< Rp 2.000.000	4	4
Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000	27	28
> Rp 3.000.000	66	68
Total	97	100

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2019

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang penghasilannya kurang dari Rp. 2.000.000 sebanyak 4 orang (4%), responden yang penghasilannya sebanyak Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000 sebanyak 27 orang (28%), dan responden yang penghasilannya lebih dari Rp 3.000.000 sebanyak 65 orang (68%). Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang penghasilannya diatas Rp 3.000.000, hal ini dikarenakan UMR di kota Bogor lebih Rp 3.000.000. Perbandingan responden berdasarkan Penghasilan dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 4.5  
Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan



Sumber: Data penelitian yang diolah, 2019

#### 4.1.5. Uji Validitas Reliabilitas

Uji Validitas dan Reliabilitas dilakukan terhadap seluruh item kuesioner pada keempat variabel yang diteliti. Hasil uji validitas-reliabilitas masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

### 1. Uji Validitas Reliabilitas Variabel Kualitas Produk

Data variabel Kualitas Produk (X1) diperoleh dari 8 pernyataan yaitu X1.01 sampai dengan X1.08. Validitas variabel pelatihan diuji dengan membandingkan nilai  $r$  hitung (kolom Corrected Item-Total Correlation) hasil output SPSS dengan nilai  $r$  tabel, dengan kriteria:

- Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel atau  $r$  hitung  $>$  0,3 maka valid
- Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel atau  $r$  hitung  $<$  0,3 maka tidak valid

Hasil uji validitas variabel Kualitas Produk yang dilakukan menggunakan SPSS disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.6  
Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

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	32,4639	5,272	,633	,765
X1.2	32,4742	5,356	,588	,771
X1.3	32,4536	5,542	,480	,788
X1.4	32,4433	5,749	,417	,797
X1.5	32,4742	5,439	,493	,786
X1.6	32,4948	5,607	,494	,786
X1.7	32,4227	5,684	,456	,791
X1.8	32,4227	5,434	,574	,774

*Sumber: Data penelitian yang diolah, 2019*

Uji validitas variabel Kualitas Produk dilakukan terhadap 8 item pernyataan. Karena hasil uji mendapatkan nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (Corrected Item-Total Correlation  $>$  0.3) untuk seluruh item, maka 8 item indikator pengukur variabel Kualitas Produk seluruhnya valid.

Tabel 4.7  
Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,804	8

*Sumber: Data penelitian yang diolah, 2019*

Uji reliabilitas dilakukan dengan metode Cronbach's Alpha dari data item yang telah valid. Reliabilitas terpenuhi manakala nilai Cronbach's Alpha > 0,6. Uji reliabilitas variabel Kualitas Produk dilakukan terhadap 8 item pernyataan yang telah valid. Karena hasil uji mendapatkan nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari nilai kritis ( $0.804 > 0.6$ ) maka variabel Kualitas Produk yang diukur menggunakan 8 item pernyataan telah reliabel.

## 2. Uji Validitas Reliabilitas Variabel Harga

Data variabel Harga (X2) diperoleh dari 8 pernyataan yaitu X2.01 sampai dengan X2.08. Validitas variabel pelatihan diuji dengan membandingkan nilai r hitung (kolom Corrected Item-Total Correlation) hasil output SPSS dengan nilai r tabel, dengan kriteria:

- Jika r hitung > r tabel atau r hitung > 0,3 maka valid
- Jika r hitung < r tabel atau r hitung < 0,3 maka tidak valid

Hasil uji validitas variabel Harga yang dilakukan menggunakan SPSS disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.8  
Uji Validitas Variabel Harga

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	32,3814	6,176	,736	,831
X2.2	32,4227	6,330	,641	,841
X2.3	32,3711	6,465	,540	,853
X2.4	32,4639	6,543	,504	,857
X2.5	32,4021	6,201	,673	,838
X2.6	32,4227	6,622	,511	,856
X2.7	32,4124	6,307	,621	,844
X2.8	32,4124	6,224	,658	,839

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2019

Uji validitas variabel Keterampilan dilakukan terhadap 8 item pernyataan. Karena hasil uji mendapatkan nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (Corrected Item-Total Correlation  $>$  0.3) untuk seluruh item, maka 8 item indikator pengukur variabel Harga seluruhnya valid.

Tabel 4.9  
Uji Reliabilitas Variabel Harga

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,862	8

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2019

Uji reliabilitas dilakukan dengan metode Cronbach's Alpha dari data item yang telah valid. Reliabilitas terpenuhi manakala nilai Cronbach's Alpha  $>$  0,6. Uji reliabilitas variabel Harga dilakukan terhadap 8 item pernyataan yang telah valid. Karena hasil uji mendapatkan nilai Cronbach's Alpha lebih

besar dari nilai kritis ( $0.862 > 0.6$ ) maka variabel Harga yang diukur menggunakan 8 item pernyataan telah reliabel.

### 3. Uji Validitas Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan

Data variabel Kualitas Pelayanan (X3) diperoleh dari 7 pernyataan yaitu X3.01 sampai dengan X3.07. Validitas variabel pelatihan diuji dengan membandingkan nilai  $r$  hitung (kolom Corrected Item-Total Correlation) hasil output SPSS dengan nilai  $r$  tabel, dengan kriteria:

- Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel atau  $r$  hitung  $>$  0,3 maka valid
- Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel atau  $r$  hitung  $<$  0,3 maka tidak valid

Hasil uji validitas variabel Kualitas Pelayanan yang dilakukan menggunakan SPSS disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.10  
Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	27,7732	4,177	,675	,746
X3.2	27,8041	4,555	,431	,791
X3.3	27,7938	4,395	,515	,776
X3.4	27,8041	4,638	,391	,799
X3.5	27,7938	4,249	,624	,755
X3.6	27,7732	4,698	,424	,791
X3.7	27,7938	4,165	,671	,746

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2019

Uji validitas variabel Keterampilan dilakukan terhadap 7 item pernyataan. Karena hasil uji mendapatkan nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (Corrected Item-Total Correlation  $>$  0.3) untuk seluruh item, maka 7 item indikator pengukur variabel Kualitas Pelayanan seluruhnya valid.

Tabel 4.11  
Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,799	7

*Sumber: Data penelitian yang diolah, 2019*

Uji reliabilitas dilakukan dengan metode Cronbach's Alpha dari data item yang telah valid. Reliabilitas terpenuhi manakala nilai Cronbach's Alpha > 0,6. Uji reliabilitas variabel Kualitas Pelayanan dilakukan terhadap 7 item pernyataan yang telah valid. Karena hasil uji mendapatkan nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari nilai kritis ( $0.799 > 0.6$ ) maka variabel Kualitas Pelayanan yang diukur menggunakan 7 item pernyataan telah reliabel.

#### 4. Uji Validitas Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Data variabel Kepuasan Pelanggan (Y) diperoleh dari 6 pernyataan yaitu Y.01 sampai dengan Y.06. Validitas variabel pelatihan diuji dengan membandingkan nilai r hitung (kolom Corrected Item-Total Correlation) hasil output SPSS dengan nilai r tabel, dengan kriteria:

- Jika  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$  atau  $r \text{ hitung} > 0,3$  maka valid
- Jika  $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$  atau  $r \text{ hitung} < 0,3$  maka tidak valid

Hasil uji validitas variabel Kepuasan Pelanggan yang dilakukan menggunakan SPSS disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.12  
Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	23,2577	2,902	,619	,702
Y.2	23,2371	3,412	,306	,782
Y.3	23,2165	3,109	,535	,726
Y.4	23,2062	3,145	,452	,747
Y.5	23,2268	2,886	,608	,705
Y.6	23,2371	3,016	,551	,721

*Sumber: Data penelitian yang diolah, 2019*

Uji validitas variabel Kepuasan Pelanggan dilakukan terhadap 6 item pernyataan. Karena hasil uji mendapatkan nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (Corrected Item-Total Correlation  $>$  0.3) untuk seluruh item, maka 6 item indikator pengukur variabel Kepuasan Pelanggan seluruhnya valid.

Tabel 4.13  
Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,766	6

*Sumber: Data penelitian yang diolah, 2019*

Uji reliabilitas dilakukan dengan metode Cronbach's Alpha dari data item yang telah valid. Reliabilitas terpenuhi manakala nilai Cronbach's Alpha  $>$  0,6. Uji reliabilitas variabel Kepuasan Pelanggan dilakukan terhadap 6 item pernyataan yang telah valid. Karena hasil uji mendapatkan nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari nilai kritis ( $0,766 > 0,6$ ) maka variabel Kepuasan Pelanggan yang diukur menggunakan 6 item pernyataan telah reliabel.

#### 4.1.6. Deskripsi Variabel Penelitian

##### 1. Deskripsi Variabel Kualitas Produk

Data variabel Kualitas Produk berasal dari jawaban 8 item kuesioner pada skala satu sampai dengan lima. Skala yang dipakai yaitu 2 skala dimana skala tertinggi 5 dan skala terendah 1. Dan kategori yang digunakan dalam penelitian ini memakai 2 kategori (baik dan buruk) dimana mean menjadi nilai tengah teoritik.

$$\text{Mean} = \frac{\text{skala tertinggi} + \text{skala terendah}}{\text{Jumlah kategori}}$$

$$\text{Mean} = \frac{5+1}{2} = 3$$

Tabel 4.14  
Deskripsi Variabel Kualitas Produk

Statistics		
KUALITASPRODUK		
N	Valid	97
	Missing	0
Mean		4,6391
Median		4,6300
Mode		5,00
Minimum		3,88
Maximum		5,00

*Sumber: Data penelitian yang diolah, 2019*

Nilai terendah empiris jawaban terendah 3,88 dan tertinggi 5 dengan rentang skor 3 sehingga diperoleh nilai rata-rata 4,63 dan nilai tengah empirik 4,63 serta nilai yang paling sering muncul adalah 5. Karena nilai rata-rata empirik lebih besar daripada nilai tengah teoritik ( $4,63 > 3$ ) maka dapat diartikan bahwa Kualitas Produk cenderung baik.

## 2. Deskripsi Variabel Harga

Data variabel Harga berasal dari jawaban 8 item kuesioner pada skala satu sampai dengan lima. Skala yang dipakai yaitu 2 skala dimana skala tertinggi 5 dan skala terendah 1. Dan kategori yang digunakan dalam penelitian ini memakai 2 kategori (baik dan buruk) dimana mean menjadi nilai tengah teoritik.

$$\text{Mean} = \frac{\text{skala tertinggi} + \text{skala terendah}}{\text{Jumlah kategori}}$$

$$\text{Mean} = \frac{5+1}{2} = 3$$

Tabel 4.15  
Deskripsi Variabel Harga

Statistics		
HARGA		
N	Valid	97
	Missing	0
Mean		4,6322
Median		4,7500
Mode		5,00
Minimum		3,88
Maximum		5,00

*Sumber: Data penelitian yang diolah, 2019*

Nilai terendah empiris jawaban terendah 3,88 dan tertinggi 5 dengan rentang skor 3 sehingga diperoleh nilai rata-rata 4,63 dan nilai tengah empirik 4,75 serta nilai yang paling sering muncul adalah 5. Karena nilai rata-rata empirik lebih besar daripada nilai tengah teoritik ( $4,63 > 3$ ) maka dapat diartikan bahwa Harga cenderung baik.

### 3. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan

Data variabel Kualitas Pelayanan berasal dari jawaban 7 item kuesioner pada skala satu sampai dengan lima. Skala yang dipakai yaitu 2 skala dimana skala tertinggi 5 dan skala terendah 1. Dan kategori yang digunakan dalam penelitian ini memakai 2 kategori (baik dan buruk) dimana mean menjadi nilai tengah teoritik.

$$\text{Mean} = \frac{\text{skala tertinggi} + \text{skala terendah}}{\text{Jumlah kategori}}$$

$$\text{Mean} = \frac{5+1}{2} = 3$$

Tabel 4.16

#### Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan

<b>Statistics</b>		
KUALITASPELAYANAN		
N	Valid	97
	Missing	0
Mean		4,6319
Median		4,7100
Mode		5,00
Minimum		3,86
Maximum		5,00

*Sumber: Data penelitian yang diolah, 2019*

Nilai terendah empiris jawaban terendah 3,86 dan tertinggi 5 dengan rentang skor 3 sehingga diperoleh nilai rata-rata 4,63 dan nilai tengah empirik 4,71 serta nilai yang paling sering muncul adalah 5. Karena nilai rata-rata empirik lebih besar daripada nilai tengah teoritik ( $4,63 > 3$ ) maka dapat diartikan bahwa Kualitas Pelayanan cenderung baik.

#### 4. Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan

Data variabel Kepuasan Pelanggan berasal dari jawaban 6 item kuesioner pada skala satu sampai dengan lima. Skala yang dipakai yaitu 2 skala dimana skala tertinggi 5 dan skala terendah 1. Dan kategori yang digunakan dalam penelitian ini memakai 2 kategori (baik dan buruk) dimana mean menjadi nilai tengah teoritik.

$$\text{Mean} = \frac{\text{skala tertinggi} + \text{skala terendah}}{\text{Jumlah kategori}}$$

$$\text{Mean} = \frac{5+1}{2} = 3$$

Tabel 4.17

#### Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan

Statistics		
KEPUASANPELANGGAN		
N	Valid	97
	Missing	0
Mean		4,6457
Median		4,6700
Mode		5,00
Minimum		3,83
Maximum		5,00

*Sumber: Data penelitian yang diolah, 2019*

Nilai terendah empiris jawaban terendah 3,83 dan tertinggi 5 dengan rentang skor 3 sehingga diperoleh nilai rata-rata 4,64 dan nilai tengah empirik 4,67 serta nilai yang paling sering muncul adalah 5. Karena nilai rata-rata empirik lebih besar daripada nilai tengah teoritik ( $4,64 > 3$ ) maka dapat diartikan bahwa Kepuasan Pelanggan cenderung baik.

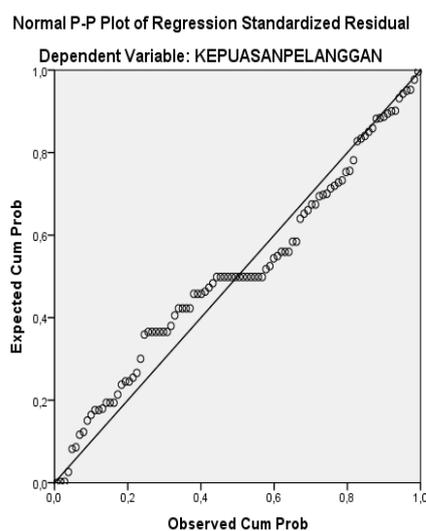
#### 4.1.7. Analisis Data

Analisis regresi linier ganda diawali dengan pengujian persyaratan analisis. Hasil pengujian persyaratan analisis adalah sebagai berikut:

##### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2012:160).

Gambar 4.6  
Normal P-P Plot Uji Asumsi Normalitas



*Sumber: Data penelitian yang diolah, 2019*

Berdasarkan gambar 4.23 di atas dapat disimpulkan bahwa dalam grafik normal P-Plot terlihat titik menyebar disekitar garis diagonal, dan penyebarannya tidak terlalu jauh atau melebar. Dalam hal ini, grafik menunjukkan bahwa model regresi sesuai asumsi normalitas dan layak digunakan.

## 2. Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas yaitu dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *Tolerance*. Model regresi dikatakan bebas dari multikolinieritas apabila nilai  $VIF \leq 10$ , dan nilai  $Tolerance \geq 0,1$  (Ghozali, 2012:105). Hasil pengujian VIF dan *Tolerance* dari model regresi dapat dilihat dalam table berikut:

Tabel 4.18  
Coefficient Uji Asumsi Multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>			
Model	Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF	
1	KUALITASPRODUK	,102	9,852
	HARGA	,108	9,291
	KUALITASPELAYANAN	,168	5,940

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

*Sumber: Data penelitian yang diolah, 2019*

Hasil tabel diatas perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) menunjukkan nilai VIF Kualitas Produk adalah 9,852, nilai VIF Harga adalah 9,291, dan nilai VIF Kualitas Pelayanan adalah 5,940. Ini menunjukkan tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat di simpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antara variabel independen dalam model regresi. Hasil perhitungan juga menunjukkan nilai *Tolerance* masing-masing variabel yaitu Kualitas Produk sebesar 0,102, Harga sebesar 0,108 dan Kualitas Pelayanan sebesar 0,168. Ini berarti

menunjukkan tidak ada varabel independen yang memiliki nilai *Tolerance* kurang dari 0,1. Maka menurut nilai *Tolerance* tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

### 3. Autokorelasi

Nilai Durbin-Watson hasil perhitungan sebesar  $DW = 2.259$ . Berdasarkan kategori yang telah ada, nilai DW termasuk dalam range  $1.65 < DW(2.259) < 2.35$  yang berarti tidak terjadi autokorelasi. Oleh karena itu analisis regresi linier ganda dapat dilanjutkan.

Tabel 4.19  
Model Summary Uji Asumsi Autokorelasi

Model Summary <sup>b</sup>	
Model	Durbin-Watson
1	2,259 <sup>a</sup>

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, HARGA, KUALITAS PRODUK

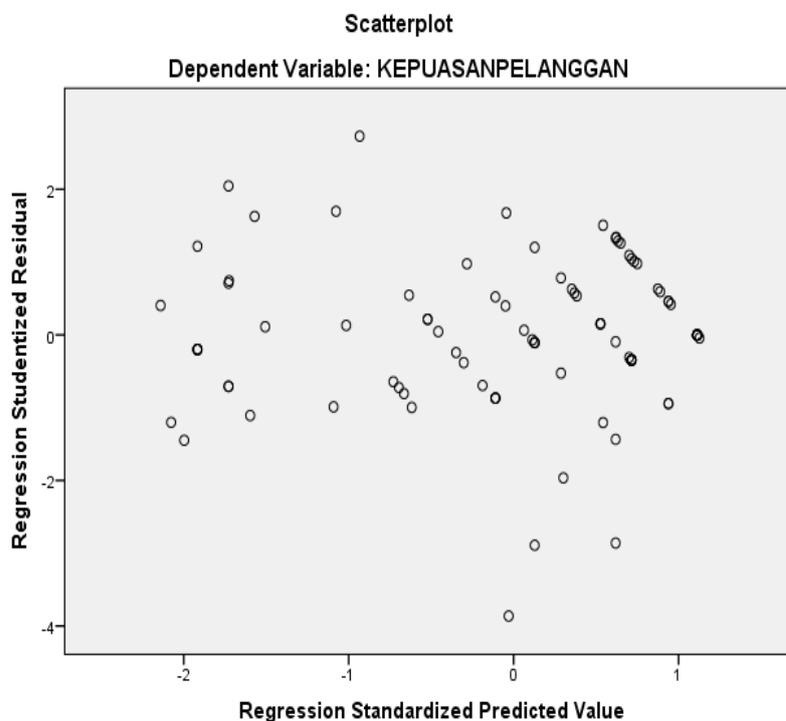
b. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

*Sumber: Data penelitian yang diolah, 2019*

### 4. Heteroskedastisitas

Grafik scatter plot memperlihatkan bahwa titik-titik hasil perhitungan menyebar secara acak di atas dan dibawah titik origin serta tidak membentuk pola tertentu. Hal ini dapat dikatakan bahwa hasil analisis regresi ganda benar-benar linier karena tidak memiliki masalah heteroskedastisitas sehingga analisis regresi linier ganda dapat dilanjutkan.

Gambar 4.7  
Scatterplot Uji Asumsi Heteroskedastisitas



*Sumber: Data penelitian yang diolah, 2019*

Karena persyaratan analisis (asumsi klasik) telah terpenuhi, yaitu memenuhi normalitas, tidak terjadi autokorelasi, tidak terjadi multikolinearitas, tidak terjadi heteroskedastisitas maka analisis regresi linier ganda dapat dilanjutkan. Data yang digunakan adalah data yang telah diuji tanpa melakukan perubahan karena persyaratan asumsi klasik telah terpenuhi semua.

#### 4.1.8. Regresi Linier Berganda

Dari data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan metode regresi dan dihitung dengan menggunakan software SPSS. Berdasarkan Output SPSS menghasilkan tabel yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.20  
Koefisien Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap  
Kepuasan Pelanggan

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	,104	,172		,605	,547
	KUALITASPRODUK	,484	,115	,467	4,215	,000
	HARGA	-,030	,103	-,031	-,290	,772
	KUALITASPELAYANAN	,525	,086	,528	6,137	,000

a. Dependent Variable: KEPUASANPELANGGAN

*Sumber: Data penelitian yang diolah, 2019*

Dari tabel di atas dapat disusun model persamaan regresi linier ganda berdasar kolom B sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 0.104 + 0.484X_1 + -0.030X_2 + 0.525X_3$$

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

- Nilai konstanta sebesar  $a = 0.104$  menunjukkan proyeksi nilai Y (Kepuasan Pelanggan) yang bernilai positif dengan asumsi variabel penelitian  $X_1$  (Kualitas Produk),  $X_2$  (Harga),  $X_3$  (Kualitas Pelayanan) dianggap konstan.
- Nilai koefisien regresi  $X_1$  (Kualitas Produk) sebesar  $b_1 = 0.484$  menunjukkan bahwa  $X_1$  (Kualitas produk) berpengaruh terhadap Y (Kepuasan Pelanggan) dengan arah positif.

- Nilai koefisien regresi X2 (Harga) sebesar  $b_2 = -0.030$  menunjukkan bahwa X2 (Harga) tidak berpengaruh terhadap Y (Kepuasan Pelanggan) dengan arah negatif.
- Nilai koefisien regresi X3 (Kualitas Pelayanan) sebesar  $b_3 = 0.525$  menunjukkan bahwa X3 (Kualitas Pelayanan) berpengaruh terhadap Y (Kepuasan Pelanggan) dengan arah positif

#### 4.1.8 Pengujian Hipotesis

##### a. Hasil Uji F

Uji statistik F untuk menguji pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen atau menjelaskan kemampuan variabel independen secara bersama-sama dalam menerangkan variabel dependen. Hasil perhitungan uji F dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.21  
Anova Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9,972	3	3,324	236,798	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1,306	93	,014		
	Total	11,278	96			

a. Dependent Variable: KEPUASANPELANGGAN

b. Predictors: (Constant), KUALITASPELAYANAN, HARGA, KUALITASPRODUK

*Sumber: Data penelitian yang diolah, 2019*

Berdasarkan tabel diatas, F-hitung 236,798 dengan signifikansi yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel

Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan.

Model regresi hasil pengujian dengan bantuan SPSS menunjukkan nilai F-hitung sebesar 217,411 sehingga  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $236,798 > 2,70$ ) pada  $\alpha = 5\%$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel Kepuasan Pelanggan. Oleh karena itu analisis dapat dilanjutkan untuk pengujian hipotesis.

b. Hasil Uji t-test

Uji t menunjukkan signifikansi pengaruh variabel independen secara persial terhadap variabel dependen, dalam model regresi pada penelitian ini untuk menguji pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT.Irs Gemilang Food. Hasil uji t di jelaskan pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara persial sebagai berikut:

1. Pengujian Hipotesis 1: Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT.Irs Gemilang Food. Pengaruhnya ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi Kualitas Produk ( $X_1$ ) sebesar  $b_1 = 0.484$  pada model persamaan

regresi linier ganda  $\hat{Y} = 0.104 + 0.484X_1 + -0.030X_2 + 0.525X_3$ .

Hipotesis statistik yang diajukan adalah sebagai berikut:

$H_{10} : b_1 = 0$  : tidak ada pengaruh

$H_{1a} : b_1 \neq 0$  : ada pengaruh

Koefisien regresi Kualitas Produk ( $X_1$ ) sebesar  $b_1 = 0.484$  memiliki nilai probabilitas t hitung sebesar 0.000. Karena  $b_1 \neq 0$  dan probabilitas t hitung lebih kecil dari pada taraf uji penelitian ( $\text{Sig } t < \alpha$  atau  $0.000 < 0.05$ ), maka  $H_{10}$  ditolak dan  $H_{1a}$  diterima yang berarti pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) adalah signifikan. Signifikansi hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis pertama penelitian ini diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh parsial Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.

## 2. Pengujian Hipotesis 2: Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT.Irs Gemilang Food. Pengaruhnya ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi Harga ( $X_2$ ) sebesar  $b_2 = -0.030$  pada model persamaan regresi linier ganda  $\hat{Y} = 0.104 + 0.484X_1 + -0.030X_2 + 0.525X_3$ .

Hipotesis statistik yang diajukan adalah sebagai berikut:

$H_{10} : b_1 = 0$  : tidak ada pengaruh

$H_{1a} : b_1 \neq 0$  : ada pengaruh

Koefisien regresi Harga (X2) sebesar  $b_2 = -0.030$  memiliki nilai probabilitas t hitung sebesar 0.772. Karena  $b_2 \neq 0$  dan probabilitas t hitung lebih besar daripada taraf uji penelitian ( $\text{Sig } t < \alpha$  atau  $0.000 > 0.05$ ), maka  $H_{10}$  diterima dan  $H_{1a}$  ditolak yang berarti pengaruh Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah tidak signifikan. Signifikansi hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis kedua penelitian ini ditolak yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh parsial Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.

### 3. Pengujian Hipotesis 3: Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT.Irs Gemilang Food. Pengaruhnya ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X3) sebesar  $b_3 = 0.525$  pada model persamaan regresi linier ganda  $\hat{Y} = 0.104 + 0.484X_1 + -0.030X_2 + 0.525X_3$ . Hipotesis statistik yang diajukan adalah sebagai berikut:

$H_{10} : b_3 = 0$  : tidak ada pengaruh

$H_{1a} : b_3 \neq 0$  : ada pengaruh

Koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X3) sebesar  $b_3 = 0.525$  memiliki nilai probabilitas t hitung sebesar 0.000. Karena  $b_3 \neq 0$  dan probabilitas t hitung lebih kecil daripada taraf uji penelitian ( $\text{Sig } t < \alpha$  atau  $0.000 < 0.05$ ), maka  $H_{10}$  ditolak dan  $H_{1a}$  diterima yang berarti pengaruh Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

adalah signifikan. Signifikansi hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis ketiga penelitian ini diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh parsial Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan angka sejauh mana kesesuaian persamaan regresi tersebut dengan data. Koefisien determinasi juga menunjukkan proporsi variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen. Koefisien digunakan secara keseluruhan untuk mengukur ketepatan yang paling baik dari regresi berganda. Hasil koefisien dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.22  
Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,940 <sup>a</sup>	,884	,881	,11848

a. Predictors: (Constant), KUALITASPELAYANAN, HARGA, KUALITASPRODUK

b. Dependent Variable: KEPUASANPELANGGAN

*Sumber: Data penelitian yang diolah, 2019*

Dari tabel tersebut diatas diperoleh nilai koefisien determinasi ganda dilihat dari nilai (Adjusted R Square) sebesar 0.881 yang menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan dalam model secara bersama-sama mampu menjelaskan 88.1% variasi Kepuasan Pelanggan sedangkan 11.9% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

## 4.2. Pembahasan

Pengukuran variabel penelitian dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang dikembangkan dari indikator pada masing-masing variabel penelitian. Dari hasil uji validitas terhadap masing-masing variabel penelitian ditemukan bahwa seluruh item pernyataan pada setiap variabel telah valid. Melalui uji reliabilitas ditemukan bahwa seluruh butir pernyataan yang telah valid pada masing-masing variabel penelitian dapat dibuktikan reliabilitasnya. Karena kuesioner telah valid dan reliabel maka kuesioner penelitian merupakan alat yang handal untuk mengukur masing-masing variabel penelitian.

Analisis deskriptif terhadap variabel penelitian menghasilkan temuan yang relatif sama untuk semua variabel penelitian dimana persepsi responden terhadap Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan cenderung baik. Dan dapat diuraikan sebagai berikut:

Variabel Kualitas produk yang telah diuji secara deskriptif telah memenuhi syarat dengan nilai rata-rata 4,63. Karena nilai empirik lebih besar dari pada nilai tengah teoritik ( $4,63 > 3$ ) maka dapat diartikan bahwa variabel Kualitas Produk cenderung baik.

Variabel Harga yang telah diuji secara deskriptif telah memenuhi syarat dengan nilai rata-rata 4,63. Karena nilai empirik lebih besar dari pada nilai tengah teoritik ( $4,63 > 3$ ) maka dapat diartikan bahwa variabel Harga cenderung baik.

Variabel Kualitas Pelayanan yang telah diuji secara deskriptif telah memenuhi syarat dengan nilai rata-rata 4,63. Karena nilai empirik lebih besar dari

pada nilai tengah teoritik ( $4,63 > 3$ ) maka dapat diartikan bahwa variabel Kualitas Pelayanan cenderung baik.

Variabel Kepuasan Pelanggan yang telah diuji secara deskriptif telah memenuhi syarat dengan nilai rata-rata 4,64. Karena nilai empirik lebih besar dari pada nilai tengah teoritik ( $4,64 > 3$ ) maka dapat diartikan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan cenderung baik.

Hasil analisis berpa tabel anova yang digunakan untuk menguji kelayakan model yaitu Analisis kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang menghasilkan nilai F-hitung sebesar 236,789 sehingga  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $236,789 > 2,70$ ) pada  $\alpha = 5\%$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel Kepuasan Pelanggan.

Dari uji model diperoleh nilai koefisien determinasi yang disesuaikan (Adjusted R Square) sebesar 0.881 yang menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan dalam model secara bersama-sama mampu menjelaskan 88.1% variasi Kepuasan Pelanggan sedangkan 11.9% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

#### **4.2.1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan**

Kualitas Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan arah positif, artinya semakin tinggi Kualitas Produk yang diterima maka semakin tinggi pula Kepuasan Pelanggan. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi

Kualitas Produk sebesar  $b_1 = 0.484$  pada model persamaan regresi linier ganda  $\hat{Y} = 0.104 + 0.484X_1 + -0.030X_2 + 0.525X_3$ .

Menurut Kotler dan Amstrong (2008:273) Kualitas Produk adalah kemampuan produk dalam melaksanakan berbagai fungsi termasuk ketahanan, keandalan, ketetaapan dan kemudahan dalam penggunaan. Karena produk yang ditawarkan oleh PT.Irs Gemilang Food adalah produk daging olahan atau makanan siap saji yang banyak dikonsumsi oleh pelanggan. Sehingga kualitaslah yang sangat dibutuhkan oleh pelanggan karena jika kualitas Produk yang baik maka akan membuat kepuasan terhadap pelanggan.

Ada persamaan dengan hasil penelitian terdahulu dari Wibowo (2009) dengan judul “Analisis Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perumahan Sembungharjo Permai Pengembang PT.Sindur Graha Tama”. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini menunjukkan semakin tinggi Kualitas Produk semakin tinggi pula Kepuasan Pelanggan.

#### **4.2.2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan**

Harga memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan arah negatif, artinya semakin rendah Harga yang diterima maka semakin rendah pula Kepuasan Pelanggan. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi Kualitas Produk sebesar  $b_1 = -0.030$  pada model persamaan regresi linier ganda  $\hat{Y} = 0.104 + 0.484X_1 + -0.030X_2 + 0.525X_3$ .

Menurut Kotler dan Amstrong (2003:151) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Karena harga yang ditetapkan oleh perusahaan sesuai dengan manfaat yang diterima yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa harga sudah mencakup Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan sehingga pelanggan tidak ada masalah dengan harga yang ditentukan atau harga tidak berpengaruh terhadap Kepuasan.

Setelah penulis meneliti bahwa terdapat perbedaan dengan hasil penelitian terdahulu yang pernah dilakukan, bisa jadi karena pelanggan tidak mementingkan variabel harga sebagai acuan utama dalam kepuasan pelanggan. Hal itu dapat ditunjukkan dari jawaban responden yang lebih cenderung puas terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan..

#### **4.2.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan arah positif, artinya semakin tinggi Kualitas Pelayanan yang diterima maka semakin tinggi pula Kepuasan Pelanggan. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi Kualitas Produk sebesar  $b_1 = 0.525$  pada model persamaan regresi linier ganda  $\hat{Y} = 0.104 + 0.484X_1 + -0.030X_2 + 0.525X_3$ .

Menurut Lewis dan Booms yang dikutip dari Tjiptono dan Chandra (2005:121) kualitas jasa merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang

diberikan mampu disesuaikan dengan ekspektasi pelanggan. pelanggan merasa puas karena perusahaan mampu melayani konsumen dengan sikap yang ramah, sopan santun, cepat dan tepat dalam melayani serta tanggap terhadap keluhan konsumen. sehingga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Ada persamaan hasil penelitian terdahulu dari Ambika Shastari (2015) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Motor Paramitha Graha Denpasar”. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka diperoleh model hasil penelitian dengan model persamaan regresi linier berganda  $\hat{Y} = 0.104 + 0.484X_1 + -0.030X_2 + 0.525X_3$  yang layak atau memiliki tingkat goodness of fit test. karena pada model tersebut variabel Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan mampu menjelaskan 88.1% variasi Kepuasan Pelanggan Pelanggan. Berdasar model hasil penelitian tersebut maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT.Irs Gemilang Food dengan arah positif sebesar  $b_1 = 0.484$ , artinya semakin tinggi Kualitas Produk maka semakin tinggi pula Kepuasan Pelanggan.
2. Harga memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT.Irs Gemilang Food dengan arah positif sebesar  $b_1 = -0.030$ , artinya semakin rendah Harga maka semakin rendah pula Kepuasan Pelanggan.
3. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT.Irs Gemilang Food dengan arah negatif sebesar  $b_1 = 0.525$ , artinya semakin tinggi Kualitas Pelayanan maka semakin tinggi pula Kepuasan Pelanggan.

## 5.2. Saran

Setelah meneliti dan memberikan kesimpulan diatas maka penulis memberikan saran yang mungkin berguna bagi perusahaan untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT.Irs Gemilang Food. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk menjaga kualitas produk yang tinggi dan Kualitas Pelayanan yang baik sehingga pelanggan akan merasa puas
2. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Irs Gemilang Food. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk menyesuaikan Harga dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan sehingga akan mempengaruhi kepuasan terhadap pelanggan.
3. Peneliti selanjutnya dapat menggambarkan penelitian ini dengan menggunakan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti: Promosi, lokasi

## DAFTAR PUSTAKA

- Consugera, D Molina. (2007) *Customer Relationship Management*. Jakarta: Bayu Media
- Dharmmesta, Swastha Basu dan T. Hani Handoko. (2008). *Manajemen Pemasaran*, edisi pertama, cetakan keempat, Yogyakarta: BPFE
- Dharmmesta, Swastha Basu dan T. Hani Handoko. (2000). *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Dharmmesta, Swastha Basu dan Irawan. (2001). *Manajemen Pemasaran*. Edisi kedua. Yogyakarta: BPFE
- Fandy Tjiptoni dan Gregorius Chandra. (2005). *Service Quality & Satisfaction*, edisi pertama, cetakan pertama, Yogyakarta: Andi
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Universitas Diponegoro
- Gaspersz, Vincent.(2008). *Total Quality Control*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Ghozali, I. (2005). *Analisis Multivariate Lanjutan dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- J, Moleong Lexy (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya
- Kamsir dan Jakfar. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis*, edisi pertama. Jakarta: Pernada Media
- Kharis, Ismu Fadli. (2011). *Studi Mengenai ImpluseBuying dalam penjualan Online*, (Studi Kasus di lingkungan Uniersitas Diponegoro Semarang). [http://eprints.undip.ac.id/26679/1/skripsi\\_lengkap](http://eprints.undip.ac.id/26679/1/skripsi_lengkap).
- Kotler, P dan G. Amstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Terjemahan Bob Sabran, Edisi kedua belas, Jakarta: Erlangga
- Kotler Philip dan Keller Lnce Kevin. (2008). *Manajemen Pemasaran*, edisi ketiga belas, jilid I dan II, terjemahan Hendra Teguh. Jakarta: Prenhalindo
- Kotler Philip dan Amstrong. (2003). *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid I, edisi kesembilan. Jakarta: PT.Indeks Gramedia

- Mulyanto, H dan Wulandari, A. (2010). *Penelitian: Metode dan Analisis*, Semarang: CV Agung.
- Singarimbun Masri.Sofian Efendi. (1995). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES
- Sugiyono. (2008,2010). *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: CV.Alfabeta
- Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, (2004). *Metode Penelitian*. Bandung: CV.Alfabeta
- Umar, H. (2008). *Riset: SDM, Pemasaran, Keuangan, Strategi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Widodo.T, (2016). *pengaruh Brand Image, Atribut Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario di Kulon Progo*. Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Wijaya T (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. Edisi 1, Jakarta: Indeks
- Women, J.C., dan Minor. (2002). *prilaku Konsumen*, jilid 1, Terjemahan Lina Salim. Jakarta:Erlangga
- Wood, M . B. (2009). *Panduan Perencanaan Pemasaran*, Edisi ketiga, Terjemahan Benyamin Molan, Jakarta: Indeks
- Zeithmal, Valarie A., Mary Jo Bitner dan Dwayne D.Gremler. (2009). *Services Marketing – Integrating Customer Focus Across The Firm 5<sup>th</sup> Edition*. McGraw-Hill;New York

## Lampiran 1. Kuesioner

### **KUESIONER PENELITIAN DATA RESPONDEN**

#### **Identitas Peneliti**

Nama : Siti Nurpatimah  
NIM : 2015521309  
Fakultas : IPWI JAKARTA

Responden terhormat,

Dengan segala kerendahan hati, perkenalkan saya pada kesempatan ini memohon kepada bapak/ibu/saudara/saudari meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan informasi dengan mengisi daftar pertanyaan peneliti ajukan. Hal ini terkait dengan skripsi saya yang berjudul Analisis Kepuasan Pelanggan Pada PT.Irs Gemilang Food.

Maksud dari pemberian kuesioner ini adalah untuk mengetahui kepuasan Anda terhadap pelayanan jasa yang diberikan oleh pihak PT. Irs Gemilang Food di Ruko Boston Rk 5 Kota Wisata Cibubu. Segala jawaban dari Bapak/Ibu/Saudara/Saudari adalah semata-mata untuk kepentingan karya ilmiah, sehingga tidak dapat di publikasikan.

Atas kesedian dan partisipasi yang baik dalam mengisi daftar kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,  
Siti Nurpatimah

### A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Usia :
3. Jenis Kelamin :
  - a. Laki- laki
  - b. Perempuan
4. Penghasilan Perbulan :
  - a. < Rp. 2.000.000
  - b. Rp. 2.000.000 – Rp. 3.000.000
  - c. > Rp. 3.000.000
5. Pendidikan :
  - a. Tidak Tamat SD
  - b. SD
  - c. SMP
  - d. SMA
  - e. Perguruan Tinggi
6. Pekerjaan :
  - a. PNS
  - b. Karyawan Swasta
  - c. Wirasuasta
  - d. Pelajar/Mahasiswa
  - e. Lain-lain:.....

### B. Petunjuk Pengisian:

Berilah tanda ( ) atau (x) atas setiap jawaban yang anda anggap paling sesuai tentang **kepuasan anda terhadap PT.Irs Gemilang Food, yang telah anda dapatkan selama menjadi konsumen.** Dimana masing-masing pertanyaan diberi skor sebagai berikut :

SS : Sangat Setuju = 5

S : Setuju = 4

N : Netral = 3

TS : Tidak Setju = 2

TS : Sangat Tidak Setuju = 1

## 1. Produk

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Produk mudah diolah					
2	Kemasan Produk tertata rapih					
3	Rasa produk yang khas menjadi andalan konsumen					
4	Daging olahan PT.Irs rasanya lebih enak dibandingkan dengan tempat yang lain					
5	Varian produk daging olahan menarik untuk di coba					
6	Produk mudah diaplikasikan					
7	Produk mudah disajikan untuk sehari – hari					
8	Mutu Produk sesuai dengan yang diinginkan pelanggan					

## 2. Harga

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Menurut saya, harga produk PT.Irs terjangkau untuk semua kalangan					
2	Menurut saya, harga produk PT.Irs sesuai dengan kemampuan saya					
3	Harga yang ditawarkan PT.Irs Meatshoap lebih murah dibandingkan dengan Meatshoap yang lain					
4	Harga sesuai dengan Kualitas Produk yang ditawarkan					
5	Dengan harga yang di tawarkan saya mendapat kenyamanan saat bekunjung					
6	Harga yang ditetapkan sesuai dengan rasa produk yang ditawarkan.					
7	Harga yang ditawarkan lebih ekonomis dibandingkan dengan meatshop lain					
8	Harga meatshop sesuai dengan manfaat yang saya rasakan yaitu produk yang steril					

### 3. Pelayanan

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Suasana Outlet secara visual menarik perhatian					
2	Kesiapan Karyawan dalam melayani pelanggan					
3	Karyawan cepat Merespon pelanggan yang datang					
4	Karyawan memberikan pelayanan yang baik tanpa membedakan pelanggan					
5	Karyawan memberikan perhatian yang lebih kepada pelanggan					
6	Karyawan membantu mengarahkan kebutuhan pelanggan					
7	Karyawan memberikan perhatian kepada pelanggan sesuai dengan apa yang dibutuhkan pelanggan					

### 4. Kepuasan Pelanggan

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Pelayanan yang diberikan melebihi dengan harapan pelanggan					
2	PT.Irs mampu memenuhi kebutuhan yang diharapkan pelanggan					
3	Kinerja pelayanan yang diterima oleh pelanggan sangat baik					
4	Kinerja pelayanan secara keseluruhan lebih baik dibandingkan dengan yang lainnya.					
5	PT.Irs Memilik pengetahuan dalam memberikan pelayanan yang cepat					
6	PT.Irs mampu memberikan informasi yang diperlukan pelanggan					

## Lampiran 2. Data Responden

No	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Penghasilan
1	Laki-laki	36 - 40 Tahun	SMA	Wirasuasta	2.000.000 - 3.000.000
2	Laki-laki	36 - 40 Tahun	SMP	Karyawan	> 3.000.000
3	Laki-laki	36 - 40 Tahun	SMA	Lain-lain	2.000.000 - 3.000.000
4	Laki-laki	36 - 40 Tahun	Perguruan tinggi	Karyawan	> 3.000.000
5	Laki-laki	36 - 40 Tahun	SMA	Mahasiswa	2.000.000 - 3.000.000
6	Laki-laki	20 -25 Tahun	SMP	Karyawan	> 3.000.000
7	Laki-laki	20 -25 Tahun	Perguruan tinggi	Lain-lain	2.000.000 - 3.000.000
8	Laki-laki	20 -25 Tahun	SMA	Mahasiswa	2.000.000 - 3.000.000
9	Laki-laki	20 -25 Tahun	SMA	Mahasiswa	2.000.000 - 3.000.000
10	Laki-laki	20 -25 Tahun	Perguruan tinggi	PNS	> 3.000.000
11	Laki-laki	20 -25 Tahun	SMA	Karyawan	> 3.000.000
12	Laki-laki	20 -25 Tahun	Perguruan tinggi	PNS	> 3.000.000
13	Laki-laki	20 -25 Tahun	SMA	Karyawan	> 3.000.000
14	Laki-laki	20 -25 Tahun	Perguruan tinggi	Karyawan	> 3.000.000
15	Laki-laki	20 -25 Tahun	SMA	Lain-lain	2.000.000 - 3.000.000
16	Laki-laki	31 - 35 Tahun	Perguruan tinggi	Wirasuasta	> 3.000.000
17	Laki-laki	31 - 35 Tahun	Perguruan tinggi	Karyawan	> 3.000.000
18	Laki-laki	31 - 35 Tahun	SMA	Wirasuasta	> 3.000.000
19	Laki-laki	31 - 35 Tahun	Perguruan tinggi	Karyawan	> 3.000.000
20	Laki-laki	31 - 35 Tahun	SMA	Wirasuasta	> 3.000.000
21	Laki-laki	31 - 35 Tahun	Perguruan tinggi	Karyawan	> 3.000.000
22	Laki-laki	31 - 35 Tahun	SMA	Lain-lain	2.000.000 - 3.000.000
23	Laki-laki	31 - 35 Tahun	SMA	Karyawan	> 3.000.000
24	Laki-laki	31 - 35 Tahun	Perguruan tinggi	Lain-lain	2.000.000 - 3.000.000
25	Laki-laki	26 - 30 Tahun	SMA	Karyawan	> 3.000.000
26	Laki-laki	26 - 30 Tahun	Perguruan tinggi	Karyawan	> 3.000.000
27	Laki-laki	26 - 30 Tahun	SMA	Karyawan	> 3.000.000
28	Laki-laki	26 - 30 Tahun	Perguruan tinggi	Karyawan	> 3.000.000

29	Laki-laki	26 - 30 Tahun	SMA	Karyawan	> 3.000.000
30	Laki-laki	26 - 30 Tahun	SMA	Karyawan	> 3.000.000
31	Laki-laki	26 - 30 Tahun	SMA	Karyawan	> 3.000.000
32	Laki-laki	26 - 30 Tahun	Perguruan tinggi	Wirasuasta	> 3.000.000
33	Laki-laki	26 - 30 Tahun	Perguruan tinggi	Karyawan	2.000.000 - 3.000.000
34	Laki-laki	26 - 30 Tahun	SMA	Wirasuasta	> 3.000.000
35	Laki-laki	26 - 30 Tahun	SMA	Karyawan	> 3.000.000
36	Laki-laki	26 - 30 Tahun	Perguruan tinggi	Karyawan	> 3.000.000
37	Perempuan	36 - 40 Tahun	Perguruan tinggi	Lain-lain	2.000.000 - 3.000.000
38	Perempuan	36 - 40 Tahun	Perguruan tinggi	Lain-lain	2.000.000 - 3.000.000
39	Perempuan	36 - 40 Tahun	SMA	Wirasuasta	> 3.000.000
40	Perempuan	36 - 40 Tahun	Perguruan tinggi	Lain-lain	2.000.000 - 3.000.000
41	Perempuan	36 - 40 Tahun	Perguruan tinggi	PNS	> 3.000.000
42	Perempuan	20 -25 Tahun	SMA	Mahasiswa	2.000.000 - 3.000.000
43	Perempuan	20 -25 Tahun	Perguruan tinggi	Lain-lain	> 3.000.000
44	Perempuan	20 -25 Tahun	Perguruan tinggi	PNS	> 3.000.000
45	Perempuan	20 -25 Tahun	Perguruan tinggi	Wirasuasta	2.000.000 - 3.000.000
46	Perempuan	20 -25 Tahun	Perguruan tinggi	Lain-lain	2.000.000 - 3.000.000
47	Perempuan	20 -25 Tahun	SMA	Lain-lain	2.000.000 - 3.000.000
48	Perempuan	20 -25 Tahun	Perguruan tinggi	Lain-lain	2.000.000 - 3.000.000
49	Perempuan	31 - 35 Tahun	Perguruan tinggi	Wirasuasta	> 3.000.000
50	Perempuan	31 - 35 Tahun	Perguruan tinggi	Wirasuasta	> 3.000.000
51	Perempuan	31 - 35 Tahun	SMA	Karyawan	> 3.000.000
52	Perempuan	31 - 35 Tahun	SMA	Karyawan	> 3.000.000
53	Perempuan	31 - 35 Tahun	Perguruan tinggi	Lain-lain	2.000.000 - 3.000.000
54	Perempuan	31 - 35 Tahun	Perguruan tinggi	PNS	> 3.000.000
55	Perempuan	31 - 35 Tahun	SMP	Karyawan	> 3.000.000

56	Perempuan	31 - 35 Tahun	SMA	Lain-lain	> 3.000.000
57	Perempuan	31 - 35 Tahun	SMA	Karyawan	> 3.000.000
58	Perempuan	31 - 35 Tahun	Perguruan tinggi	Karyawan	> 3.000.000
59	Perempuan	31 - 35 Tahun	Perguruan tinggi	PNS	> 3.000.000
60	Perempuan	31 - 35 Tahun	SMP	Lain-lain	< 2.000.000
61	Perempuan	26 - 30 Tahun	Perguruan tinggi	Karyawan	> 3.000.000
62	Perempuan	26 - 30 Tahun	Perguruan tinggi	Karyawan	> 3.000.000
63	Perempuan	26 - 30 Tahun	Perguruan tinggi	Lain-lain	> 3.000.000
64	Perempuan	26 - 30 Tahun	SMA	Karyawan	> 3.000.000
65	Perempuan	26 - 30 Tahun	Perguruan tinggi	Lain-lain	< 2.000.000
66	Perempuan	26 - 30 Tahun	Perguruan tinggi	Lain-lain	> 3.000.000
67	Perempuan	26 - 30 Tahun	SMA	Karyawan	> 3.000.000
68	Perempuan	26 - 30 Tahun	Perguruan tinggi	Lain-lain	< 2.000.000
69	Perempuan	26 - 30 Tahun	Perguruan tinggi	Karyawan	> 3.000.000
70	Perempuan	26 - 30 Tahun	SMA	Karyawan	> 3.000.000
71	Perempuan	26 - 30 Tahun	Perguruan tinggi	Lain-lain	> 3.000.000
72	Perempuan	26 - 30 Tahun	Perguruan tinggi	Lain-lain	< 2.000.000
73	Perempuan	26 - 30 Tahun	SMP	Karyawan	> 3.000.000
74	Perempuan	26 - 30 Tahun	Perguruan tinggi	Lain-lain	> 3.000.000
75	Perempuan	26 - 30 Tahun	SMA	Karyawan	> 3.000.000
76	Perempuan	26 - 30 Tahun	Perguruan tinggi	Lain-lain	> 3.000.000
77	Perempuan	26 - 30 Tahun	Perguruan tinggi	Karyawan	> 3.000.000
78	Perempuan	26 - 30 Tahun	SMA	Lain-lain	> 3.000.000
79	Perempuan	26 - 30 Tahun	Perguruan tinggi	Lain-lain	> 3.000.000
80	Perempuan	26 - 30 Tahun	Perguruan tinggi	Karyawan	> 3.000.000
81	Perempuan	26 - 30 Tahun	SMA	Lain-lain	> 3.000.000
82	Perempuan	26 - 30 Tahun	Perguruan tinggi	Karyawan	2.000.000 - 3.000.000

83	Perempuan	26 - 30 Tahun	Perguruan tinggi	Lain-lain	> 3.000.000
84	Perempuan	26 - 30 Tahun	SMA	Lain-lain	> 3.000.000
85	Perempuan	26 - 30 Tahun	Perguruan tinggi	Lain-lain	> 3.000.000
86	Perempuan	26 - 30 Tahun	Perguruan tinggi	Wirasuasta	> 3.000.000
87	Perempuan	26 - 30 Tahun	Perguruan tinggi	Lain-lain	2.000.000 - 3.000.000
88	Perempuan	26 - 30 Tahun	Perguruan tinggi	Karyawan	> 3.000.000
89	Perempuan	26 - 30 Tahun	Perguruan tinggi	Lain-lain	2.000.000 - 3.000.000
90	Perempuan	26 - 30 Tahun	SMA	Lain-lain	2.000.000 - 3.000.000
91	Perempuan	26 - 30 Tahun	Perguruan tinggi	Lain-lain	2.000.000 - 3.000.000
92	Perempuan	26 - 30 Tahun	SMA	Wirasuasta	> 3.000.000
93	Perempuan	26 - 30 Tahun	Perguruan tinggi	Lain-lain	2.000.000 - 3.000.000
94	Perempuan	26 - 30 Tahun	Perguruan tinggi	Wirasuasta	> 3.000.000
95	Perempuan	26 - 30 Tahun	SMA	Lain-lain	2.000.000 - 3.000.000
96	Perempuan	26 - 30 Tahun	Perguruan tinggi	Lain-lain	2.000.000 - 3.000.000
97	Perempuan	26 - 30 Tahun	Perguruan tinggi	Wirasuasta	> 3.000.000





68	4	3	4	5	4	4	5	4	<u>4,13</u>
69	5	5	5	5	5	5	3	5	<u>4,75</u>
70	4	5	4	4	4	5	4	5	<u>4,38</u>
71	5	4	5	5	5	4	5	4	<u>4,63</u>
72	4	5	4	5	4	5	5	5	<u>4,63</u>
73	5	4	5	5	5	4	5	4	<u>4,63</u>
74	4	4	3	4	4	5	4	5	<u>4,13</u>
75	5	5	4	5	5	4	5	4	<u>4,63</u>
76	4	5	4	5	5	5	4	5	<u>4,63</u>
77	5	4	5	5	4	5	4	5	<u>4,63</u>
78	5	5	5	4	5	5	5	5	<u>4,88</u>
79	4	4	5	4	4	4	5	4	<u>4,25</u>
80	5	5	5	5	5	5	5	5	<u>5,00</u>
81	5	4	5	4	5	4	5	5	<u>4,63</u>
82	4	5	5	5	5	5	5	5	<u>4,88</u>
83	4	4	4	4	4	4	4	4	<u>4,00</u>
84	5	5	5	5	5	5	5	5	<u>5,00</u>
85	5	5	5	4	3	5	5	5	<u>4,63</u>
86	5	5	5	5	5	5	5	5	<u>5,00</u>
87	4	4	4	4	3	4	4	4	<u>3,88</u>
88	5	5	5	5	5	5	5	5	<u>5,00</u>
89	4	5	5	5	4	4	5	5	<u>4,63</u>
90	5	4	4	4	5	5	4	5	<u>4,50</u>
91	5	4	4	5	5	4	5	3	<u>4,38</u>
92	5	5	5	5	5	4	5	5	<u>4,88</u>
93	4	4	5	4	5	4	4	4	<u>4,25</u>
94	5	5	5	5	4	5	5	5	<u>4,88</u>
95	4	4	5	4	3	4	4	4	<u>4,00</u>
96	4	5	4	5	4	4	5	5	<u>4,50</u>
97	5	4	5	5	5	5	5	5	<u>4,88</u>





69	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00
70	4	5	5	4	4	5	4	5	4,50
71	5	4	5	5	5	4	5	4	4,63
72	4	5	4	5	4	5	5	5	4,63
73	5	5	5	5	5	4	5	4	4,75
74	4	4	3	4	4	5	4	4	4,00
75	5	5	4	5	5	4	5	4	4,63
76	4	5	5	5	5	4	4	5	4,63
77	5	4	5	5	4	5	4	5	4,63
78	5	5	5	4	5	5	5	5	4,88
79	4	4	5	4	4	4	5	4	4,25
80	5	5	4	5	5	5	5	5	4,88
81	5	4	5	4	5	4	5	5	4,63
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00
83	4	4	3	4	4	4	4	4	3,88
84	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00
85	5	5	5	4	5	5	5	5	4,88
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00
87	4	4	4	4	3	4	4	4	3,88
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00
89	4	5	5	5	5	4	5	5	4,75
90	5	4	5	4	5	5	3	5	4,50
91	5	4	5	5	5	4	5	3	4,50
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00
93	4	4	5	4	4	4	4	4	4,13
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00
95	4	5	5	4	5	4	4	4	4,38
96	5	4	4	4	4	5	4	4	4,25
97	5	4	5	5	5	5	5	5	4,8



34	5	5	5	5	5	5	5	5,00
35	4	4	4	4	4	4	4	4,00
36	5	5	5	5	5	5	5	5,00
37	5	5	4	5	5	5	4	4,71
38	4	5	5	5	4	4	5	4,57
39	5	5	5	4	5	5	5	4,86
40	5	5	5	5	5	5	5	5,00
41	4	4	4	4	4	4	4	4,00
42	5	5	5	5	5	5	5	5,00
43	4	5	4	5	4	5	4	4,43
44	5	4	5	5	5	4	5	4,71
45	5	5	5	4	5	5	5	4,86
46	5	5	5	5	5	5	5	5,00
47	5	5	5	5	5	5	4	4,86
48	5	5	5	5	5	4	5	4,86
49	5	5	5	5	5	4	5	4,86
50	5	4	5	5	5	5	5	4,86
51	4	4	4	4	4	4	4	4,00
52	5	5	5	4	5	5	5	4,86
53	4	4	4	4	4	4	4	4,00
54	5	5	5	5	5	5	5	5,00
55	4	5	4	4	4	5	4	4,29
56	5	5	5	5	5	5	5	5,00
57	5	5	4	5	5	5	5	4,86
58	5	4	4	5	5	4	4	4,43
59	5	5	5	5	4	5	5	4,86
60	5	5	5	3	5	5	5	4,71
61	4	4	4	4	4	4	4	4,00
62	5	5	5	5	5	5	5	5,00
63	4	4	5	4	4	4	4	4,14
64	4	5	4	5	4	5	4	4,43
65	5	5	5	4	5	4	5	4,71
66	4	5	4	5	5	5	4	4,57
67	5	5	5	5	5	5	5	5,00
68	4	4	4	4	4	4	4	4,00
69	5	5	5	5	5	5	5	5,00

70	4	5	5	4	4	5	4	4,43
71	5	4	5	5	5	4	5	4,71
72	4	5	4	5	4	5	5	4,57
73	5	5	5	5	5	4	5	4,86
74	4	4	3	4	4	5	4	4,00
75	5	5	4	5	5	5	5	4,86
76	4	5	5	4	5	4	4	4,43
77	5	4	5	5	4	5	4	4,57
78	5	5	5	4	5	5	5	4,86
79	4	4	5	4	4	4	5	4,29
80	5	4	5	4	5	5	5	4,71
81	5	4	5	4	5	5	5	4,71
82	5	5	5	5	5	5	5	5,00
83	4	4	3	4	4	4	4	3,86
84	5	4	5	5	5	4	5	4,71
85	4	5	5	4	4	4	4	4,29
86	5	5	5	5	5	5	5	5,00
87	4	4	4	4	4	4	4	4,00
88	5	5	5	5	5	5	5	5,00
89	4	5	5	5	5	4	5	4,71
90	5	3	4	4	5	5	3	4,14
91	5	4	4	5	5	4	5	4,57
92	4	5	5	5	5	5	5	4,86
93	4	4	4	4	4	4	4	4,00
94	5	5	5	5	5	5	5	5,00
95	4	4	4	5	4	4	4	4,14
96	4	4	5	4	4	5	4	4,29
97	5	4	5	5	5	5	5	4,86

NO	KEPUASAN PELANGGAN (Y)						RATA2
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	
1	5	4	5	5	5	5	4,83
2	5	5	5	5	5	5	5,00
3	4	5	5	5	5	5	4,83
4	4	5	4	5	4	5	4,50
5	5	5	5	5	5	5	5,00
6	5	5	5	5	5	5	5,00
7	4	5	4	5	4	5	4,50
8	4	4	5	5	5	5	4,67
9	5	5	5	5	5	5	5,00
10	4	4	4	4	4	4	4,00
11	5	5	5	5	5	5	5,00
12	4	4	4	4	3	4	3,83
13	5	5	5	5	5	5	5,00
14	3	5	4	5	5	4	4,33
15	5	4	5	5	4	5	4,67
16	5	5	5	4	5	5	4,83
17	5	5	5	5	5	5	5,00
18	5	5	5	5	5	5	5,00
19	4	5	5	4	5	5	4,67
20	5	4	5	5	5	5	4,83
21	5	5	4	4	4	5	4,50
22	5	4	5	5	4	5	4,67
23	5	5	4	5	4	5	4,67
24	4	5	4	3	5	4	4,17
25	5	5	5	5	5	5	5,00
26	5	5	5	5	5	5	5,00
27	4	4	4	4	4	4	4,00
28	5	5	5	5	5	5	5,00
29	5	5	4	5	4	4	4,50
30	5	4	5	4	5	5	4,67
31	5	5	5	5	5	5	5,00
32	4	4	4	4	4	4	4,00
33	5	5	5	5	5	5	5,00

34	5	5	5	5	5	5	5,00
35	4	4	4	4	4	4	4,00
36	5	5	5	5	5	5	5,00
37	5	5	4	5	5	5	4,83
38	4	5	5	5	4	4	4,50
39	5	5	5	4	5	5	4,83
40	5	5	5	5	5	5	5,00
41	4	4	4	4	4	4	4,00
42	5	5	5	5	5	5	5,00
43	4	5	4	5	4	5	4,50
44	5	4	5	5	5	4	4,67
45	5	5	5	4	5	5	4,83
46	5	5	5	5	5	5	5,00
47	5	5	5	5	5	5	5,00
48	5	5	5	5	5	4	4,83
49	5	5	5	5	5	4	4,83
50	5	4	5	5	5	5	4,83
51	4	4	4	4	4	4	4,00
52	5	5	5	5	5	5	5,00
53	4	4	4	4	4	4	4,00
54	5	4	5	5	5	5	4,83
55	4	5	4	4	5	5	4,50
56	5	4	5	5	5	5	4,83
57	5	5	4	5	5	5	4,83
58	5	4	4	5	5	4	4,50
59	5	5	5	5	4	5	4,83
60	5	4	5	3	5	5	4,50
61	4	5	4	4	4	4	4,17
62	5	5	5	5	5	5	5,00
63	4	4	5	4	4	4	4,17
64	4	5	4	5	4	4	4,33
65	5	5	5	4	5	4	4,67
66	4	5	4	5	5	5	4,67
67	5	5	5	5	5	5	5,00
68	4	4	5	4	5	3	4,17
69	5	5	5	5	5	5	5,00

70	4	5	4	4	4	5	4,33
71	5	4	5	5	5	4	4,67
72	4	5	4	5	4	5	4,50
73	5	5	5	5	5	4	4,83
74	4	4	5	4	4	5	4,33
75	5	5	4	5	5	5	4,83
76	4	5	5	4	5	4	4,50
77	5	4	5	5	4	5	4,67
78	5	5	5	4	5	5	4,83
79	4	4	5	4	4	4	4,17
80	5	5	5	5	5	5	5,00
81	5	4	5	5	5	5	4,83
82	5	5	5	5	5	5	5,00
83	4	4	4	4	4	4	4,00
84	5	4	5	5	5	4	4,67
85	4	5	5	4	4	4	4,33
86	5	5	5	5	5	5	5,00
87	4	4	4	4	3	4	3,83
88	5	5	5	5	5	5	5,00
89	4	5	5	5	5	4	4,67
90	5	3	4	4	5	5	4,33
91	5	4	4	5	5	4	4,50
92	4	5	5	5	5	5	4,83
93	4	5	4	5	4	4	4,33
94	5	5	5	5	5	5	5,00
95	4	4	4	5	4	4	4,17
96	4	5	4	5	4	4	4,33
97	5	4	5	5	5	5	4,83

## Lampiran 4. Uji Validitas Reliabilitas

### Kualitas Produk

**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	32,4639	5,272	,633	,765
X1.2	32,4742	5,356	,588	,771
X1.3	32,4536	5,542	,480	,788
X1.4	32,4433	5,749	,417	,797
X1.5	32,4742	5,439	,493	,786
X1.6	32,4948	5,607	,494	,786
X1.7	32,4227	5,684	,456	,791
X1.8	32,4227	5,434	,574	,774

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,804	8

### Harga

**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	32,3814	6,176	,736	,831
X2.2	32,4227	6,330	,641	,841
X2.3	32,3711	6,465	,540	,853
X2.4	32,4639	6,543	,504	,857
X2.5	32,4021	6,201	,673	,838
X2.6	32,4227	6,622	,511	,856
X2.7	32,4124	6,307	,621	,844
X2.8	32,4124	6,224	,658	,839

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,862	8

## Kualitas Pelayanan

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	27,7732	4,177	,675	,746
X3.2	27,8041	4,555	,431	,791
X3.3	27,7938	4,395	,515	,776
X3.4	27,8041	4,638	,391	,799
X3.5	27,7938	4,249	,624	,755
X3.6	27,7732	4,698	,424	,791
X3.7	27,7938	4,165	,671	,746

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,799	7

## Kepuasan Pelanggan

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	23,2577	2,902	,619	,702
Y.2	23,2371	3,412	,306	,782
Y.3	23,2165	3,109	,535	,726
Y.4	23,2062	3,145	,452	,747
Y.5	23,2268	2,886	,608	,705
Y.6	23,2371	3,016	,551	,721

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,766	6

## Lampiran 5. Data Variabel Penelitian

### Kualitas Produk

#### Statistics

##### KUALITASPRODUK

N	Valid	97
	Missing	0
Mean		4,6391
Median		4,6300
Mode		5,00
Minimum		3,88
Maximum		5,00

##### KUALITASPRODUK

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,88	2	2,1	2,1	2,1
	4,00	7	7,2	7,2	9,3
	4,13	6	6,2	6,2	15,5
	4,25	3	3,1	3,1	18,6
	4,38	6	6,2	6,2	24,7
	4,50	7	7,2	7,2	32,0
	4,63	18	18,6	18,6	50,5
	4,75	10	10,3	10,3	60,8
	4,88	16	16,5	16,5	77,3
	5,00	22	22,7	22,7	100,0
Total		97	100,0	100,0	

### Harga

#### Statistics

##### HARGA

N	Valid	97
	Missing	0
Mean		4,6322
Median		4,7500
Mode		5,00
Minimum		3,88
Maximum		5,00

### HARGA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,88	2	2,1	2,1	2,1
	4,00	11	11,3	11,3	13,4
	4,13	4	4,1	4,1	17,5
	4,25	6	6,2	6,2	23,7
	4,38	2	2,1	2,1	25,8
	4,50	8	8,2	8,2	34,0
	4,63	14	14,4	14,4	48,5
	4,75	8	8,2	8,2	56,7
	4,88	17	17,5	17,5	74,2
	5,00	25	25,8	25,8	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

### Kualitas Pelayanan

#### Statistics

##### KUALITASPELAYANAN

N	Valid	97
	Missing	0
Mean		4,6319
Median		4,7100
Mode		4,86 <sup>a</sup>
Minimum		3,86
Maximum		5,00

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

**KUALITAS PELAYANAN**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,86	2	2,1	2,1	2,1
	4,00	11	11,3	11,3	13,4
	4,14	3	3,1	3,1	16,5
	4,29	6	6,2	6,2	22,7
	4,43	7	7,2	7,2	29,9
	4,57	8	8,2	8,2	38,1
	4,71	18	18,6	18,6	56,7
	4,86	21	21,6	21,6	78,4
	5,00	21	21,6	21,6	100,0
Total		97	100,0	100,0	

**Kepuasan Pelanggan**

**Statistics**

**KEPUASAN PELANGGAN**

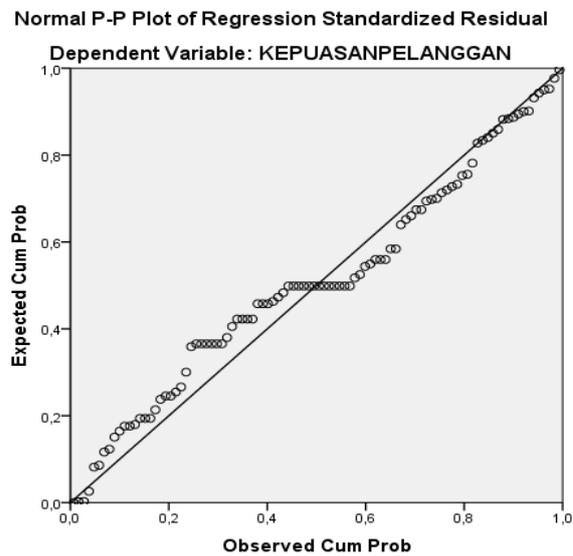
N	Valid	97
	Missing	0
Mean		4,6457
Median		4,6700
Mode		5,00
Minimum		3,83
Maximum		5,00

**KEPUASAN PELANGGAN**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,83	2	2,1	2,1	2,1
	4,00	8	8,2	8,2	10,3
	4,17	6	6,2	6,2	16,5
	4,33	8	8,2	8,2	24,7
	4,50	12	12,4	12,4	37,1
	4,67	13	13,4	13,4	50,5
	4,83	20	20,6	20,6	71,1
	5,00	28	28,9	28,9	100,0
Total		97	100,0	100,0	

## Lampiran 6. Uji Persyarat

### Normalitas



### Multi Kolonieritas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	KUALITASPRODUK	,102	9,852
	HARGA	,108	9,291
	KUALITASPELAYANAN	,168	5,940

a. Dependent Variable: KEPUASANPELANGGAN

### Autokorelasi

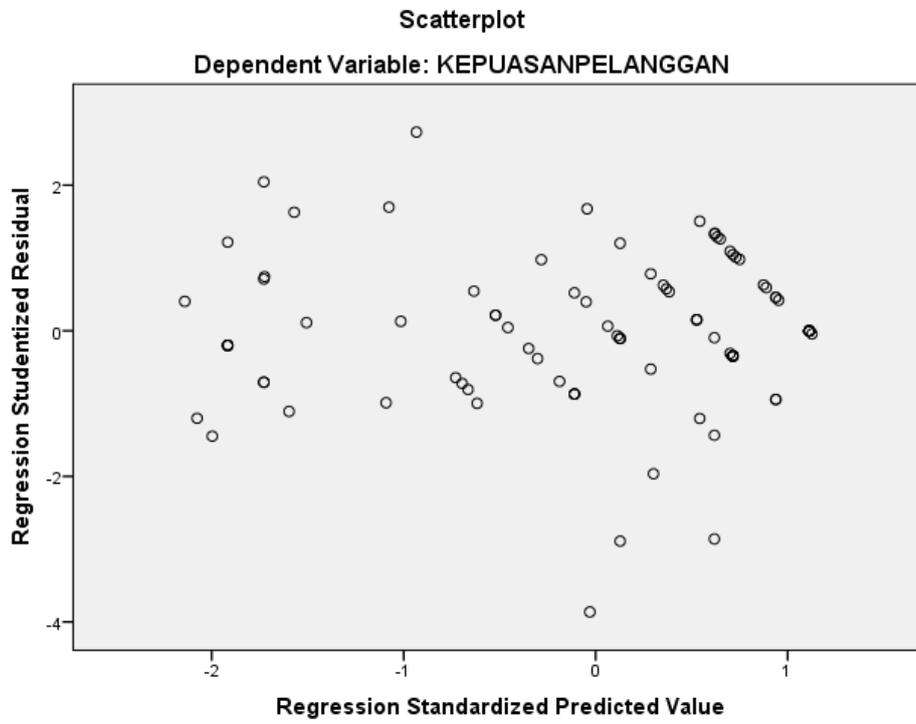
#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	Durbin-Watson
1	2,259 <sup>a</sup>

a. Predictors:  
(Constant),  
KUALITASPELA  
YANAN,  
HARGA,  
KUALITASPRO  
DUK

b. Dependent  
Variable:  
KEPUASANPE  
LANGGAN

## Heteroskedastisitas



## Lampiran 7. Analisis Regresi Linier Ganda

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,940 <sup>a</sup>	,884	,881	,11848

a. Predictors: (Constant), KUALITASPELAYANAN, HARGA, KUALITASPRODUK

b. Dependent Variable: KEPUASANPELANGGAN

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9,972	3	3,324	236,798	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1,306	93	,014		
	Total	11,278	96			

a. Dependent Variable: KEPUASANPELANGGAN

b. Predictors: (Constant), KUALITASPELAYANAN, HARGA, KUALITASPRODUK

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,104	,172		,605	,547
	KUALITASPRODUK	,484	,115	,467	4,215	,000
	HARGA	-,030	,103	-,031	-,290	,772
	KUALITASPELAYANAN	,525	,086	,528	6,137	,000

a. Dependent Variable: KEPUASANPELANGGAN