

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA PERCETAKAN
PD. SAHABAT PELANGI SANGGAU**

SKRIPSI

OLEH :

**BIYAN NOPRIANSYAH
NIM. 161310757**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK**

2022

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, puji syukur saya ucapkan ke hadirat ALLAH SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Percetakan PD. Sahabat Pelangi Sanggau”. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Pontianak.

Saya menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, motivasi, saran dan kritik yang telah diberikan oleh semua pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini saya dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat mengucapkan terima kasih seluruh nya kepada :

1. Bapak Dr. Doddy Irawan, S.T., M.Eng. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Pontianak.
2. Bapak Dedi Hariyanto, S.E., M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.
3. Bapak Samsuddin, S.E., M.Si. Selaku sebagai dosen pembimbing utama yang telah memberikan arahan dan bimbingan, sehingga dapat terselesaikannya penulisan skripsi ini.

4. Bapak Fenni Supriadi, S.E., M.M. Selaku sebagai dosen pembimbing kedua yang telah bersedia memberi petunjuk dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak dan ibu dosen, serta seluruh staf akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.
6. Bapak Mangkulis selaku pimpinan dan Ahmad Fadhil Masri anak dari pimpinan PD. Sahabat Pelangi Sanggau serta seluruh karyawan yang telah banyak sekali membantu saya sehingga penelitian ini terlaksana dan selesai dengan baik.
7. Terima kasih yang tidak terhingga secara khusus saya sampaikan kepada kedua orang tua tercinta, Ibu Lisa Purwanti dan Bapak Syafrin, S.Sos. yang tidak ada henti-hentinya selalu memotivasi, memberikan nasihat, serta mendo'akan saya dari awal hingga detik ini sehingga terselesaikannya skripsi ini. Tak lupa kepada adik tercinta Hilman Rasyhidi dan Faida Nur Annaila yang selalu mendukung dan menjadi penyemangat. Dan kepada saudara, keluarga, teman dan abang kakak senior yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu yang telah banyak sekali membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, saya ucapkan terima kasih.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, saya sangat mengharapkan saran dan kritik yang konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini dan agar menjadi pelajaran untuk penyusunan skripsi selanjutnya. Mudah-mudahan dapat bermanfaat khususnya bagi saya umumnya dan bagi teman-teman semua Amin.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pontianak, Juli 2022
Penulis

Biyah Nopriansyah
NIM. 161310757

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada percetakan PD. Sahabat Pelangi Sanggau. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang menggunakan jasa PD. Sahabat Pelangi Sanggau pada periode 2018 sampai 2020 dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Adapun metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji pengaruh simultan (uji F), dan uji pengaruh parsial (uji t).

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan persamaan regresi yaitu $Y = 2,285 + 0,282 X_1 + 0,168 X_2$. Koefisien korelasi menunjukkan nilai R sebesar 0,595 yang menunjukkan bahwa hubungan antara variabel kualitas produk dan harga dengan variabel kepuasan konsumen adalah cukup. Koefisien determinasi menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,354, yang berarti bahwa 35,4% kepuasan konsumen PD. Sahabat Pelangi Sanggau dapat dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 64,6% kepuasan memilih datang ke PD. Sahabat Pelangi Sanggau oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji pengaruh simultan (uji F) menunjukkan kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada percetakan PD. Sahabat Pelangi Sanggau. Hasil uji pengaruh parsial (uji t) menunjukkan kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada percetakan PD. Sahabat Pelangi Sanggau dan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada percetakan PD. Sahabat Pelangi Sanggau.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Konsumen, PD. Sahabat Pelangi Sanggau

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Permasalahan	7
C. Pembatasan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
1. Bagi Peneliti.....	8
2. Bagi Perusahaan.....	8
3. Bagi Almamater	8
F. Kerangka Pemikiran.....	9
G. Metode Penelitian	10
1. Jenis Penelitian.....	10
2. Teknik Pengumpulan data.....	11
3. Populasi dan Sampel	12
4. Variabel Penelitian.....	14
5. Skala Pengukuran.....	14

6. Teknik Analisis Data.....	15
BAB II LANDASAN TEORI	24
A. Pengertian Pemasaran	24
B. Manajemen Pemasaran.....	25
C. Jasa	26
D. Kualitas Produk	26
E. Harga	28
F. Kepuasan Konsumen.....	30
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	32
A. Sejarah Singkat Perusahaan	32
B. Visi dan Misi Perusahaan.....	32
C. Struktur Organisasi.....	33
D. Aspek Sumber Daya Manusia.....	36
E. Aspek Pemasaran	37
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	38
A. Karakteristik Responden	38
1. Jenis Kelamin	38
2. Usia	38
3. Pekerjaan	39
4. Pendidikan Terakhir	40
5. Pendapatan	41
6. Frekuensi Pembelian	41
B. Analisis Data	42
1. Uji Instrumen	42

2. Uji Asumsi Klasik	46
3. Analisis Linear Berganda	50
4. Koefisien Korelasi	51
5. Koefisien Determinasi	52
6. Uji Simultan (UJI F)	52
7. Uji Parsial (UJI T)	53
BAB V PENUTUP	54
A. Kesimpulan	54
B. Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Pesaing	2
Tabel 1.2 Daftar Produk dan Daftar Harga	4
Tabel 1.3 Jumlah Pendapatan.....	5
Tabel 1.4 Skor Pernyataan	15
Tabel 1.5 Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan	20
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	38
Tabel 4.2 Usia Responden.....	39
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	39
Tabel 4.4 Pendidikan Responden	40
Tabel 4.5 Pendapatan Responden	41
Tabel 4.6 Frekuensi Pembelian Responden	41
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	42
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Harga.....	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen.....	44
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	47
Tabel 4.12 Hasil Uji Linearitas Kualitas Produk	48
Tabel 4.13 Hasil Uji Linearitas Harga	48
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	49
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	50
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Korelasi	51
Tabel 4.17 Hasil Uji Simultan (UJI F)	52
Tabel 4.18 Hasil Uji Parsial (UJI T)	53

DAFTAR GAMBAR

Tabel 1.1 Kerangka Pemikiran.....	10
Tabel 3.1 Struktur Organisasi	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	58
Lampiran 2 Rekapitulasi Variabel Kualitas Produk (X1).....	64
Lampiran 3 Rekapitulasi Variabel Harga (X2).....	68
Lampiran 4 Rekapitulasi Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	71
Lampiran 5 Data Responden.....	75
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1).....	79
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2).....	84
Lampiran 8 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	85
Lampiran 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X1).....	93
Lampiran 10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X2).....	94
Lampiran 11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	95
Lampiran 12 Hasil Uji Normalitas.....	96
Lampiran 13 Hasil Uji Linearitas Variabel X1 dan Y.....	97
Lampiran 14 Hasil Uji Linearitas Variabel X2 dan.....	98
Lampiran 15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	99
Lampiran 16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	100
Lampiran 17 Hasil Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi (R ²).....	101
Lampiran 18 Hasil Uji Pengaruh Simultan (Uji F).....	102
Lampiran 19 Hasil Uji Pengaruh Parsial (Uji t).....	103

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam era bisnis saat ini, tingkat persaingan usaha di Indonesia sangat ketat karena setiap perusahaan senantiasa berusaha untuk meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru. Salah satu bisnis usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis jasa percetakan. Kepuasan konsumen menjadi peran penting dalam keberhasilan dari sebuah usaha.

Disamping itu jumlah persaingan dalam bisnis percetakan yang semakin lama semakin bertambah di Kabupaten Sanggau. Masing masing usaha percetakan memberikan yang terbaik untuk konsumennya dengan memberikan variasi produk, harga yang bersaing, kualitas produk serta harga yang baik. Oleh karena itu melalui kualitas produk maupun harga yang baik konsumen akan merasa puas dan terus memakai produk atau jasa kita tidak beralih kepada pesaing lain.

Percetakan PD. Sahabat Pelangi merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang produk atau jasa percetakan. Jasa yang ditawarkan antara lain fotokopi, print, mencetak undangan, pas foto, spanduk, *laminating*, *scan*, sertifikat, dan menjual ATK (alat tulis kantor) baik eceran maupun grosir. Untuk mempertahankan penjualan Percetakan PD. Sahabat Pelangi perlu memperhatikan kepuasan konsumennya.

Adanya harga yang bersaing dalam bisnis percetakan di Kabupaten Sanggau membuat masing-masing usaha percetakan berlomba membuat strategi yang baik untuk memperebutkan hati konsumen, baik melalui kualitas produk, harga, maupun hal lainnya. Kualitas produk dan harga sangat berperan dalam percetakan. Kedua kualitas tersebut harus dikemas secara seimbang agar dapat memberikan kepuasan konsumen. Banyaknya jumlah percetakan yang berada di Kabupaten Sanggau, maka besar pula persaingan yang terjadi antar pemilik usaha. Permasalahan persaingan percetakan yang semakin ketat, sehingga terjadi tarik menarik antar pelaku usaha percetakan untuk memperoleh keuntungan (*Profit*) yang besar. Yang telah dijalankan selama ini agar tetap bertahan ditengah persaingan usaha percetakan khususnya di tempat tersebut. Berikut ditampilkan tabel 1.1 daftar percetakan di Kabupaten Sanggau:

Tabel 1.1
Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
Kabupaten Sanggau
Daftar Percetakan
Tahun 2020

No	Nama	Alamat
1	PD. Sahabat Pelangi	Jl. Jend. Sudirman RT. 002 RW. 007
2	Axi Grafika	Jl. Masjid Agung No. 10
3	Chipindo	Jl. Pangeran Paduka No. 132
4	Family	Jl. Jend. A. Yani No. 22
5	Media Niaga	Dusun Entikong
6	Fujiyama	Jl. Pembangunan
7	Mitra Usaha	Jl. Karya Bhakti
8	Nzz 162	Jl. H. Agus Salim No. 78
9	Ria Photo	Jl. Jend. A. Yani No. 18
10	Atk (Steven)	Semuntai
11	Mega Atlantic	Jl. Jend. Sudirman Km 07

Sumber: Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Sanggau 2020.

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat ada 11 daftar nama percetakan di Kabupaten Sanggau. Letak percetakan yang berada di Kota Sanggau sebanyak 8 percetakan dan 3 percetakan terletak di kecamatan Kota Sanggau.

Perusahaan yang ingin memenangkan hati konsumen harus memiliki kualitas produk yang lebih baik dibandingkan produk lain yang serupa. Sementara itu, kualitas produk yang baik adalah produk yang sesuai dengan harapan konsumen. Definisi kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong (2012:229) mengenai *“product quality is the characteristic of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer needs”*. Kualitas produk adalah karakteristik sebuah produk atau jasa yang memberikan kemampuan untuk mencukupi kebutuhan pelanggan.

Perusahaan yang menginginkan kualitas produk yang baik harus mampu membuat produk yang dibutuhkan oleh konsumen dan membuat konsumen mempersepsi baik terhadap produk tersebut. Jika kualitas produk baik, perusahaan berharap konsumen akan senantiasa menggunakan produk tersebut.

Seorang konsumen akan mempertimbangkan beberapa hal mengenai harga sebuah produk atau jasa yang akan digunakan. Hal tersebut dapat berupa harga yang sesuai dirasakan oleh konsumen, harga yang wajar, harga terakhir yang dibeli, harga tertinggi dan harga terendah sebuah produk atau jasa, harga jual beberapa kompetitor, harga perkiraan masa yang akan datang serta harga diskon yang biasa diperoleh. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat digunakan

referensi bagi perusahaan dalam menetapkan harga yang akan meningkatkan tingkat pembelian konsumen (Kotler dan Keller, 2012:387).

Penetapan harga pada sebuah bisnis percetakan sangat penting, terutama untuk menjaga keberlangsungan operasional bisnis percetakan. Kebijakan yang dilakukan pada Percetakan PD. Sahabat Pelangi Sanggau terkait harga yaitu tidak ada diskon pembelian secara eceran akan tetapi untuk konsumen yang membeli perlusin dengan berbagai *item* akan mendapatkan potongan harga sesuai pengurangan yang dibeli. Percetakan PD. Sahabat Pelangi Sanggau menampilkan *list* harga dengan jelas di kertas guna untuk memudahkan konsumen mengetahui harga yang akan dibayar.

Berikut adalah tabel 1.2 daftar produk dan harga PD. Sahabat Pelangi Sanggau:

Tabel 1.2
Percetakan PD. Sahabat Pelangi Sanggau
Daftar Produk dan Harga
Tahun 2020

No	Daftar Produk	Daftar Harga (Rp)
1	Cetak Banner	25.000 / Meter
2	Cetak Stempel	125.000
3	Cetak Id Card	40.000
4	Cetak Sticker A3	10.000
5	Cetak Undangan	1.500 / Pcs
6	Cetak Nota	26.000 / Buku
7	Fotokopi Biasa	300
8	Fotokopi Warna	400
9	Print Biasa	1.000
10	Print Warna	2.000
11	Jilid Lakban	4.000
12	Jilid Spiral	15.000
13	Jilid Senyawa	10.000

Sumber: PD. Sahabat Pelangi sanggau 2020.

Berdasarkan tabel 1.2 diatas dapat dilihat terdapat 13 jenis produk serta harga yang sangat bervariasi. Dimana harga tertinggi produk Cetak Stempel

Rp.125.000 dan yang terendah Fotokopi Rp.300. Percetakan PD. Sahabat Pelangi Sanggau sebagai salah satu usaha resmi yang menawarkan berbagai jenis produk atau jasa percetakan.

Penjualan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya berkembang guna untuk mendapatkan laba atau keinginan yang diinginkan.

Kegiatan penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Jadi kegiatan pembelian dan penjualan merupakan satu kesatuan untuk dapat terlaksananya transfer hak atau transaksi. Oleh karena itu, kegiatan penjualan terdiri dari serangkaian kegiatan yang meliputi penciptaan permintaan, negosiasi harga dan syarat-syarat pembayaran. Berikut tabel 1.3 daftar jumlah pendapatan PD. Sahabat Pelangi Sanggau tahun 2018-2020:

Tabel 1.3
Percetakan PD. Sahabat Pelangi Sanggau
Jumlah Pendapatan
Tahun 2018-2020

No	Tahun	Jumlah (Rp)	Persentase (%)
1	2018	398.576.000	-
2	2019	482.403.500	21,03
3	2020	443.200.000	(8,12)

Sumber: PD. Sahabat Pelangi sanggau 2020.

Berdasarkan tabel 1.3 daftar pendapatan PD. Sahabat Pelangi Sanggau tahun 2018–2020, dapat dilihat bahwa jumlah pendapatan PD. Sahabat Pelangi Sanggau pada tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar 21,03% dari tahun 2018 dan pendapatan pada tahun 2020 mengalami penurunan sebesar -8,12% dari tahun 2019.

Wawancara dilakukan dengan anak pemilik Percetakan PD. Sahabat Pelangi Sanggau, yang menyatakan bahwa selalu menyediakan banyak jenis produk yang lengkap serta adanya mesin *digital printing* dan mesin fotokopi yang banyak agar konsumen tidak mengantri. Dengan produk yang lengkap serta mesin *digital printing* dan mesin fotokopi yang banyak ini membuatnya mampu bersaing dengan percetakan yang ada di Kabupaten Sanggau.

Dari hasil observasi yang dilakukan, saya melihat PD. Sahabat Pelangi Sanggau ini selalu ramai dikunjungi oleh konsumen. Tentu banyaknya konsumen ini mewakili banyaknya kesan yang timbul dengan kualitas produk dan harga yang ada di PD. Sahabat Pelangi Sanggau. Setelah melakukan wawancara dengan satu karyawan PD. Sahabat Pelangi Sanggau beliau menjelaskan bahwa kini mereka khususnya para karyawan masih terus berusaha memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen. Beliau juga menyadari masih ada kekurangan yang dialami contohnya mencetak dalam jumlah yang banyak akan menghasilkan kualitas cetakan atau warna yang dihasilkan itu yang berbeda dibanding dengan mencetak dalam jumlah yang sedikit. Sementara dari harga memang di PD. Sahabat Pelangi Sanggau sedikit lebih berbeda atau mahal dalam hal untuk mencetak dari percetakan lainnya yang ada di Kabupaten Sanggau.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka saya tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Percetakan PD. Sahabat PelangiSanggau”.

B. Permasalahan

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan di latar belakang maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut: “Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada percetakan PD. Sahabat Pelangi Sanggau ?”

C. Pembatasan Masalah

Agar permasalahan lebih jelas dan terarah, maka dilakukan pembatasan terhadap masalah yang akan di bahas, pembahasan di batasi pada:

1. Variabel kualitas produk, dengan dimensi-dimensi sebagai berikut:
 - a. *Performance* (kinerja).
 - b. *Reliability* (keandalan).
 - c. *Feature* (fitur).
 - d. *Durability* (daya tahan).
 - e. *Conformance* (kesesuaian).
 - f. *Design* (desain).
2. Variabel harga, dengan dimensi-dimensi sebagai berikut:
 - a. Keterjangkauan harga.
 - b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.
 - c. Kesesuaian harga dengan manfaat.
 - d. Daya saing harga.
3. Variabel kepuasan konsumen, diukur dengan dimensi kualitas jasa , yaitu:
 - a. Reliabilitas (*reliability*).
 - b. Daya Tanggap (*responsiveness*).

- c. Jaminan (*assurance*).
- d. Empati (*empathy*).
- e. Bukti fisik (*tangibles*).

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Percetakan PD. Sahabat Pelangi Sanggau.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan salah satu cara dalam menerapkan berbagai teori yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan sekaligus mengukur kemampuan menulis ilmiah dalam penelitian bidang pemasaran.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai masukan dan sumbangan pemikiran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan oleh pihak manajemen dalam mengevaluasi dan menyusun kebijakan tentang kualitas produk dan harga yang dapat memberikan kepuasan konsumen.

3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan masukan untuk referensi bagi mahasiswa yang ingin mengkaji lebih dalam mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Percetakan PD. Sahabat Pelangi Sanggau.

F. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

Dimensi kualitas produk menurut Suryati (2015:26) adalah sebagai berikut:

1. *Performance* (kinerja).
2. *Reliability* (keandalan).
3. *Feature* (fitur).
4. *Durability* (daya tahan).
5. *Conformance* (kesesuaian).
6. *Design* (desain).

Menurut Fandy Tjiptono (2015:156) dimensi harga terdiri dari sebagai berikut:

1. Keterjangkauan harga.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.
3. Kesesuaian harga dengan manfaat.
4. Daya saing harga.

Menurut Tjiptono (2014:282) mengemukakan lima dimensi kualitas jasa, yaitu:

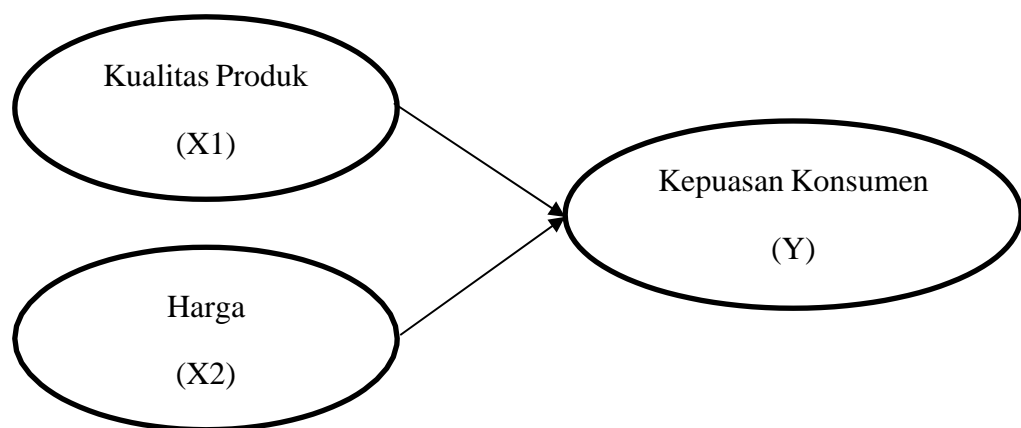
1. Reliabilitas (*reliability*).
2. Daya Tanggap (*responsiveness*).
3. Jaminan (*assurance*).
4. Empati (*empathy*).
5. Bukti fisik (*tangibles*).

Adapun penelitian terdahulu yang menjadi acuan saya sehingga memilih penelitian ini yaitu:

1. Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan Eva Agustina (2019) “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar”, diketahui kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar baik secara simultan maupun parsial.
2. Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan Victor Supriadi (2013) “Kualitas Produk, Merek, dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Percetakan Mitra Card Manado”, hasil analisis secara simultan menunjukkan kualitas produk, merek, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Kualitas produk dan harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen tetapi variabel merek tidak berpengaruh.

Pada saat ini perusahaan atau organisasi yang menyediakan jasa terhadap kepuasan konsumen semakin tinggi. Hal ini karena salah satu tujuan dari perusahaan atau organisasi adalah memberikan kepuasan kepada konsumennya. Dalam persaingan yang semakin ketat diantara perusahaan jasa saat ini, maka kepuasan konsumen menjadi prioritas utama dimana tingkat kepentingan dan harapan pelanggan serta pelaksanaan atau produk dan harga yang diberikan perusahaan haruslah sesuai. Perusahaan jasa harus memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh para konsumen agar mereka merasa puas terhadap jasa yang ditawarkan atau diberikan. Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran



G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Menurut Siregar (2017:15):“Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk

mengetahui hubungan dua variabel atau lebih”. Penelitian asosiatif dalam penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada percetakan PD. Sahabat Pelangi Sanggau.

2. Teknik Pengumpulam Data

a. Data Primer

Menurut Siregar (2017:37): “Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan”. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari:

1) Wawancara

Menurut Sugiyono (2017:137): “Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil”. Penulis melakukan wawancara kepada anak pemilik usaha yang bernama Ahmad Fadhil Masri untuk memperoleh informasi atau data yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

2) Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017:142): “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi

seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”. Kuesioner dalam penelitian ini diberikan kepada konsumen yang menggunakan jasa PD. Sahabat Pelangi Sanggau.

b. Data Sekunder

Menurut Siregar (2017:37): “Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya”. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu informasi yang diperoleh dari laporan perusahaan yang erat kaitannya dengan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini.

3. Populasi Dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80): “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang menggunakan jasa PD. Sahabat Pelangi Sanggau.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81): “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan

waktu, maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Untuk jumlah populasi yang tidak diketahui jumlahnya, maka digunakan rumus Isac Micheldalam Siregar, (2017:62) sebagai berikut:

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 p \cdot q}{e^2}$$

Keterangan:

n = sampel

Z = tingkat signifikan (1,64)

p = proporsi populasi (0,3)

q = 1-p

e = perkiraan tingkat kesalahan (1%):

$$n = \frac{(1,64)^2 0,3 \cdot 0,7}{0,01^2} = 56,8$$

Berdasarkan perhitungan tersebut sampel minimum yang diambil sebanyak 56,8 atau 57 orang, maka penulis menetapkan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang, agar apabila ada data responden yang tidak valid dapat tertutupi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Sampling purposive*. Menurut Sugiyono (2017:85): “*Sampling purposive* adalah teknik penentuan dengan pertimbangan tertentu”.

Kriteria penentuan sampel dalam penelitian ini adalah:

- 1) Responden merupakan orang yang melakukan pembelian produk cetakan minimal 2 kali.
- 2) Responden berdomisili di Kabupaten Sanggau.

4. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:39): “Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu:

a. Variabel Bebas

Menurut Sugiyono (2017:39): “Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas produk dan harga yang diberi notasi tanda (X).

b. Variabel Terikat

Menurut Sugiyono (2017:39): “Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen diberi notasi tanda (Y).

5. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Menurut Sugiyono (2017:93): “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Berdasarkan jawaban dari responden melalui kuesioner yang telah disebar, kemudian dikelompokkan menurut jenisnya masing-masing.

Skala Likert digunakan untuk mengukur tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap serangkaian pernyataan yang digunakan untuk mengukur suatu objek. Skala ini diberi bobot secara kuantitatif yang berguna untuk dipakai dalam perhitungan, yaitu:

Tabel 1.4
Skor Pernyataan

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

6. Teknik Analisis Data

a. Uji Instrumen

Menurut Sugiyono (2017:102): “Instrumen Penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati”. Instrumen dalam penelitian ini terdiri dari :

1) Uji Validitas

Menurut Siregar (2017:75): “Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukuran mampu mengukur apa yang ingin diukur”. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Teknik yang digunakan untuk menguji validitas instrumen dalam penelitian ini adalah dengan cara menghitung nilai korelasi dari masing-masing skor tiap pertanyaan atau pernyataan (*item*) dengan skor totalnya.

Validitas dibandingkan dengan nilai korelasi r_{hitung} dengan r_{tabel} . Dengan tingkat signifikansi (α) = 5% (0,05) dan jumlah responden (n) = 100, maka nilai r_{tabel} dapat lihat pada tabel nilai-nilai r *product moment* baris $n = 100$, $df = n - 2 = 100 - 2 = 98$ adalah sebesar 0,196. Untuk mengetahui skor masing-masing item pernyataan valid atau tidak, maka ditetapkan kriteria sebagai berikut:

- a) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen atau item-item pernyataan tersebut dinyatakan valid.
- b) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen atau item-item pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

Adapun hasil olahan data dengan menggunakan program *Software SPSS 25 (Statistical Package For Social Science 25)*.

2) Uji Reliabilitas

Menurut Siregar (2017:87): “Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukuran yang sama pula”. Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach Alpha*. Menurut Siregar (2017:90): “Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel bila nilai *Alpha Cronbach* $> 0,60$ ”.

Reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor atau skala pengukuran. Suatu konstruk/variabel

dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Adapun hasil olahan data dengan menggunakan program *Software SPSS 25 (Statistical Package For Social Science 25)*.

b. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu, agar data sampel yang diolah benar – benar dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Pengujian asumsi klasik meliputi:

1) Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016:154): “Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal”. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*.

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai sig atau nilai probabilitas > 0,05, maka data berdistribusi normal.
- b) Jika nilai sig atau nilai probabilitas \leq 0,05, maka data tidak berdistribusi normal.

2) Uji Linearitas

Menurut Ghozali (2016:159): “Uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak”. Uji linearitas dalam penelitian ini menggunakan *test for linearity*. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai $\text{sig} < 0,05$, maka variabel bebas dan variabel terikat berpola linier.
- b) Jika nilai $\text{sig} > 0,05$, maka variabel bebas dan variabel terikat tidak berpola linier.

3) Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali (2018:103): “Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen)”. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Untuk mengetahui terjadi atau tidaknya multikolonieritas dapat dilihat dari (1) nilai tolerance dan lawannya (2) variance inflation vaktor (VIF).

Maka kriteria keputusan yang akan diambil yaitu:

- a) Jika nilai tolerancenya \geq dari 0,10 dan nilai $\text{VIF} \leq 10$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolonieritas.
- b) Jika nilai tolerancenya \geq dari 0,10 dan nilai $\text{VIF} \geq 10$ maka dapat disimpulkan terjadi multikolonieritas.

c. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini kuantitatif berupa analisis regresi berganda, Menurut siregar (2017:405): “regresi linier berganda merupakan pengembangan dari regresi linier sederhana yaitu sama-sama alat yang dapat digunakan untuk melakukan prediksi

permintaan dimasa yang akan datang, berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*Independent*) terhadap satu variabel tak bebas (*Dependent*).

Analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara variabel bebas yang terdiri dari, kualitas produk dan harga (X1, X2) dengan variabel terikat, kepuasan konsumen (Y). Pengelolaan data dan menggunakan program paket statistik SPSS versi 19.

Adapun rumus regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

A, b₁, b₂ = Konstanta

X₁ = Kualitas Produk

X₂ = Harga

d. Koefisien Korelasi (R)

Menurut Siregar (2017:337): “Koefisien korelasi adalah bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga dapat menentukan arah hubungan dari kedua variabel”. Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen yaitu kualitas produk(X1), harga(X2) terhadap variabel

dependen yaitu kepuasan konsumen (Y) dengan menggunakan bantuan *software* SPSS 19 *for windows*.

Untuk memudahkan melakukan interpretasi mengenai kekuatan hubungan antara dua variabel digunakan kriteria yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.5
Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan

Nilai Korelasi (r)	Interpretasi
0,00-0,199	Sangat lemah
0,20-0,399	Lemah
0,40-0,599	Cukup
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Siregar (2017:337)

e. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Siregar (2017:338): Koefisien determinasi (R^2) adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih X (bebas) terhadap variabel Y (terikat)".

f. Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

Menurut Siregar (2017:337): "untuk mengetahui sejauh mana pengaruh secara simultan antara kelompok data A dan B (variabel bebas X_1 , X_2) terhadap kelompok data C (variabel tak bebas Y)". Dengan demikian akan dapat diketahui model hubungan fungsional antara kualitas produk dan harga dengan kepuasan konsumen yang terbentuk pada penelitian ini. Jika hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai probabilitas (*P value*) < alpha 0,05, maka H_0 ditolak dan

H_1 diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel terikat secara serempak.

Tahap-tahap dalam uji F adalah membuat suatu hipotesis kemudian dilanjutkan dengan membandingkan F hasil perhitungan dengan F tabel. Kriteria kepuasan yang dapat diambil mengacu pada kriteria jika F_{hitung} lebih dari F_{tabel} ($F_{hitung} > F_{tabel}$), maka H_0 ditolak maka H_1 diterima. Sebaliknya jika F_{hitung} kurang dari atau sama dengan F_{tabel} ($F_{hitung} \leq F_{tabel}$), maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_0 = Kualitas produk dan harga secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada percetakan PD. Sahabat Pelangi Sanggau.

H_a = Kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada percetakan PD. Sahabat Pelangi Sanggau.

g. Uji Pengaruh Parsial (Uji t)

Menurut Ghazali (2018:98): "Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel penjelas atau independent secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependent". Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen PD. Sahabat Pelangi Sanggau.

Pada tahapan ini dilakukan pengujian pengaruh masing-masing variabel bebas dengan simbol (X) apakah semua variabel (kualitas produk dan harga) yang ada pada model secara individual mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) yang signifikan. Jika hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai probabilitas (*P value*) < alpha 0.05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian variabel bebas dapat menerangkan variabel terikatnya secara parsial.

Tahap-tahap dalam uji t adalah membuat suatu hipotesis kemudian dilanjutkan dengan membandingkan t hasil perhitungan dengan t tabel. Kriteria kepuasan yang dapat diambil mengacu pada kriteria: jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sebaliknya $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau sama dengan t tabel ($t_{hitung} \leq t_{tabel}$), maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) Uji pengaruh parsial variabel Kualitas produk (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y)

H_0 = Kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada percetakan PD. Sahabat Pelangi Sanggau.

H_a = Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada percetakan PD. Sahabat Pelangi Sanggau.

- b) Pengaruh parsial variabel harga (X_2) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y)

H_0 = Harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada percetakan PD. Sahabat Pelangi Sanggau.

H_a = Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada percetakan PD. Sahabat Pelangi Sanggau.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Karakteristik responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menjadi konsumen PD. Sahabat Pelangi Sanggau adalah laki-laki, berusia antara 21 sampai 30 Tahun, pekerjaan swasta, berpendidikan SMA/SMK, berpendapatan antara Rp. 500.000 sampai Rp. 1.999.999, dan frekuensi pembelian sebanyak 5 sampai 7 kali.
2. Hasil uji regresi linear berganda yang menghasilkan persamaan $Y = 2,285 + 0,282 X_1 + 0,168 X_2$. Koefisien regresi konstanta (a) senilai 2,285 artinya jika kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) bernilai 0 (nol), maka kepuasan konsumen (Y) sebesar 2,285, koefisien regresi kualitas produk (X_1) diperoleh sebesar 0,282 artinya jika nilai kualitas produk meningkat sebesar satu satuan, maka nilai kepuasan konsumen akan bertambah sebesar 0,282, sedangkan untuk koefisien regresi harga (X_2) diperoleh sebesar 0,168 artinya jika nilai harga meningkat sebesar satu satuan, maka nilai kepuasan konsumen akan bertambah sebesar 0,168 artinya koefisien bernilai positif sehingga ada pengaruh yang positif antara kualitas produk dan harga dengan kepuasan konsumen.
3. Hasil koefisien korelasi (R) dalam penelitian ini adalah 0,595 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup antara kualitas

produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada percetakan PD. Sahabat Pelangi Sanggau.

4. Hasil koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini adalah 0,354 atau 35,4% yang menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada percetakan PD. Sahabat Pelangi Sanggau adalah sebesar 35,4% dan sisanya sebesar 64,6% yang mana kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
5. Hasil uji pengaruh simultan (Uji F) dalam penelitian diperoleh nilai F hitung $26,594 > F$ tabel 3,09 serta memiliki nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa H_0 ditolak H_a diterima, artinya kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada percetakan PD. Sahabat Pelangi Sanggau.
6. Hasil uji pengaruh parsial (Uji t) dalam penelitian diperoleh nilai t hitung variabel kualitas produk (X_1) $4,743 > t$ tabel 1,984 serta memiliki nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa H_0 ditolak H_a diterima, artinya kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada percetakan PD. Sahabat Pelangi Sanggau. Sedangkan t hitung variabel harga (X_2) $3,115 > t$ tabel 1,984 serta memiliki nilai signifikan sebesar $0,002 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa H_0 ditolak H_a diterima, artinya harga

secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada percetakan PD. Sahabat Pelangi Sanggau.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, saran yang dapat di berikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. PD. Sahabat Pelangi Sanggau dapat menghasilkan produk cetakan yang tidak mudah luntur.
2. PD. Sahabat Pelangi Sanggau dapat memberikan harga yang lebih terjangkau dibanding percetakan lainnya, pada produk-produk tertentu.
3. Penelitian selanjutnya hendaknya menambahkan variabel-variabel lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen selain kualitas produk dan harga. Sehingga diharapkan hasil penelitian dapat lebih maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin, dan Frensis Tantri. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pres, Jakarta.
- Agustina, Eva. 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar. *Jurnal Manajemen*. Vol. 5, No. 1, JUNI 2019.
- Assauri, Sofian. 2014. *Manajemen Pemasaran. Dasar, Konsep dan Strategi*. PT. Raja Grafindo, Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Kotler, Philip dan Garry Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen*, CV. Alfabeta, Bandung.
- Siregar, Syofian. 2017. *Statistik Parametric Untuk Penelitian Kuantitatif*. PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Supriadi, Victor. 2013. Kualitas Produk, Merek, dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Percetakan Mitra Card Manado. *Jurnal EMBA*. Vol 1 No.4 Desember 2013.
- Suryati, Lili. 2015. *Manajemen Pemasaran. Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Deepublish, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. CV. ANDI OFFSET, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. CV. ANDI OFFSET, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. CV. ANDI OFFSET, Yogyakarta.

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP

KEPUASAN KONSUMEN PADA PERCETAKAN PD. SAHABAT

PELANGI SANGGAU

Kuesioner ini merupakan instrument penelitian dalam rangka penulisan skripsi program sarjana yang dilakukan oleh:

Nama : Biyan Nopriansyah
Nim : 161310757
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas : Muhammadiyah Pontianak

Peneliti memohon kesediaan bapak/ibu/saudara/I meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini secara lengkap dan benar. Informasi ini sama sekali tidak mengganggu privasi Bapak/Ibu/saudara/I dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis. Terima kasih atas bantuan dan Kerjasama Bapak/Ibu/saudara/i.

Identitas Responden

Nama :
Alamat :
Jenis Kelamin :
Usia :
Pekerjaan :
Pendidikan :
Pendapatan rata-rata / bulan :
No. HP :
Frekuensi pembelian :

Petunjuk Pengisian:

Berilah tanda centang (√) pada jawaban di dalam tabel yang sesuai dengan pendapat anda.

SS = SANGAT SETUJU (5)

S = SETUJU (4)

KS = KURANG SETUJU (3)

TS = TIDAK SETUJU (2)

STS = SANGAT TIDAK SETUJU (1)

KUALITAS PRODUK

NO	Pertanyaan	Tanggapan				
		SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
Performance (Kinerja)						
1.	Produk yang dijual PD. Sahabat Pelangi Sanggau tidak mudah rusak.					
2.	Produk yang dijual PD. Sahabat Pelangi Sanggau mampu memenuhi kebutuhan konsumen.					
Reliability (Keandalan)						
3.	Produk yang dijual PD. Sahabat Pelangi Sanggau memiliki hasil cetakan tidak mudah luntur.					
4.	Produk yang dijual PD. Sahabat Pelangi Sanggau berkualitas baik.					
Feature (fitur)						
5.	Setiap produk yang dijual PD. Sahabat Pelangi Sanggau tanpa cacat.					
6.	Setiap produk yang dijual PD. Sahabat Pelangi Sanggau memiliki model yang beranekaragam dan banyak pilihan warna.					
Durability (Daya Tahan)						
7.	Bahan yang dijual PD. Sahabat Pelangi Sanggau dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama sesuai dengan penggunaan.					
8.	Kualitas cetak PD. Sahabat Pelangi Sanggau memiliki ketahanan yang baik (tidak mudah luntur).					
Conformance (Kesesuaian)						
9.	Produk yang dijual PD. Sahabat Pelangi Sanggau memiliki kualitas standar sesuai dengan harga yang ditawarkan.					
10.	Produk yang dijual PD. Sahabat Pelangi Sanggau berkualitas sesuai harapan.					
Design (Desain)						
11.	PD. Sahabat Pelangi Sanggau membuat desain cetakan yang menarik.					
12.	Desain produk PD. Sahabat Pelangi Sanggau di layout dengan baik.					

HARGA

NO	Pertanyaan	Tanggapan				
		SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
Keterjangkauan Harga						
1.	Harga di PD. Sahabat Pelangi Sanggau terjangkau.					
Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk						
2.	Harga yang ditawarkan di PD. Sahabat Pelangi Sanggau sesuai dengan kualitas produk.					
Kesesuaian Harga dengan Manfaat						
3.	Harga yang di tawarkan PD. Sahabat Pelangi Sanggau sesuai dengan manfaat yang saya dapatkan.					
Daya Saing Harga						
4.	Harga di PD. Sahabat Pelangi Sanggau dapat bersaing dengan percetakan lainnya.					
5.	Harga di PD. Sahabat Pelangi Sanggau lebih terjangkau dari pada harga percetakan lainnya.					

KEPUASAN KONSUMEN

NO	Pertanyaan	Tanggapan				
		SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
Reliabilitas (<i>Reliability</i>)						
1.	Karyawan PD. Sahabat Pelangi Sanggau memberikan informasi dengan benar.					
2.	Karyawan PD. Sahabat Pelangi Sanggau tepat waktu dalam memproses pesanan sesuai dengan yang dijanjikan.					
3.	Karyawan PD. Sahabat Pelangi Sanggau tidak melakukan kesalahan dalam melayani konsumen.					
4.	Karyawan PD. Sahabat Pelangi Sanggau memberikan pelayanan bertransaksi dengan baik kepada konsumen.					
5.	PD. Sahabat Pelangi Sanggau memiliki ketepatan jam buka dan tutup.					
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)						
6.	Karyawan PD. Sahabat Pelangi Sanggau sigap dalam memberikan pelayanan.					
7.	Karyawan PD. Sahabat Pelangi Sanggau bersedia menjawab semua pertanyaan konsumen.					
8.	Karyawan PD. Sahabat Pelangi Sanggau menangani masalah keluhan yang dialami konsumen secara tepat.					
9.	Karyawan PD. Sahabat Pelangi Sanggau merespon permintaan konsumen secara cepat dan tepat.					
10.	Karyawan PD. Sahabat Pelangi Sanggau memproses pembayaran dengan cepat.					
Jaminan (<i>Assurance</i>)						
11.	Karyawan PD. Sahabat Pelangi Sanggau sopan dalam melayani konsumen.					
12.	Karyawan PD. Sahabat Pelangi Sanggau sopan dalam berkomunikasi.					
13.	Karyawan PD. Sahabat Pelangi Sanggau mampu menumbuhkan kepercayaan para konsumennya.					
14.	PD. Sahabat Pelangi Sanggau memiliki reputasi baik dalam melayani konsumen.					
15.	Karyawan PD. Sahabat Pelangi Sanggau memiliki pengetahuan yang baik tentang					

	produk yang dijual.					
Empati (<i>Empathy</i>)						
16.	Karyawan PD. Sahabat Pelangi Sanggau menghargai konsumen.					
17.	Karyawan PD. Sahabat Pelangi Sanggau memahami apa yang diinginkan oleh konsumen.					
18.	Karyawan PD. Sahabat Pelangi Sanggau memberikan perhatian individual kepada para konsumen.					
19.	PD. Sahabat Pelangi Sanggau sangat mengutamakan kepentingan para konsumennya.					
20.	Karyawan PD. Sahabat Pelangi memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial.					
Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)						
21.	PD. Sahabat Pelangi Sanggau memiliki halaman parkir yang luas.					
22.	Karyawan PD. Sahabat Pelangi Sanggau berpenampilan rapi.					
23.	PD. Sahabat Pelangi Sanggau memiliki ruang tunggu yang bersih dan nyaman.					
24.	PD. Sahabat Pelangi Sanggau memiliki fasilitas yang baik seperti meja, kursi, dan kipas.					
25.	Lokasi PD. Sahabat Pelangi Sanggau mudah untuk ditemukan.					

Rekapitulasi Variabel Kualitas Produk (X1)

NO.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	SKOR TOTAL	RATA-RATA
1	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	55	4,583333333
2	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	53	4,416666667
3	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	56	4,666666667
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	51	4,25
5	5	5	3	5	5	5	4	3	5	4	5	4	53	4,416666667
6	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	57	4,75
7	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	46	3,833333333
8	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	51	4,25
9	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	55	4,583333333
10	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	50	4,166666667
11	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	49	4,083333333
12	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	50	4,166666667
13	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	51	4,25
14	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	52	4,333333333
15	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	51	4,25
16	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	51	4,25
17	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	52	4,333333333
18	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	51	4,25
19	4	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	5	48	4
20	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	52	4,333333333
21	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	48	4
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4
23	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	51	4,25
24	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	45	3,75
25	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	49	4,083333333
26	4	4	4	4	4	5	4	2	4	4	4	4	47	3,916666667
27	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	47	3,916666667
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	49	4,083333333
29	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	50	4,166666667
30	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	52	4,333333333

31	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	50	4,166666667
32	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	51	4,25
33	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	45	3,75
34	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	49	4,083333333
35	5	5	4	5	5	5	1	4	4	4	5	4	51	4,25
36	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	55	4,583333333
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	49	4,083333333
38	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	54	4,5
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4
40	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	51	4,25
41	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	50	4,166666667
42	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	51	4,25
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	48	4
44	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	47	3,916666667
45	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	50	4,166666667
46	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	52	4,333333333
47	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	50	4,166666667
48	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	50	4,166666667
49	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	54	4,5
50	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	51	4,25
51	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	51	4,25
52	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	51	4,25
53	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	52	4,333333333
54	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	50	4,166666667
55	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	49	4,083333333
56	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	56	4,666666667
57	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	50	4,166666667
58	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	52	4,333333333
59	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	57	4,75
60	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	51	4,25
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4
62	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	46	3,833333333
63	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	58	4,833333333
64	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	55	4,583333333

65	5	5	4	5	5	5	3	4	4	4	5	5	54	4,5
66	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	55	4,583333333
67	5	5	4	5	5	5	4	4	3	4	5	5	54	4,5
68	5	5	4	5	5	5	4	4	4	3	5	4	53	4,416666667
69	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	5	5	55	4,583333333
70	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	55	4,583333333
71	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	57	4,75
72	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	56	4,666666667
73	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	50	4,166666667
74	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	49	4,083333333
75	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	47	3,916666667
76	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	49	4,083333333
77	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	51	4,25
78	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	55	4,583333333
79	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	56	4,666666667
80	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	51	4,25
81	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	57	4,75
82	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	49	4,083333333
83	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	51	4,25
84	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	56	4,666666667
85	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	51	4,25
86	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	51	4,25
87	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	56	4,666666667
88	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	56	4,666666667
89	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	53	4,416666667
90	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	55	4,583333333
91	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	57	4,75
92	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	49	4,083333333
93	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	56	4,666666667
94	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	51	4,25
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	49	4,083333333
96	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	51	4,25
97	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	51	4,25
98	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	57	4,75

99	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	50	4,166666667
100	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	51	4,25

Rekapitulasi Variabel Harga

NO.	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	SKOR TOTAL	RATA- RATA
1	4	5	5	5	5	24	4,8
2	4	5	4	4	5	22	4,4
3	4	4	5	5	5	23	4,6
4	4	4	4	4	3	19	3,8
5	4	5	3	3	4	19	3,8
6	5	5	4	4	4	22	4,4
7	4	4	3	3	4	18	3,6
8	5	4	4	4	4	21	4,2
9	5	4	4	4	4	21	4,2
10	4	5	4	4	4	21	4,2
11	4	5	4	4	5	22	4,4
12	4	5	5	5	5	24	4,8
13	4	5	4	4	4	21	4,2
14	5	5	4	4	4	22	4,4
15	4	5	5	5	4	23	4,6
16	4	5	5	5	4	23	4,6
17	4	5	5	5	4	23	4,6
18	4	4	5	5	4	22	4,4
19	5	4	4	4	4	21	4,2
20	4	5	5	5	5	24	4,8
21	5	4	4	4	4	21	4,2
22	4	4	4	4	5	21	4,2
23	4	5	5	5	5	24	4,8
24	4	4	4	4	4	20	4
25	4	4	4	4	3	19	3,8
26	4	4	4	4	4	20	4
27	4	4	4	4	3	19	3,8
28	5	5	4	4	5	23	4,6
29	4	5	4	4	4	21	4,2
30	5	4	4	4	4	21	4,2
31	4	4	4	4	3	19	3,8
32	5	4	4	4	5	22	4,4
33	4	4	4	4	4	20	4
34	4	4	4	4	4	20	4
35	4	4	4	4	4	20	4
36	5	4	4	4	4	21	4,2
37	5	4	4	4	3	20	4
38	4	4	4	4	4	20	4
39	4	4	4	4	4	20	4
40	5	5	4	4	5	23	4,6
41	4	4	4	4	4	20	4

42	4	4	5	5	4	22	4,4
43	5	5	4	4	4	22	4,4
44	4	5	4	4	4	21	4,2
45	5	5	4	4	5	23	4,6
46	5	4	4	4	4	21	4,2
47	4	5	4	4	4	21	4,2
48	5	4	4	4	5	22	4,4
49	4	4	4	4	4	20	4
50	5	5	4	4	4	22	4,4
51	5	5	4	4	4	22	4,4
52	5	5	4	4	4	22	4,4
53	4	4	5	5	4	22	4,4
54	4	4	4	4	5	21	4,2
55	4	5	4	4	3	20	4
56	5	4	5	5	5	24	4,8
57	4	5	4	4	4	21	4,2
58	5	4	5	5	4	23	4,6
59	4	4	4	4	4	20	4
60	4	4	5	5	4	22	4,4
61	4	4	4	4	4	20	4
62	4	4	4	4	3	19	3,8
63	5	4	5	5	4	23	4,6
64	5	5	4	4	4	22	4,4
65	5	4	4	4	4	21	4,2
66	5	4	4	4	4	21	4,2
67	5	4	4	4	4	21	4,2
68	4	4	4	4	4	20	4
69	5	4	5	5	4	23	4,6
70	4	4	4	4	4	20	4
71	5	5	5	5	4	24	4,8
72	5	5	5	5	4	24	4,8
73	4	4	4	4	4	20	4
74	4	4	3	3	5	19	3,8
75	4	4	4	4	4	20	4
76	4	3	4	4	4	19	3,8
77	4	4	4	4	4	20	4
78	5	4	4	4	4	21	4,2
79	5	4	4	4	4	21	4,2
80	5	4	4	4	5	22	4,4
81	4	5	5	5	4	23	4,6
82	4	4	4	4	4	20	4
83	4	4	4	4	4	20	4
84	5	4	4	4	4	21	4,2
85	5	4	4	4	4	21	4,2

86	4	4	4	4	4	20	4
87	4	4	5	5	5	23	4,6
88	5	4	4	4	5	22	4,4
89	4	4	4	4	5	21	4,2
90	5	4	4	4	4	21	4,2
91	5	5	4	4	4	22	4,4
92	4	5	4	4	5	22	4,4
93	4	5	4	4	4	21	4,2
94	4	4	4	4	4	20	4
95	4	4	4	4	4	20	4
96	5	4	4	4	5	22	4,4
97	4	4	4	4	4	20	4
98	5	4	4	4	4	21	4,2
99	5	5	4	4	5	23	4,6
100	4	5	5	5	4	23	4,6

Rekapitulasi Variabel Kepuasan Konsumen

N O.	Y. 1	Y. 2	Y. 3	Y. 4	Y. 5	Y. 6	Y. 7	Y. 8	Y. 9	Y. 10	Y. 11	Y. 12	Y. 13	Y. 14	Y. 15	Y. 16	Y. 17	Y. 18	Y. 19	Y. 20	Y. 21	Y. 22	Y. 23	Y. 24	Y. 25	SKO R TOT AL	RAT A- RAT A
1	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	105	4,2
2	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	112	4,48
3	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	110	4,4
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	100	4
5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	107	4,28
6	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	107	4,28
7	4	4	4	4	4	3	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	95	3,8
8	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	105	4,2
9	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	105	4,2
10	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	106	4,24
11	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	106	4,24
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	102	4,08
13	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	107	4,28
14	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	109	4,36
15	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	105	4,2
16	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	5	5	111	4,44
17	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	108	4,32
18	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	106	4,24
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	102	4,08
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	101	4,04
21	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	104	4,16
22	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	102	4,08
23	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	110	4,4
24	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	103	4,12
25	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	107	4,28
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	101	4,04
27	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	99	3,96
28	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	105	4,2

63	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	110	4,4
64	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	5	4	4	5	4	4	106	4,24
65	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	106	4,24
66	4	3	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	5	3	3	3	4	3	4	4	5	4	98	3,92
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	105	4,2
68	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	5	4	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	96	3,84
69	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	108	4,32
70	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	116	4,64
71	5	4	4	5	4	5	5	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	4	3	5	4	4	5	4	5	109	4,36
72	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	109	4,36
73	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	5	4	98	3,92
74	4	3	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	3	5	4	5	4	107	4,28
75	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	92	3,68
76	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	103	4,12
77	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	106	4,24
78	5	4	5	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	5	5	5	3	3	4	5	4	5	5	5	4	109	4,36
79	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	111	4,44
80	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	110	4,4
81	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	111	4,44
82	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	104	4,16
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	102	4,08
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	103	4,12
85	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	109	4,36
86	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	104	4,16
87	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	112	4,48
88	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	112	4,48
89	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	108	4,32
90	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	3	4	5	4	4	5	4	4	4	108	4,32
91	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	111	4,44
92	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	108	4,32
93	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	107	4,28
94	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	103	4,12
95	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	104	4,16
96	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	109	4,36

97	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	5	107	4,28
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	104	4,16
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	103	4,12
100	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	111	4,44

Data Responden

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Frekuensi Pembelian	Pendapatan Rata - Rata
1	Rahmat Filza Saputra	Laki - Laki	26 Tahun	S1	Swasta	5	Rp. 2.000.000,-
2	Rio Gahari	Laki - Laki	27 Tahun	S1	Wiraswasta	8	Rp. 5.500.000,-
3	Sukri	Laki - Laki	42 Tahun	S1	PNS	6	Rp. 4.000.000,-
4	Anisa Fadrijani	Perempuan	21 Tahun	SMA	Swasta	7	Rp. 1.000.000,-
5	Rusli	Laki - Laki	39 Tahun	S1	Wiraswasta	8	Rp. 3.000.000,-
6	Inariyati	Perempuan	37 Tahun	SMA	Swasta	9	Rp. 1.500.000,-
7	Dedi Kurniawan	Laki - Laki	31 Tahun	S1	PNS	9	Rp. 4.500.000,-
8	Angga Apriliadi	Laki - Laki	23 Tahun	SMA	Wiraswasta	7	Rp. 2.500.000,-
9	Gopindha	Laki - Laki	39 Tahun	S1	PNS	3	Rp. 5.000.000,-
10	Indah Fitriana	Perempuan	30 Tahun	S1	Karyawan BUMN	3	Rp. 5.000.000,-
11	Mahdiah	Perempuan	35 Tahun	S1	PNS	4	Rp. 4.000.000,-
12	Wanda Kurniawan	Laki - Laki	28 Tahun	D3	Karyawan BUMN	4	Rp. 3.000.000,-
13	Jumilah	Perempuan	34 Tahun	SMA	Swasta	6	Rp. 2.000.000,-
14	Susilawati	Perempuan	35 Tahun	S1	PNS	8	Rp. 4.500.000,-
15	Yuniarti	Perempuan	30 Tahun	SMA	Swasta	9	Rp. 1.800.000,-
16	Kiki Amalia	Perempuan	35 Tahun	S1	Karyawan BUMN	5	Rp. 3.000.000,-
17	Randy Gaharu	Laki - Laki	37 Tahun	S1	PNS	9	Rp. 4.000.000,-
18	Muhammad Solihin	Laki - Laki	25 Tahun	S1	Swasta	7	Rp. 2.000.000,-
19	Tania Gistasari	Perempuan	22 Tahun	SMA	Swasta	4	Rp. 1.500.000,-
20	Eza Wiariska	Perempuan	24 Tahun	S1	Polri	4	Rp. 6.000.000,-
21	Willy	Laki - Laki	31 Tahun	S1	PNS	6	Rp. 4.200.000,-
22	Novita Sari	Perempuan	35 Tahun	S1	PNS	7	Rp. 3.850.000,-
23	Defi Pratiwi	Perempuan	32 Tahun	S1	PNS	5	Rp. 3.500.000,-
24	Syafira Devani	Perempuan	28 Tahun	S1	Wiraswasta	6	Rp. 5.000.000,-
25	Jufrie	Laki - Laki	35 Tahun	S1	PNS	7	Rp. 4.500.000,-
26	Nuraini Oya	Perempuan	35 Tahun	S1	PNS	7	Rp. 4.200.000,-

27	Rini Aguspiani	Perempuan	30 Tahun	S1	Karyawan BUMN	8	Rp. 3.500.000,-
28	Inaya Julianti	Perempuan	19 Tahun	SMA	Swasta	9	Rp. 1.000.000,-
29	Kartikasari	Perempuan	30 Tahun	S1	Swasta	3	Rp. 2.000.000,-
30	Farrel Azka	Laki - Laki	18 Tahun	SMA	Swasta	3	Rp. 1.200.000,-
31	Tri Wahyu	Laki - Laki	20 Tahun	SMA	Swasta	6	Rp. 1.500.000,-
32	Mardiansyah	Laki - Laki	22 Tahun	SMA	Swasta	5	Rp. 3.250.000,-
33	Deka Firmantyo	Laki - Laki	25 Tahun	SMA	Swasta	7	Rp. 2.000.000,-
34	Fanizky	Laki - Laki	27 Tahun	D3	Wiraswasta	4	Rp. 2.300.000,-
35	Irka Yandrianti	Perempuan	23 Tahun	S1	Swasta	8	Rp. 1.700.000,-
36	Rita Arista	Perempuan	25 Tahun	S1	Wiraswasta	9	Rp. 1.500.000,-
37	Larassati Putri	Perempuan	24 Tahun	S1	PNS	4	Rp. 3.000.000,-
38	Tias Putri Nadilla	Perempuan	23 Tahun	S1	Swasta	6	Rp. 1.800.000,-
39	Ayu Adillia	Perempuan	23 Tahun	D3	Swasta	7	Rp. 1.500.000,-
40	Ferdy Anugrah	Laki - Laki	22 Tahun	SMA	Swasta	8	Rp. 1.000.000,-
41	Syapriadi	Laki - Laki	35 Tahun	S1	PNS	5	Rp. 2.500.000,-
42	Syamsul Bahri	Laki - Laki	39 Tahun	SMA	PNS	5	Rp. 3.500.000,-
43	Kristina Yova	Perempuan	35 Tahun	SMA	PNS	4	Rp. 1.500.000,-
44	M. Fadli Al Khatami	Laki - Laki	22 Tahun	SMA	Swasta	7	Rp. 1.300.000,-
45	Chairul Anwar	Laki - Laki	22 Tahun	SMA	Swasta	3	Rp. 1.550.000,-
46	Ari Pratama	Laki - Laki	28 Tahun	S1	Wiraswasta	3	Rp. 5.000.000,-
47	Aris Ahmad Ridho	Laki - Laki	23 Tahun	SMA	Swasta	6	Rp. 2.000.000,-
48	Alfian Putra Yuar	Laki - Laki	23 Tahun	SMA	Swasta	7	Rp. 2.300.000,-
49	Ikhlas Febriandy	Laki - Laki	23 Tahun	SMA	Swasta	5	Rp. 2.000.000,-
50	Enkan Feri Fersi	Laki - Laki	24 Tahun	S1	Swasta	5	Rp. 3.000.000,-
51	Efri Darwis	Laki - Laki	38 Tahun	S1	Swasta	3	Rp. 1.500.000,-
52	Adrian Asharie	Laki - Laki	19 Tahun	SMA	Swasta	5	Rp. 1.000.000,-
53	Zul Alkadrie	Laki - Laki	19 Tahun	SMA	Swasta	5	Rp. 1.500.000,-
54	Aden Joe Satriani	Laki - Laki	21 Tahun	SMA	Swasta	8	Rp. 1.500.000,-
55	Januardiansyah	Laki - Laki	28 Tahun	SMA	Swasta	5	Rp. 1.500.000,-

56	Petrus Teteng	Laki - Laki	42 Tahun	SMK	Swasta	3	Rp. 1.500.000,-
57	Rivaldy Juliando	Laki - Laki	23 Tahun	SMA	PNS	3	Rp. 1.400.000,-
58	Tri Enawati	Perempuan	40 Tahun	S1	PNS	2	Rp. 4.000.000,-
59	Butet Karolina Barus	Perempuan	40 Tahun	S1	PNS	4	Rp. 5.000.000,-
60	Fitria Mandasari	Perempuan	31 Tahun	SMA	PNS	6	Rp. 1.450.000,-
61	Sri Wahyuni	Perempuan	32 Tahun	SMA	PNS	5	Rp. 1.540.000,-
62	Choirul Huda	Laki - Laki	22 Tahun	SMK	Swasta	9	Rp. 2.000.000,-
63	Ikin Margono	Laki - Laki	26 Tahun	D3	Swasta	8	Rp. 5.000.000,-
64	Maria Magda Lena	Perempuan	21 Tahun	SMK	Swasta	5	Rp. 2.000.000,-
65	Dinda Pramudita	Perempuan	22 Tahun	SMA	Swasta	4	Rp. 3.000.000,-
66	Nila Muna Sari	Perempuan	22 Tahun	SMA	Swasta	7	Rp. 2.000.000,-
67	Ferdian Indra	Laki - Laki	25 Tahun	SMA	Karyawan BUMN	3	Rp. 4.500.000,-
68	Wiri Apri Yandi	Laki - Laki	25 Tahun	SMA	Swasta	9	Rp. 1.200.000,-
69	Gusti Eviandi	Laki - Laki	30 Tahun	D3	PNS	5	Rp. 1.450.000,-
70	Andava Fadeygra	Laki - Laki	19 Tahun	SMA	Swasta	7	Rp. 2.000.000,-
71	Akhmad Irfan	Laki - Laki	27 Tahun	S1	Wiraswasta	8	Rp. 3.000.000,-
72	Malvino Fajaro Dayja	Laki - Laki	24 Tahun	SMA	Swasta	5	Rp. 2.000.000,-
73	H. Benny Hartama	Laki - Laki	44 Tahun	S1	PNS	5	Rp. 4.000.000,-
74	Salmah Fauziah	Perempuan	28 Tahun	SMA	PNS	7	Rp. 1.695.000,-
75	Yusak Peren	Laki - Laki	26 Tahun	SMK	PNS	3	Rp. 1.400.000,-
76	Putra Ramadhan	Laki - Laki	22 Tahun	SMA	PNS	5	Rp. 1.400.000,-
77	Masrukin	Laki - Laki	39 Tahun	SMA	PNS	9	Rp. 3.698.000,-
78	Suprianto	Laki - Laki	39 Tahun	S1	PNS	7	Rp. 3.000.000,-
79	Albert Hutton Sinaga	Laki - Laki	30 Tahun	D3	PNS	9	Rp. 2.000.000,-
80	Rafiani Siswanti	Perempuan	27 Tahun	SMA	PNS	5	Rp. 1.550.000,-
81	Marsianus Jano	Laki - Laki	28 Tahun	S1	PNS	10	Rp. 1.400.000,-
82	Gusti Yudi	Laki - Laki	40 Tahun	D3	PNS	3	Rp. 3.560.000,-
83	Yandy Afriandy	Laki - Laki	43 Tahun	SMA	Swasta	6	Rp. 2.000.000,-
84	Ardiansyah	Laki - Laki	41 Tahun	S1	Swasta	3	Rp. 3.000.000,-

85	Maulidi Reza Noviandri	Laki - Laki	23 Tahun	S1	Wiraswasta	4	Rp. 4.000.000,-
86	M. Rafli Khadafi	Laki - Laki	22 Tahun	SMA	Polri	3	Rp. 6.000.000,-
87	Heru Maulana	Laki - Laki	27 Tahun	SMA	Swasta	8	Rp. 1.000.000,-
88	Fatur Ikhlasa	Laki - Laki	26 Tahun	S1	Swasta	3	Rp. 3.500.000,-
89	Elmo Ravinaldi	Laki - Laki	19 Tahun	SMA	Swasta	7	Rp. 1.000.000,-
90	Anggi Pratama	Laki - Laki	23 Tahun	SMA	Swasta	3	RP. 2.000.000,-
91	M. Ricky Mandasatria	Laki - Laki	24 Tahun	SMA	Swasta	6	Rp. 3.000.000,-
92	Cindy Octaviany	Perempuan	20 Tahun	SMA	Swasta	4	Rp. 2.500.000,-
93	Natalia Angels	Perempuan	23 Tahun	S1	Swasta	8	Rp. 2.000.000,-
94	Calista Nadena	Perempuan	22 Tahun	SMA	Swasta	6	Rp. 1.500.000,-
95	Ryan Ardino	Laki - Laki	24 Tahun	SMA	Swasta	8	Rp. 1.200.000,-
96	Sirat Al Rafi	Laki - Laki	23 Tahun	SMA	Swasta	3	Rp. 2.000.000,-
97	Hendy Juliard	Laki - Laki	22 Tahun	SMA	Swasta	3	Rp. 1.350.000,-
98	Marwansyah	Laki - Laki	24 Tahun	SMA	Swasta	6	Rp. 1.500.000,-
99	Rian Pandapotan	Laki - Laki	25 Tahun	SMA	Swasta	8	Rp. 2.000.000,-
100	Uray Faisal	Laki - Laki	28 Tahun	SMA	Karyawan BUMN	7	Rp. 2.300.000,-

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)

Correlations

		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	item_7	item_8	item_9	item_10	item_11	item_12	Skor_total
item_1	Pearson Correlation	1	,955**	0,067	,955**	,955**	0,149	-0,106	0,091	0,005	0,010	1,000**	,291**	,819**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,505	0,000	0,000	0,140	0,293	0,366	0,960	0,921	0,000	0,003	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_2	Pearson Correlation	,955**	1	0,096	1,000**	1,000**	0,149	-0,092	0,114	0,080	-0,010	,955**	,252**	,839**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,341	0,000	0,000	0,140	0,363	0,260	0,431	0,922	0,000	0,012	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

item_12	Pearson Correlation	,291**	,252*	-0,054	,252*	,252*	0,008	-0,033	0,171	-0,071	0,000	,291**	1	,372**
	Sig. (2-tailed)	0,003	0,012	0,595	0,012	0,012	0,936	0,747	0,089	0,485	1,000	0,003		0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Skor_total	Pearson Correlation	,819**	,839**	,323**	,839**	,839**	,267**	,211	,383**	,250	,293**	,819**	,372**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000	0,007	0,035	0,000	0,012	0,003	0,000	0,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2)

		Correlations					
		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	Skor_total
item_1	Pearson Correlation	1	0,017	-0,054	-0,054	0,101	,358**
	Sig. (2-tailed)		0,870	0,595	0,595	0,316	0,000
	N	100	100	100	100	100	100
item_2	Pearson Correlation	0,017	1	0,172	0,172	0,176	,535**
	Sig. (2-tailed)	0,870		0,087	0,087	0,080	0,000
	N	100	100	100	100	100	100
item_3	Pearson Correlation	-0,054	0,172	1	1,000**	0,131	,739**
	Sig. (2-tailed)	0,595	0,087		0,000	0,195	0,000
	N	100	100	100	100	100	100
item_4	Pearson Correlation	-0,054	0,172	1,000**	1	0,131	,739**
	Sig. (2-tailed)	0,595	0,087	0,000		0,195	0,000
	N	100	100	100	100	100	100
item_5	Pearson Correlation	0,101	0,176	0,131	0,131	1	,555**
	Sig. (2-tailed)	0,316	0,080	0,195	0,195		0,000
	N	100	100	100	100	100	100
Skor_total	Pearson Correlation	,358**	,535**	,739**	,739**	,555**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Correlations

		ite m_ 1	ite m_ 2	ite m_ 3	ite m_ 4	ite m_ 5	ite m_ 6	ite m_ 7	ite m_ 8	ite m_ 9	ite m_ 10	ite m_ 11	ite m_ 12	ite m_ 13	ite m_ 14	ite m_ 15	ite m_ 16	ite m_ 17	ite m_ 18	ite m_ 19	ite m_ 20	ite m_ 21	ite m_ 22	ite m_ 23	ite m_ 24	ite m_ 25	Skor _tot al
item _1	Pear son Corr elati on	1	0,1 12	0,0 55	1,0 00*	0, 02 9	- 0, 07 3	- 0, 04 4	0, 03 4	- 0, 05 6	- 0,1 43	0,0 75	0,0 80	- 0,1 11	0,0 26	- 0,1 20	0,0 56	0,0 58	- 0,0 56	- 0,1 43	1,0 00**	0,1 12	0,0 55	1,0 00**	0,0 29	- 0,0 73	,347**
	Sig. (2- taile d)		0,2 66	0,5 86	0,0 00	0, 77 6	0, 47 1	0, 15 3	0, 74 0	0, 58 2	0,1 55	0,4 59	0,4 28	0,2 73	0,7 97	0,2 33	0,5 81	0,5 67	0,5 82	0,1 55	0,0 00	0,2 66	0,5 86	0,0 00	0,7 76	0,4 71	0,00 0
	N	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0
item _2	Pear son Corr elati on	0,1 12	1	- 0,0 67	0,1 12	0, 10 3	,4 15*	,4 06*	0, 01 8	0, 15 7	0,0 14	,28 5**	0,0 88	- 0,0 61	- 0,0 56	0,0 31	- 0,0 54	0,0 06	0,1 57	0,0 14	0,1 12	1,0 00**	- 0,0 67	0,1 12	0,1 03	,41 5**	,387**
	Sig. (2- taile d)	0,2 66		0,5 06	0,2 66	0, 30 6	0, 00 0	0, 00 0	0, 85 6	0, 11 8	0,8 92	0,0 04	0,3 83	0,5 49	0,5 77	0,7 60	0,5 94	0,9 52	0,1 18	0,8 92	0,2 66	0,0 00	0,5 06	0,2 66	0,3 06	0,0 00	0,00 0
	N	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0
item _3	Pear son Corr elati on	0,0 55	- 0,0 67	1	0,0 55	0, 14 0	- 0, 15 0	- 0, 25	,9 21*	0, 00 9	,22 2*	0,0 50	0,0 44	0,0 52	0,0 28	- 0,0 76	0,0 54	0,0 17	0,0 09	,22 2*	0,0 55	- 0,0 67	1,0 00**	0,0 55	0,1 40	- 0,1 50	,360**
	Sig. (2- taile d)	0,5 86	0,5 06		0,5 86	0, 16 4	0, 13 7	0, 02 5	0, 00 0	0, 93 0	0,0 26	0,6 25	0,6 66	0,6 08	0,7 79	0,4 50	0,5 95	0,8 65	0,9 30	0,0 26	0,5 86	0,5 06	0,0 00	0,5 86	0,1 64	0,1 37	0,00 0
	N	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100		
item_8	Pearson Correlation	0,034	0,018	,921**	0,034	0,017	-0,006	-0,013	1	0,003	,203*	0,071	-0,011	0,073	0,025	-0,019	0,053	0,028	0,035	,203*	0,034	0,018	,921**	0,034	0,078	0,178	-0,069	,399**	
	Sig. (2-tailed)	0,740	0,856	0,000	0,740	0,076	0,496	0,178		0,729	0,043	0,484	0,915	0,473	0,808	0,852	0,602	0,781	0,729	0,043	0,740	0,856	0,000	0,740	0,040	0,076	0,496	0,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_9	Pearson Correlation	-0,056	0,157	0,009	-0,056	-0,049	,350*	,208*	0,035	1	0,069	0,109	,211*	0,173	-0,008	0,077	-0,024	0,069	1,000**	0,069	-0,056	0,157	0,009	-0,056	-0,049	-0,056	,350**	,442**	
	Sig. (2-tailed)	0,582	0,118	0,930	0,582	0,627	0,000	0,038	0,729		0,495	0,280	0,035	0,085	0,936	0,445	0,812	0,493	0,000	0,495	0,582	0,118	0,930	0,582	0,627	0,582	0,627	0,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_10	Pearson Correlation	-0,143	0,014	,222*	-0,143	0,032	-0,046	-0,022	,203*	0,069	1	0,105	0,034	,202*	-0,166	0,037	-0,140	-0,059	0,069	1,000**	-0,143	0,014	,222*	-0,143	0,032	-0,046	-0,046	,281**	
	Sig. (2-tailed)	0,155	0,892	0,026	0,155	0,754	0,649	0,826	0,043	0,495		0,297	0,737	0,044	0,099	0,713	0,165	0,562	0,495	0,000	0,155	0,892	0,026	0,155	0,754	0,649	0,754	0,649	0,005
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_11	Pearson Correlation	0,075	,285**	0,050	0,075	0,137	,267*	,262*	0,071	0,109	1	-0,011	0,180	-0,054	-0,010	-0,066	0,033	0,109	0,105	0,075	,285**	0,050	0,075	0,137	0,137	0,137	,267**	,368**	
	Sig. (2-tailed)	0,459	0,004	0,625	0,459	0,171	0,000	0,000	0,481	0,228		0,912	0,073	0,597	0,923	0,515	0,748	0,280	0,297	0,459	0,004	0,625	0,459	0,171	0,171	0,171	0,171	0,000	

N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X1)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
0,719	12

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X2)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
0,506	5

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	0,704	N of Items	25
------------------	-------	------------	----

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	#####
Most Extreme Differences	Absolute	0,072
	Positive	0,050
	Negative	-0,072
Test Statistic		0,072
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Hasil Uji Linearitas Variabel X1 dan Y

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Kualitas Produk	Between Groups	(Combined)	771,534	13	59,349	5,018	0,000
		Linearity	517,912	1	517,912	43,787	0,000
		Deviation from Linearity	253,623	12	21,135	1,787	0,063
	Within Groups		1017,216	86	11,828		
	Total		1788,750	99			

Hasil Uji Linearitas Variabel X2 dan Y

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Harga	Between Groups	(Combined)	487,685	6	81,281	5,810	0,000
		Linearity	365,505	1	365,505	26,126	0,000
		Deviation from Linearity	122,180	5	24,436	1,747	0,132
	Within Groups		1301,065	93	13,990		
	Total		1788,750	99			

Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	57,130	6,615		8,636	0,000		
Kualitas Produk	0,587	0,124	0,424	4,743	0,000	0,833	1,201
Harga	0,839	0,269	0,279	3,115	0,002	0,833	1,201

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Hasil Uji Regresi Linear Berganda**Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,285	0,265		8,636	0,000
Kualitas Produk (X1)	0,282	0,059	0,424	4,743	0,000
Harga (X2)	0,168	0,054	0,279	3,115	0,002

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil Uji Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R²)**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,595 ^a	0,354	0,341	0,13804

a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Produk (X1)

Hasil Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,014	2	0,507	26,594	,000 ^b
	Residual	1,848	97	0,019		
	Total	2,862	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Produk (X1)

Hasil Uji Pengaruh Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,285	0,265		8,636	0,000
Kualitas Produk (X1)	0,282	0,059	0,424	4,743	0,000
Harga (X2)	0,168	0,054	0,279	3,115	0,002

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)