

TUGAS AKHIR
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN HP OPPO A37
PADA MAHASISWA STIB KUMALA NUSA YOGYAKARTA



DISUSUN OLEH :

RANA LESTARI

18001449

PROGRAM DIPLOMA TIGA MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU BISNIS KUMALA NUSA
YOGYAKARTA

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan
Konsumen HP Oppo A37 Pada Mahasiswa STIB Kumala Nusa
Yogyakarta

Nama : Rana Lestari

NIM : 18001449

Program Studi : D3 Manajemen

Tugas akhir ini telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Tugas Akhir
Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis Kumala Nusa pada :

Hari :

Tanggal :

Mengetahui
Dosen Pembimbing

Endang Hariningsih, SE., MSc
NIK. 10600105

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN HP OPPO A37 PADA MAHASISWA STIB KUMALA NUSA YOGYAKARTA

Laporan Tugas Akhir ini telah diajukan pada Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis Yogyakarta untuk memenuhi persyaratan akhir pendidikan pada Program Studi Manajemen.

Disetujui dan disahkan pada :

Hari :

Tanggal :

Tim Penguji

Ketua

Anggota

Anung Pramudyo, S.E., M.M.

NIP. 19780204 200501 1 002

Siti Nurhayati., S.E, M.M

NIK 11600118

Mengetahui

Ketua STIB Kumala Nusa

Anung Pramudyo, S.E., M.M.

NIP. 19780204 200501 1 002

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rana Lestari

NIM : 18001449

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan
konsumen HP Oppo A37 Pada Mahasiswa STIB Kumala
Nusa Yogyakarta

Dengan ini saya menyatakan bahwa Tugas Akhir ini merupakan hasil karya sendiri dan belum pernah diterbitkan oleh pihak manapun kecuali tersebut dalam referensi dan bukan merupakan hasil karya orang lain sebagian maupun secara keseluruhan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya. Apabila dikemudian hari ada yang megklaim bahwa karya ini milik orang lain dan dibenarkan secara hukum, maka saya bersedia dituntut berdasarkan hukum.

Yogyakarta,

Rana Lestari

MOTTO

“Menuntut ilmu itu wajib atas setiap muslim”

(HR. Ibnu Majah)

“Wahai orang-orang yang beriman! Jika kamu menolong agama Allah, niscaya Allah akan menolong mu dan meneguhkan kedudukan mu”

(QS. Muhammad: 7)

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah: 6)

“Maka apabila engkau telah selesai dari sesuatu urusan, tetaplah bekerja keras untuk urusan yang lain”

(QS. Al-Insyirah: 7)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Sebagai rasa terima kasih dalam menyelesaikan tugas akhir (TA) ini penulis persembahkan kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan karunia Nya penulis mampu menyelesaikan tugas akhir.
2. Kedua orang tuaku yang tercinta yang selalu mendoakan, mendukung serta memberikan cinta dan kasih sayangnya kepada penulis.
3. Teman-teman penulis seangkatan 2018 terutama mahasiswa yang selalu membantu penulis disaat mengalami kesulitan.
4. Semua pihak yang ikut membantu dalam menyelesaikan penulisan tugas akhir.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberi rahmat dan hidayah sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir (TA). Dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen HP Oppo A37 di STIB Kumala Nusa Yogyakarta”.

Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Diploma Tiga Manajemen pada konsentrasi Manajemen Administrasi Obat dan Farmasi, Sekolah Tinggi Kumala Nusa Yogyakarta. Penulis menyadari di dalam proses penyusunan tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Anung Pramudyo, S.E., M.M. sebagai Direktur Akademi Manajemen STIB Kumala Nusa
2. Ibu Endang Hariningsih, S.E., M.Sc. yang selaku dosen pembimbing yang senantiasa mengarahkan dan membimbing penulis dengan penuh kesungguhan hati hingga hingga akhir hayat Tugas Akhir ini.
3. Segenap dosen dan karyawan STIB Kumala Nusa Yogyakarta.
4. Untuk kedua orang tua saya yang selalu mendukung dalam penyelesaian tugas akhir.
5. Seluruh teman-teman yang membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini, saya menyadari sepenuhnya bahwa tugas akhir ini jauh dari kata sempurna namun dengan segala kesederhanaan yang saya miliki saya tetap berharap tugas akhir ini bermanfaat bagi pembaca.

Penulis berharap segala kritik dan saran yang bersifat membangun agar penulis dapat memperbaiki apabila ada kesalahan. Akhir kata semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa STIB Kumala Nusa Yogyakarta khususnya, dan pembaca umumnya.

Yogyakarta.....

Yang membuat pernyataan

Rana Lestari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Landasan Teori	7
B. Penelitian Terdahulu	12
C. Model Penelitian	13
D. Pengembangan Hipotesis	13

BAB III	METODE PENELITIAN	16
	A. Jenis Penelitian	16
	B. Populasi dan Sampel	16
	C. Teknik Pengambilan Sampel	17
	D. Jenis Data	17
	E. Teknik Pengumpulan Data	18
	F. Definisi Operasional	18
	G. Uji Validitas dan Reliabilitas	19
	H. Analisa Data	20
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	23
	A. Hasil Penelitian	23
	B. Pembahasan	32
BAB V	PENUTUP	35
	A. Kesimpulan	35
	B. Saran	35
	DAFTAR PUSTAKA	36
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	18
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	23
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	24
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	24
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	25
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Kualitas Produk (X1).....	26
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Harga (X2)	26
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Kepuasan Pembelian (Y)	27
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	28
Tabel 4.9 Hasil Regresi Linier Berganda.....	29
Tabel 4.10 Hasil Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	30

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	13
-----------------------------------	----

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh parsial kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pembelian HP Oppo A37 di STIB Kumala Nusa Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna HP Oppo A37 oleh mahasiswa STIB Kumala Nusa dengan sampel sejumlah 110 orang konsumen yang berada di Yogyakarta dan metode yang digunakan dalam pengambilan sampel penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. Untuk metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi linier berganda. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *software* komputer SPSS versi 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen HPOppoA37 di STIB Kumala Nusa Yogyakarta. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian HP Oppo A37 di STIB Kumala Nusa Yogyakarta.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan teknologi dan informasi yang semakin berkembang menjadikan kebutuhan manusia ikut berkembang dan semakin kompleks. Perusahaan berlomba lomba menciptakan produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar (konsumen) yang semakin beragam. Teknologi merupakan suatu aspek dan identitas kemajuan suatu peradaban. Teknologi hampir ditemui di kalangan masyarakat masa kini dengan berbagai macam latar belakang yang berbeda. Gaya hidup masyarakat masa kini dirasa tidak pernah dapat lepas dari teknologi. Teknologi komunikasi adalah suatu bentuk bukti bagaimana kebutuhan masyarakat akan kepraktisan semakin menjamur.

Awal mulanya teknologi komunikasi ini dikenal dengan sebutan pager dan telepon genggam atau handphone. Fungsi yang didapat dari handphone hanyalah sekedar telepon dan mengirim pesan. Pasar bebas berdampak pada munculnya daya saing dan berbagai inovasi di pasar global, handphone mengalami pergeseran menjadi semakin canggih tidak hanya mempunyai aspek utama menelpon dan mengirim pesan saja. Handphone menjadi lebih kompleks dengan berbagai fitur yang ditawarkan di dalamnya serta harga yang lebih unik dan beragam, sehingga pembeli merasa puas. Dampak dari kemajuan teknologi dan informasi menyebabkan meningkatnya jumlah permintaan berbagai jenis alat komunikasi atau *smartphone*. Permintaan

smartphone menyebabkan banyak perusahaan-perusahaan menciptakan *smartphone-smartphone* baru yang lebih canggih. Salah satunya yaitu perusahaan teknologi Oppo, yang merupakan perusahaan pendatang baru tetapi sudah banyak dikenal oleh masyarakat. Pasar Pun menyambut kehadiran produk Oppo dengan antusias lantaran harganya yang cukup terjangkau dan kualitasnya bagus.

Menurut Kotler dan Amstrong (2008) kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan *durabilitas, reliabilitas*, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah keseluruhan barang dan jasa yang berkaitan dengan keinginan konsumen yang secara keunggulan produk sudah layak di perjualkan sesuai harapan dari konsumen.

Selain kualitas produk, harga juga menjadi salah satu pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Menurut Swastha dan Sukotjo (2000), Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Sedangkan menurut Tjiptono (2006), secara sederhana istilah harga dapat diartikan sebagai jumlah uang satuan moneter atau non moneter yang mengandung kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk atau jasa.

Kualitas produk dan harga yang ditawarkan oleh perusahaan Oppo merupakan dua hal yang diharapkan dapat memberikan kepuasan terhadap konsumennya. Menurut Kotler dan Armstrong (2001) berpendapat bahwa

kepuasan konsumen adalah sejauh mana tanggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Sedangkan menurut Kotler (2002), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Lailya (2017), Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen *smartphone* Oppo pada Mahasiswa UN PGRI Kediri. Yaitu pengaruh signifikan antara kualitas produk, harga, dan *brand image* terhadap kepuasan konsumen *smartphone* Oppo pada Mahasiswa UN PGRI Kediri. Penelitian yang dilakukan oleh Hermina dan Fauzi (2017), Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pengguna Smartphone Sony pada PT. Maju Jaya Cicaheum Bandung. Variabel harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Namun kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yazia (2014), Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pembelian *handphone* Blackberry pada Blackberry Center Veteran Padang. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan kualitas produk sebesar satuan atau unit, maka kepuasan pembelian juga akan meningkat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pembelian *handphone* Blackberry.

Sekarang karena adanya pandemi Covid-19 membuat handphone menjadi kebutuhan bagi mahasiswa dan *handphone* Oppo memiliki kualitas serta harga yang cukup terjangkau di keuangan mahasiswa, sehingga peneliti bermaksud melakukan penelitian terkait dengan Pengaruh kualitas dan harga terhadap pembelian HP Oppo A37 di Mahasiswa STIB Kumala Nusa Yogyakarta.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis bermaksud melakukan suatu pengukuran pada pengguna *smartphone* Oppo untuk mengkaji mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. Penelitian akan dilakukan dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan konsumen HP Oppo A37 Pada Mahasiswa STIB Kumala Nusa Yogyakarta”

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen HP Oppo A37 pada mahasiswa STIB Kumala Nusa Yogyakarta?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen HP Oppo A37 pada mahasiswa STIB Kumala Nusa Yogyakarta ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen HP Oppo A37 pada mahasiswa STIB Kumala Nusa Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen hp Oppo A37 pada mahasiswa STIB Kumala Nusa Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis
 - a. Dapat memahami dan menambah wawasan serta dapat mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh.
 - b. Membantu penulis dalam menyelesaikan pendidikan di bangku perkuliahan.
2. Bagi Kampus STIB Kumala Nusa Yogyakarta
 - a. Untuk menambah referensi atau acuan sebagai bahan penelitian selanjutnya.
 - b. Diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran di bidang manajemen.
3. Bagi Perusahaan
 - a. Dapat memberi masukan pada perusahaan mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen hp Oppo A37 pada mahasiswa STIB Kumala Nusa Yogyakarta.

- b. Diharapkan dapat memberikan gambaran, ide serta sumbangan pemikiran yang keterkaitannya dengan kepuasan konsumen.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Kualias Produk

a. Pengertian Kualitas Poduk

Kualitas produk menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006) merupakan drajat yang dicapai oleh karateristik yang berkaitan dalam memenuhi persyaratan. Menurut Kotler dan Amstrong (2008) kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Menurut Dessler (2003) kualitas adalah tampilan dan karakteristik sebuah produk atau pelayanan yang berhubungan dengan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang dicari.

Kotler (2009) kualitas (*quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

b. Dimensi Kualitas Produk dan Indikator Kualitas Produk

Kualitas produk memiliki dimensi yang dapat digunakan untuk menganalisis karateristik dari suatu produk. Menurut Garvin (2008) menemukan 8 dimensi kualitas produk yang terdiri dari :

1) *Performance* (Kinerja)

Hal ini berkaitan dengan aspek fungsional dari produk itu dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan ketika ingin membeli suatu produk.

2) *Feature* (Tampilan)

Merupakan aspek kedua dari performansi yang menambah fungsi dasar berkaitan dengan pilihan-pilihan dan pengembangannya.

3) *Reliability* (Kehandalan)

Berkaitan dengan tingkat probabilitas atau kemungkinan suatu produk melaksanakan fungsinya secara berhasil dalam periode tertentu.

4) *Conformance* (Konfirmasi)

Berkaitan dengan tingkat kesesuaian produk terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan.

5) *Durability* (Daya tahan)

Merupakan ukuran masa pakai suatu produk yang berkaitan dengan daya tahan produk itu.

6) *Service Ability* (Kemampuan pelayanan)

Merupakan karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan, keramahan atau kesopanan, kompetensi, kemudahan serta akurasi dalam perbaikan

7) *Aesthetics* (Estetika)

Merupakan karakteristik yang bersifat subyektif sehingga berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari referensi atau pilihan individual.

8) *Perceived quality* (Persepsi mutu)

Merupakan ketepatan kualitas yang dipersepsikan pada sebuah produk.

2. Harga

a. Pengertian Harga

Menurut Swastha dan Sukotjo (2000) Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Sedangkan menurut Tjiptono (2006), secara sederhana istilah harga dapat diartikan sebagai jumlah uang satuan moneter atau non moneter yang mengandung kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk atau jasa.

Menurut Kotler (1997), harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen (Amir, 2005)

b. Persepsi Harga

Menurut Shichiffman dan Kanuk (2007) persepsi merupakan suatu proses seseorang individu dalam menyeleksi, mengorganisasikan, dan menterjemahkan stimulus informasi yang datang menjadi suatu gambaran yang menyeluruh, persepsi harga ialah bagaimana cara konsumen melihat harga sebagai harga yang tinggi, rendah dan adil. Hal ini mempunyai pengaruh yang kuat baik kepada minat beli dan kepuasan dalam pembelian.

Persepsi harga adalah berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami seluruhnya oleh konsumen dan memberikan makna yang dalam bagi mereka.

c. Indikator Harga

Menurut Tjiptono (2008). Harga diukur dengan indikator sebagai berikut :

- 1) Kesesuaian harga dengan kualitas produk Konsumen cenderung mengasosiasikan harga dengan tingkat kualitas produk.
- 2) Kesesuaian harga dengan manfaat Harga merupakan pernyataan nilai dari suatu produk. Nilai adalah rasio atau perbandingan antara persepsi terhadap manfaat dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk.

3. Kepuasan konsumen

a. Pengertian Kepuasan konsumen

Menurut Kotler dan Armstrong (2001) berpendapat bahwa kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Sedangkan menurut Kotler (2002), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.

Menurut Cannon (2008), Kepuasan konsumen adalah tingkat dimana perusahaan dapat memenuhi harapan, hasrat, dan kebutuhan konsumen. Kepuasan konsumen menurut Supranto (2011) adalah perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Jadi, kinerja suatu barang sekurang-kurangnya sama dengan yang diharapkan. Kepuasan konsumen menurut Tjiptono (2015) adalah rasa nyaman konsumen ketika mendapatkan hasil produk yang dipilih berkualitas lebih baik daripada hasil produk yang tidak dipilih dengan kualitas buruk atau lebih buruk.

b. Indikator Kepuasan konsumen

Menurut Kotler (2003) ciri-ciri konsumen yang merasa puas adalah sebagai berikut:

- 1) Menjadi lebih setia atau menjadi pelanggan yang loyal
- 2) Membeli lebih banyak jika perusahaan memperkenalkan produk atau jasabaru dan menyempurnakan produk yang ada

- 3) Memberi komentar yang menguntungkan tentang produk perusahaan
- 4) Memberikan gagasan-gagasan atau ide kepada perusahaan
- 5) Membutuhkan biaya pelayanan yang lebih kecil daripada biaya pelanggan baru, karena transaksi menjadi rutin

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan salah satu acuan bagi peneliti dalam melakukan penelitian yang dapat penulis gunakan untuk menambah teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Berikut adalah beberapa hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini :

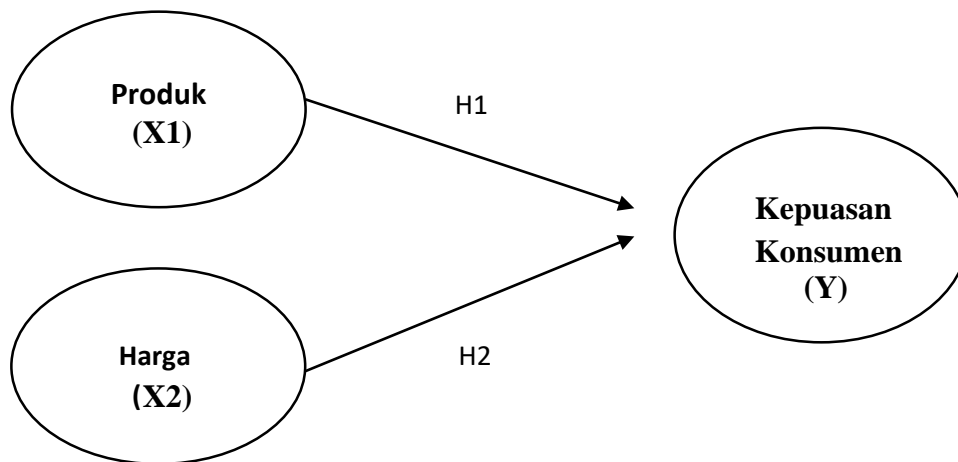
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Hasil Penelitian
1	Lailya (2017).	Pengaruh signifikan antara kualitas produk, dan harga, terhadap kepuasan konsumen.
2	Hermina dan Fauzi (2017).	Pengaruh variabel harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.
3	Yazia (2014).	Pengaruh kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

C. Model Penelitian

Terdapat dua variabel dalam penelitian ini yaitu variabel independen Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Keputusan Pembelian (Y). Model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat dibawah ini.

Model penelitian dapat dilihat pada Gambar 2.1 :



Gambar 2.1 Model Penelitian

D. Pengembangan Hipotesis

Dalam penelitian ini dibutuhkan pengembangan hipotesis yang akan diteliti, guna menjadi penelitian yang jelas dan terarah. Oleh karena itu penulis dapat menyimpulkan bahwa hipotesis sebagai berikut :

1. Pengaruh Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Lupiyoadi & Hamdani Kualitas Produk merupakan derajat yang dicapai oleh karakteristik yang berkaitan dalam memenuhi persyaratan. Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan konsumen. Keinginan konsumen diantaranya daya tahan produk, keandalan produk, kemudahan pemakaian, serta

perlengkapan bernilai lainnya yang bebas dari kekurangan dan kerusakan. Berdasarkan dari hasil penelitian sebelumnya yaitu hasil penelitian Pada beberapa penelitian sebelumnya yang dilakukan Yazia (2014), Lailya (2017), Hemina & Fauzan (2017) menunjukkan adanya kesamaan yaitu pada adanya pengaruh yang signifikan pada kualitas produk. Dimana kualitas produk merupakan salah satu evaluasi seorang konsumen dalam melihat apakah produk yang mereka gunakan apakah sudah sesuai atau tidak sesuai dengan harapannya. Kesesuaian atau ketidaksesuaian kualitas produk yang diharapkan dengan yang dirasakan terhadap suatu produk. Jika kualitas produk sesuai dengan yang diharapkan konsumen maka konsumen akan merasa puas. Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis merumuskan hipotesis pada penelitian ini :

H1 : Diduga kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen HP Oppo A37 dikalangan mahasiswa.

2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Swasta & Sukotjo harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanan. Besar kecilnya harga yang ditawarkan menjadi pemicu pentingnya meningkatkan kinerja pemasaran dalam menetapkan harga yang akan selalu berkompetisi dalam pasar. Pada beberapa penelitian sebelumnya yang dilakukan Yazia (2014), Lailya (2017), Hemina & Fauzan (2017) menunjukkan adanya kesamaan yaitu pada adanya pengaruh yang signifikan pada harga. Pada umumnya konsumen yang

menginginkan suatu produk tidak melewatkan untuk melihat harga produk terlebih dahulu. Harga menjadi salah satu pertimbangan yang penting bagi konsumen yang masing-masing dari mereka pasti memiliki daya beli yang berbeda. Dimana perusahaan pasti akan berhati-hati dalam memutuskan berapa harga produk mereka, demi memuaskan kebutuhan konsumennya. Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis merumuskan hipotesis pada penelitian ini :

H2 : Diduga kualitas produk berpengaruh secara signifikan kepuasan konsumen HP Oppo A37 dikalangan mahasiswa.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Kuantitatif. Pada penelitian ini peneliti mencoba menemukan ada atau tidaknya pengaruh antara variabel bebas yaitu kualitas produk (X1) dan harga (X2) dengan variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen (Y).

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan seluruh data yang menjadi perhatian peneliti dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang sudah ditentukan (Kasmadi dan Sunariah,2013). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa STIB Kumala Nusa Yogyakarta angkatan 2018-2021.

2. Sampel

Arikunto (2002) mengemukakan bahwa sampel adalah bagian dari populasi yang dijadikan responden penelitian. metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini.

Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak minimal 100 responden. Roscoe dalam Sugiyono (2012) menyarankan tentang ukuran sampel untuk penelitian ini adalah antara 30 sampai 500 responden.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling* adalah teknik sampling yang cukup sering digunakan. Metode ini menggunakan kriteria yang telah dipilih oleh peneliti dalam memilih sampel. Peneliti memilih responden yang dianggap memiliki kriteria yang sesuai dengan penelitian ini yaitu responden yang pernah membeli atau menggunakan HP Oppo A37.

D. Jenis Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya. Data primer secara khusus dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data primer biasanya diperoleh dari survei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data (Sugiyono, 2010). Data primer didapatkan melalui narasumber atau dalam istilah teknisnya responden, yaitu orang yang kita jadikan obyek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi atau data. Data primer untuk penelitian ini adalah data yang diperoleh dari jawaban responden, yaitu pembeli HP Oppo A37.

2. Data Sekunder

Data sekunder menurut Sugiyono (2010) merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder diperoleh dengan

membaca jurnal yang terikat dengan penelitian melalui internet, serta data lainnya. Dalam penelitian ini data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber buku, laporan, jurnal dan internet.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan metode survei, yang memperoleh untuk mengumpulkan data dan informasi tentang jumlah populasi yang besar. Metode survei ini menggunakan media berupa kuesioner dalam pengumpulan data yang dilakukan dengan membagikan pertanyaan kepada responden secara langsung mengenai pengaruh kualitas harga dan kepuasan pembelian HP Oppo A37.

F. Definisi Operasional

1. Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini terdapat Definisi Operasional Variabel dengan pengukuran variabel menggunakan skala likert, dimana pada masing-masing jawaban diberikan skor. Berikut merupakan Definisi Operasional Variabel :

Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

NO	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Kualitas Produk (X1).	Menurut Kotler dan Amstrong (2008) kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu	a. <i>Performance</i> (Performansi) b. <i>Feature</i> (Keistimewaan tambahan) c. <i>Reliability</i> (Kehandalan)

NO	Variabel	Definisi	Indikator
		termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya	d. <i>Conformance</i> (Konfirmasi) e. <i>Durability</i> (Daya tahan) f. <i>Service Ability</i> (Kemampuan pelayanan) g. <i>Aesthetics</i> (Estetika) <i>Perceivedquality</i> (Persepsi mutu)
2.	Harga (X2).	Menurut Swastha dan Sukotjo (2000) Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.	a. Kesesuaian harga dengan produk b. Kesesuaian harga dengan manfaat c. Harga bersaing.
3.	Kepuasan Konsumen (Y).	Menurut Kotler dan Armstrong (2001) berpendapat bahwa kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli.	a. Memberikan ide kepada perusahaan b. Membeli lebih banyak c. Memberi komentar yang menguntungkan

G. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas menurut Sugiyono (2016) menunjukkan derajat ketepatan- 69 antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,05 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,05 maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2012). Uji reliabilitas kuesioner dalam penelitian digunakan metode split half item tersebut dibagi menjadi dua kelompok yaitu kelompok item ganjil dan kelompok item genap. Kemudian masing-masing kelompok skor tiap itemnya dijumlahkan sehingga menghasilkan skor total. Apabila korelasi $0,6$ maka dikatakan item tersebut memberikan tingkat reliabel yang sangat kuat, sebaliknya apabila nilai korelasi dibawah $0,6$ maka dikatakan item tersebut kurang reliabel.

H. Analisa Data

1. Uji Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini akan di uji menggunakan Regresi Linier Berganda (*Multiple Linier Regression*) untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan regresi linier berganda yang sehubungan dengan variabel yang di teliti.

2. Koefisien Korelasi (R)

Koefisien Korelasi (R) adalah pengukuran statistik antara dua variabel. Koefisien korelasi menunjukkan kekuatan (*strength*) hubungan linear dan arah hubungan dua variabel acak. Jika koefisien korelasi positif, maka kedua variabel mempunyai hubungan searah. Artinya jika

nilai variabel X tinggi, maka nilai variabel Y akan tinggi pula. Sebaliknya, jika koefisien korelasi negatif, maka kedua variabel mempunyai hubungan terbalik. Artinya jika nilai variabel X tinggi, maka nilai variabel Y akan menjadi rendah (dan sebaliknya). (Sarwono, 2006).

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh tingkat hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen atau sejauh mana kontribusi variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

Pengujian ini digunakan dengan melihat (R^2) pada hasil analisis persamaan regresi yang diperoleh. Apabila angka koefisien determinasi (R^2) semakin mendekati 1 berarti model regresi yang digunakan sudah semakin tepat sebagai model penduga terhadap variabel dependen.

4. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis dalam menggunakan uji t dilakukan untuk menguji variabel-variabel bebas terhadap variabel tergantung secara parsial atau bagian. Kriteria pengujian untuk membandingkan antara t hitung dan t tabel maka dipergunakan sebagai berikut :

- a. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ atau $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a di tolak, berarti secara parsial variabel kualitas produk dan variabel harga tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian HP Oppo A37 dikalangan Mahasiswa.

- b. Apabila nilai signifikansi $<0,05$ atau t hitung $> t$ tabel maka H_0 ditolak dan H_a di terima, berarti secara parsial variabel kualitas produk dan variabel harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian HP Oppo A37 dikalangan Mahasiswa.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa STIB Kumala Nusa Yogyakarta yang diambil dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 110 responden. Pengolahan data penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 26. Adapun karakteristik responden dikelompokkan menjadi 2 kelompok, yaitu sebagai berikut :

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden yang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan pada Tabel 4.1 :

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1.	Laki-laki	34	32,3%
2.	Perempuan	76	67,7%
Total		110	100%

Sumber : Lampiran 4 (data yang diolah, 2021)

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Karakteristik responden berdasarkan umur dikelompokkan menjadi 4 yaitu 20-21 tahun, 22-23 tahun, 24-25 tahun, >25 tahun pada Tabel 4.2 :

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No.	Umur	Frekuensi	Persentase
1.	20-21 tahun	52	47,28%
2.	22-23 tahun	42	38,18%
3.	24-25 tahun	8	7,27%
4.	>25 tahun	8	7,27%
Total		110	100%

Sumber : Lampiran 4 (data yang diolah, 2021)

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dikelompokkan menjadi 3 yaitu mahasiswa/i, karyawan swasta, wiraswasta pada

Tabel 4.3:

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No.	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1.	Mahasiwa/i	105	95,4%
2.	Karyawan Swasta	3	2,7%
3.	Wiraswasta	2	1,9%
Total		110	100%

Sumber : Lampiran 4 (data yang diolah, 2021)

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Karakteristik responden berdasarkan penghasilan dikelompokkan menjadi 4 yaitu jumlah penghasilan <Rp 1.000.000., Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000., Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000., >Rp 3.000.000. pada Tabel 4.4 :

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

No.	Penghasilan	Frekuensi	Persentase
1.	<Rp 1.000.000.,	81	73,63%
2.	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000.,	19	17,27%
3.	Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000.,	7	6,36%
4.	>Rp 3.000.000.	3	2,74%
Total		110	100 %

Sumber : Lampiran 4 (data yang diolah, 2021)

2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Hasil Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji valid atau tidaknya suatu item pernyataan (instrumen) dari variabel kualitas produk (X1), Harga (X2), dan Kepuasan Pembelian (Y). berikut ini hasil uji validitas variabel :

1) Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Jumlah pernyataan dalam kuesioner penelitian kualitas produk terdiri dari 5 item pernyataan. Hasil uji validitas untuk semua item pernyataan dapat dilihat pada Tabel 4.5:

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Kualitas Produk (X1)

Item Pernyataan	Signifikansi	Keterangan
KP1	0,000	Valid
KP2	0,000	Valid
KP3	0,000	Valid
KP4	0,000	Valid
KP5	0,000	Valid

Sumber : Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas (lampiran)

Berdasarkan Tabel 4.5 diatas maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan kualitas produk dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian karena berdasarkan uji menggunakan *software* komputer SPSS versi 26 menghasilkan nilai signifikansi 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05/5%.

2) Hasil Uji Validitas Variabel Harga

Jumlah pernyataan dalam kuesioner penelitian harga terdiri dari 5 item pernyataan. Hasil uji validitas untuk semua item pernyataan dapat dilihat pada Tabel 4.6 :

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Harga (X2)

Item Pernyataan	Signifikansi	Keterangan
H1	0,000	Valid
H2	0,000	Valid
H3	0,000	Valid
H4	0,000	Valid
H5	0,000	Valid

Sumber : Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas (lampiran)

Berdasarkan Tabel 4.6 diatas maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan harga dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian karena berdasarkan uji menggunakan *software* komputer SPSS versi 26 menghasilkan nilai signifikansi 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05/5%.

3) Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pembelian (Y)

Jumlah pernyataan dalam kuesioner penelitian niat beli terdiri dari 5 item pernyataan. Hasil uji validitas untuk semua item pertanyaan dapat dilihat pada Tabel 4.7 :

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Kepuasan Pembelian (Y)

Item Pernyataan	Signifikansi	Keterangan
KP1	0,000	Valid
KP2	0,000	Valid
KP3	0,000	Valid
KP4	0,000	Valid
KP5	0,000	Valid

Sumber : Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas (lampiran)

Berdasarkan Tabel 4.7 diatas maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan kepuasan pembelian dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian karena berdasarkan uji menggunakan *software* komputer SPSS versi 26 menghasilkan nilai signifikansi 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05/5%.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kestabilan dan konsistensi suatu instrumen penelitian atau untuk mengetahui besarnya kepercayaan instrumen dari variabel kualitas produk (X1), harga (X2), dan kepuasan pembelian (Y). Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan bantuan program *SPSS V* di peroleh hasil bahwa alat ukur yang digunakan reliabel jika mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 atau 6%. Hasil uji reliabilitas pada Tabel 4.8 :

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpa(a)</i>	Kesimpulan	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,810	>0,6	Reliabel
Harga (X2)	0,817	>0,6	Reliabel
Kepuasan Pembelian (Y)	0,864	>0,6	Reliabel

Sumber : Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas (lampiran)

Berdasarkan Tabel 4.8 diatas dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang terkait dalam penelitian ini dinyatakan reliabel, karena nilai *Croncobach Alpa (a)* menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,6/6%.

3. Hasil Analisis Data

a. Regresi Linear Berganda

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antar variabel independen (kualitas produk dan harga) dengan variabel dependen (keuasan pembelian) apakah positif atau negatif.

Perhitungan analisis regresi linier berganda ini dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS versi 26 dan diperoleh hasil seperti pada Tabel 4.9 :

Tabel 4.9 Hasil Regresi Linier Berganda

Variabel	<i>Standart Coefficients (Beta)</i>	t	Sig
Kualitas Produk (X1)	0,466	6,103	0,000
Harga (X2)	0,458	5,993	0,000

Sumber : Analisis Hasil Data (lampiran)

Berdasarkan Tabel 4.9 diatas diketahui persamaan regresinya adalah $Y = 0,466X1 + 0,458X2$ sehingga dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Diketahui bahwa nilai koefisien regresi variabel kualitas produk bernilai positif. Sehingga dapat disimpulkan semakin tinggi kualitas produk yang diberikan HP Oppo A37 maka semakin tinggi pula kepuasan pembelian HP Oppo A37.
- 2) Diketahui bahwa nilai koefisien regresi variabel harga bernilai positif. Sehingga dapat disimpulkan semakin sesuainya standar harga dengan terjangkaunya harga yang dirasakan konsumen HP

Oppo A37 maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen HP Oppo A37.

b. Koefisien Korelasi (R)

Analisis ini merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menguji kuat tidaknya hubungan positif 110 serta arah hubungan dari dua variabel atau lebih yang sifatnya kuantitatif.

Hasil uji R dalam Tabel ini dapat dilihat pada Tabel 4.10 dibawah ini. Berdasarkan pengujian regresi pada Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi (R) adalah sebesar 0,875 yang menunjukkan adanya hubungan yang kuat dan positif. Berikut ini hasil hasil uji R dalam Tabel 4.10 :

Tabel 4.10 Hasil Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

R	<i>Adjusted R Square</i>
0,875	0,761

Sumber : Analisis Hasil Data (Lampiran)

c. Koefisiensi Determinasi (R^2)

Pengujian ini merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menunjukkan persentase pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel (Y). hasil pengujian ini menjelaskan besarnya kontribusi yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi *Adjusted R Square* dapat dilihat pada Tabel 4.9.

Berdasarkan pengujian regresi pada Tabel 4.10 sebelumnya dapat diketahui nilai koefisien determinasi *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,761 atau 76,1 %. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 76,1% kepuasan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga dan sedangkan sisanya 23,9 % dipengaruhi oleh variabel lain seperti citra merek dan loyalitas.

d. Uji Hipotesis

Hasil uji t digunakan untuk menunjukkan adanya pengaruh dari variabel kualitas produk dan harga secara parsial atau masing-masing terhadap niat beli. Perhitungan uji t (secara parsial) dapat dilihat pada Tabel 4.10. Hasil uji t untuk menunjukkan adanya pengaruh dari variabel independen (kualitas produk dan harga) terhadap variabel dependen (kepuasan pembelian) :

1) Pengujian Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Kepuasan pembelian.

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan regresi linier berganda yang disajikan pada Tabel 4.8 sebelumnya diketahui nilai signifikan variabel kualitas produk (X1) kurang dari 0,05/5% yaitu sebesar 0,000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama menyatakan semakin tinggi kualitas produk, maka semakin tinggi pula Kepuasan pembelian HP Oppo A37 pada mahasiswa STIB Kumala Nusa Yogyakarta H1 diterima.

2) Hasil Pengujian Pengaruh Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pembelian.

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan regresi linier berganda yang disajikan pada Tabel 4.10 sebelumnya diketahui nilai signifikan variabel harga (X2) kurang dari 0,05/5% yaitu sebesar 0,000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua menyatakan semakin tinggi kesesuaian harga, maka semakin tinggi pula Kepuasan konsumen HP Oppo A37 pada mahasiswa STIB Kumala Nusa Yogyakarta H2 diterima.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil uji validitas, baik pernyataan untuk variabel independen berupa kualitas produk (X1) dan harga (X2) memiliki nilai positif terhadap nilai variabel dependen yaitu kepuasan pembelian (Y), semua item pernyataan dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk instrumen atau alat ukur penelitian karena nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar $<0,05/5\%$. Dalam uji reliabilitas, menunjukkan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *Cornbach Alpha (a)* lebih dari 0,6 dengan demikian semua item dinyatakan reliabel.

Diketahui hasil uji regresi linier berganda diketahui bahwa semua koefisien regresi variabel independen yaitu kualitas produk (X1) dan harga (X2) memiliki nilai positif terhadap variabel dependen yaitu kepuasan

pembelian (Y). Maka, artinya apabila kualitas produk dan kesesuaian harga semakin tinggi, maka kepuasan pembelian akan meningkat pada HP Oppo A37.

Hasil uji korelasi menunjukkan nilai koefisien (R) adalah sebesar 0,875 nilai tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) dan harga (X2) memiliki hubungan yang sangat kuat dan pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen (Y). Semakin tinggi kualitas produk dan kesesuaian harga, maka kepuasan pembelian konsumen akan meningkat pada HP Oppo A37.

Berdasarkan hasil uji determinasi (*Adjusted R Square*) adalah sebesar 0,761 atau 76,1 %. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 76,1% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga dan sedangkan sisanya 23,9 % dipengaruhi oleh variabel lain seperti promosi produk.

Berdasarkan hasil uji t (parsial) diketahui nilai signifikan variabel kualitas produk (X1) kurang dari 0,05/5% yaitu sebesar 0,000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama yang diduga semakin tinggi kualitas produk, maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen HP Oppo A37 pada STIB Kumala Nusa Yogyakarta atau H1 diterima. Hal tersebut membuktikan bahwa adanya kesamaan hasil penelitian dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Lailya 2017), (Hermina dan Fauzi 2017), dan (Yazia 2014) yang menunjukkan adanya kesamaan yaitu pada adanya pengaruh yang signifikan pada kualitas produk. Dimana kualitas

produk merupakan salah satu evaluasi konsumen dalam melihat apakah produk yang mereka gunakan apakah sudah sesuai dengan harapannya.

Dalam hasil uji t (parsial) diketahui diketahui nilai signifikan variabel harga (X2) kurang dari 0,05/5% yaitu sebesar 0,000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua menyatakan bahwa semakin tinggi kesesuaian harga, maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen HP Oppo A37 pada STIB Kumala Nusa Yogyakarta atau H2 diterima. Hal tersebut membuktikan bahwa adanya kesamaan hasil penelitian dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan (Lailya 2017), (Hermina dan Fauzi 2017), dan (Yazia 2014) menunjukkan adanya kesamaan yaitu pada adanya pengaruh yang signifikan pada harga. Pada umumnya konsumen yang menginginkan suatu produk selalu melihat harga terlebih dahulu sebagai pertimbangan dalam memutuskan pembelian suatu produk.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen HP Oppo A37 pada mahasiswa STIB Kumala Nusa Yogyakarta, maka peneliti menarik beberapa kesimpulan :

1. Berdasarkan hasil uji t (persial) yang menghasilkan variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian HP Oppo A37 di STIB Kumala Nusa Yogyakarta.
2. Berdasarkan hasil uji t (persial) yang menghasilkan variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian HP Oppo A37 di STIB Kumala Nusa Yogyakarta.

B. Saran

Berikut merupakan saran yang dapat peneliti berikan untuk Perusahaan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan :

1. Dari Segi Harga, perusahaan dapat menawarkan produknya dengan harga yang lebih terjangkau oleh semua kalangan masyarakat. Karena menawarkan produk dengan harga terjangkau dan kualitas yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Dari segi Kualitas produk, perusahaan dapat menawarkan produk dengan kualitas yang jauh lebih canggih dibanding dengan produk lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Prabowo, G. P., & Farida, I. 2014, Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Blacberry di Semarang. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi*, 1–11.
- Harmawan Riyadi Agung, I. F. 2012, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Sentral Swalayan di Kabupaten Kendal. *Universitas Dian Nuswantoro*. 109–112.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016, *Marketing Management* (Edisi 14th), England : Pearson Education.
- Kotler, Philip., 2008, *Manajemen Pemasaran*. (Edisi 13). Jakarta : Erlangga.
- Margaretta, F., 2017, Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi. *Universitas Pelita Bangsa*. 1-120.
- Prawira, B., & Yasa, N. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(12).
- Sari, V. A. 2017, Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Teh Botol Sosro. *Universitas di Ponegoro Semarang*. 120-12.
- Triwahyuni, N. 2017, Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Un Pgri Kendiri. *Universitas Nusantara*. 1, 2–15.
- Utami, R. P. 2016, Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli. Sayuran Organik di Pasar Sambas Medan. *Universitas Medan*. 2–6.
- Yazia, V. 2014, Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry. *Journal of Economic and Economic Education*, 2(2), 165–173.

LAMPIRAN 1

Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN
TUGAS AKHIR
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PEMBELIAN HP OPPO A37
PADA MAHASISWA STIB KUMALA NUSA YOGYAKARTA



DISUSUN OLEH :

RANA LESTARI

18001449

PROGRAM DIPLOMA TIGA MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU BISNIS KUMALA NUSA
YOGYAKARTA

2021

KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PEMBELIAN

Kepada :

Yth, Bapak/Ibu/Saudara/Saudari di tempat

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rana Lestari

Nim : 18001449

Asal : Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis Kumala Nusa

Perogram Studi : D3 Manajemen

Dengan Hormat,

Saat ini saya sedang melaksanakan penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pembelian Hp Oppo A37 Pada Mahasiswa AMA YPK Yogyakarta”. Saya sangat berharap kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari sekalian untuk berkenan memberikan jawaban dalam kuesioner ini dengan penuh kejujuran dan keterbukaan sesuai mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pembelian Hp Oppo A37 yang dirasakan. Bapak/Ibu/Saudara/Saudari sekalian tidak perlu khawatir dengan jawaban yang diberikan karena identitas Bapak/Ibu/Saudara/Saudari sepenuhnya kami rahasiakan.

Mohon dipastikan bahwa semua pertanyaan sudah diisi dengan lengkap sehingga kuesioner ini bisa digunakan dan diolah lebih lanjut. Hasil penelitian yang akan dipublikasikan merupakan hasil pengolahan data secara agregat, bukan data individual.

Atas kerja sama dan waktu Bapak/Ibu/Saudara/Saudari berikan, saya ucapkan terima kasih.

Salam Hormat,

Rana Lestari
18001449

Apakah anda pernah membeli HP OPPO A37?

- a. Ya
- b. Belum. Jika belum pernah, maka Anda tidak bisa melanjutkan mengisi kuesioner ini.

I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Jenis Kelamin
 - a. Laki – laki
 - b. Perempuan
2. Umur
3. Pekerjaan
 - a. Mahasiswa/i
 - b. Karyawan Swasta
 - c. Wiraswasta
 - d. DLL.....
4. Pendapatan/Uang saku
 - a. <Rp 1.000.000
 - b. Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
 - c. Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000
 - d. >Rp 3.000.000

II. PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda Chek list (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat saudara. Kriteria penelitian :

STS : Sangat Tidak Setuju = 1

TS : Tidak Setuju = 2

N : Netral = 3

S : Setuju = 4

SS : Sangat Setuju = 5

1. Kualitas produk (X1)

No	Pernyataan	STS	ST	N	S	SS
KP1.	Handphone OPPO A37 memiliki desain yang menarik.					
KP2.	Kualitas kamera yang dimiliki oleh Handphone OPPO A37 sangat baik.					
KP3.	Handphone OPPO A37 memiliki ketahanan yang baik sehingga tidak mudah rusak.					
KP4.	Android merk OPPO A37 memiliki fitur-fitur yang canggih dan inovatif.					
KP5.	Handphone OPPOA37 sangat mudah di gunakan (dioperasikan).					

2. Harga (X2)

No	Pernyataan	STS	ST	N	S	SS
H1.	Harga handphone OPPO A37 sesuai dengan manfaat yang saya rasakan.					
H2.	Harga handphone OPPO A37 terjangkau dengan uang bulanan mahasiswa.					
H3.	Harga handphone OPPO A37 dapat bersaing dengan merk handphone lain.					
H4.	Harga handphone OPPO A37 sesuai dengan kualitas yang diberikan.					
H5.	Harga lebih ekonomis dibandingkan dengan merk handphone OPPO A37 lainnya.					

3. Kepuasan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	STS	ST	N	S	SS
KP1.	Saya merasa puas menggunakan handphone OPPO A37.					
KP2.	Saya merasa puas dengan harga pembelian handphone OPPO A37.					
KP3.	Saya merasa lebih bergensi dengan menggunakan handphone OPPO A37.					
KP4.	Saya merasa puas dengan fitur- fitur yang terdapat di handphone OPPO A37.					
KP5.	Saya merasa puas dengan kualitas kamera handphone OPPO A37.					

LAMPIRAN 2

**Tabulasi Data Karakteristik
Responden**

Karakteristik Responden				
No	Jenis kelamin	Umur	Pekerjaan	Pendapatan
1	Laki-laki	21	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
2	Perempuan	22	Mahasiswa/i	Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000
3	Perempuan	22	Mahasiswa/i	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
4	Perempuan	20	Mahasiswa/i	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
5	Perempuan	21	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
6	Laki-laki	21	Mahasiswa/i	Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000
7	Laki-laki	24	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
8	Perempuan	21	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
9	Perempuan	20	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
10	Laki-laki	21	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
11	Laki-laki	21	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
12	Laki-laki	25	Mahasiswa/i	Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000
13	Perempuan	44	Karyawan Swasta	>Rp 3.000.000
14	Perempuan	21	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
15	Perempuan	23	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
16	Perempuan	20	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
17	Perempuan	22	Mahasiswa/i	Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000
18	Laki-laki	22	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
19	Perempuan	21	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
20	Perempuan	21	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
21	Laki-laki	23	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
22	Laki-laki	21	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
23	Perempuan	23	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
24	Perempuan	22	Mahasiswa/i	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
25	Laki-laki	21	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
26	Laki-laki	21	Mahasiswa/i	
27	Perempuan	22	Mahasiswa/i	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
28	Laki-laki	21	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
29	Laki-laki	24	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
30	Perempuan	21	Mahasiswa/i	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
31	Perempuan	21	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
32	Perempuan	21	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
33	Perempuan	25	Wiraswasta	Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000
34	Perempuan	21	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
35	Perempuan	22	Mahasiswa/i	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
36	Perempuan	20	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000

Karakteristik Responden				
no	Jenis kelamin	Umur	Pekerjaan	Pendapatan
37	Laki-laki	25	Mahasiswa/i	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
38	Perempuan	21	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
39	Laki-laki	23	Mahasiswa/i	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
40	Perempuan	21	Mahasiswa/i	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
41	Perempuan	2	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
42	Perempuan	22	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
43	Perempuan	21	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
44	Laki-laki	25	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
45	Perempuan	21	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
46	Perempuan	21	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
47	Perempuan	22	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
48	Perempuan	21	Mahasiswa/i	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
49	Perempuan	22	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
50	Laki-laki	21	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
51	Laki-laki	22	Mahasiswa/i	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
52	Perempuan	20	Mahasiswa/i	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
53	Perempuan	21	Mahasiswa/i	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
54	Laki-laki	25	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
55	Laki-laki	23	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
56	Perempuan	21	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
57	Perempuan	19	Mahasiswa/i	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
58	Laki-laki	20	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
59	Perempuan	23	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
60	Perempuan	23	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
61	Laki-laki	20	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
62	Laki-laki	21	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
63	Perempuan	22	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
64	Perempuan	19	Mahasiswa/i	>Rp 3.000.000
65	Perempuan	19	Mahasiswa/i	>Rp 3.000.000
66	Perempuan	20	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
67	Perempuan	20	Wiraswasta	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
68	Perempuan	21	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
69	Perempuan	22	Mahasiswa/i	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
70	Laki-laki	22	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
71	Perempuan	23	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
72	Perempuan	21	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000

Karakteristik Responden				
no	Jenis kelamin	Umur	Pekerjaan	Pendapatan
73	Perempuan	22	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
74	Perempuan	21	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
75	Perempuan	20	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
76	Perempuan	22	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
77	Perempuan	20	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
78	Perempuan	22	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
79	Laki-laki	22	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
80	Laki-laki	23	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
81	Laki-laki	23	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
82	Laki-laki	24	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
83	Perempuan	20	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
84	Perempuan	23	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
85	Perempuan	21	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
86	Perempuan	21	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
87	Perempuan	20	Mahasiswa/i	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
88	Perempuan	19	Karyawan Swasta	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
89	Laki-laki	20	Mahasiswa/i	Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000
90	Perempuan	21	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
91	Perempuan	21	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
92	Perempuan	21	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
93	Perempuan	22	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
94	Laki-laki	22	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
95	Perempuan	23	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
96	Perempuan	23	Karyawan Swasta	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
97	Laki-laki	21	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
98	Perempuan	21	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
99	Perempuan	22	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
100	Laki-laki	22	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
101	Laki-laki	21	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
102	Perempuan	23	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
103	Perempuan	20	Mahasiswa/i	Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000
104	Perempuan	22	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
105	Perempuan	22	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
106	Perempuan	22	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
107	Laki-laki	22	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
108	Laki-laki	22	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000

109	Perempuan	22	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000
110	Laki-laki	22	Mahasiswa/i	<Rp 1.000.000

LAMPIRAN 3
Tabulasi Data Karakteristik
Jawaban Reaponden

Tingkat Persetujuan Responden						
No	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	Total
1	5	5	5	5	5	25
2	3	3	2	2	1	11
3	3	3	3	3	3	15
4	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	5	25
6	5	5	5	5	5	25
7	4	4	4	4	4	20
8	5	5	5	5	5	25
9	4	3	3	4	4	18
10	3	4	3	3	3	16
11	5	5	5	5	5	25
12	5	5	5	5	5	25
13	4	4	4	3	4	19
14	4	4	4	4	4	20
15	4	4	3	4	4	19
16	3	3	3	4	3	16
17	3	3	3	4	3	16
18	3	3	3	2	3	14
19	3	3	3	3	3	15
20	5	5	5	5	5	25
21	3	1	1	1	5	11
22	3	3	3	3	5	17
23	4	5	5	5	3	22
24	4	4	4	5	4	21
25	5	5	5	4	4	23
26	4	3	3	3	5	18
27	3	3	3	5	3	17
28	5	5	5	4	3	22
29	4	3	3	4	5	19
30	4	4	3	4	4	19
31	4	4	4	2	4	18
32	2	3	1	3	4	13
33	3	3	4	4	5	19
34	5	5	5	3	5	23
35	4	3	3	3	4	17

Tingkat Persetujuan Responden						
No	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	Total
36	3	4	4	4	3	18
37	4	5	4	3	4	20
38	3	3	3	3	4	16
39	3	4	2	5	3	17
40	5	4	5	5	4	23
41	5	5	5	4	5	24
42	4	4	4	5	5	22
43	5	5	5	3	5	23
44	4	4	4	5	5	22
45	5	5	5	5	3	23
46	5	5	5	4	4	23
47	5	5	5	5	5	25
48	5	4	5	4	5	23
49	5	4	5	4	5	23
50	3	5	3	3	5	19
51	5	5	5	5	4	24
52	4	5	3	5	5	22
53	4	3	3	2	4	16
54	2	3	4	3	2	14
55	3	1	2	3	4	13
56	2	1	4	4	1	12
57	1	5	5	4	2	17
58	4	4	3	1	4	16
59	4	4	5	5	5	23
60	1	1	1	3	1	7
61	5	4	5	4	5	23
62	4	3	3	2	2	14
63	4	4	4	5	4	21
64	4	5	5	5	2	21
65	4	4	5	3	3	19
66	5	5	5	4	4	23
67	4	3	3	3	3	16
68	4	3	5	4	5	21
69	4	4	3	5	4	20
70	4	4	4	5	4	21

Tingkat Persetujuan Responden						
No	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	Total
71	4	5	4	4	4	21
72	5	5	4	5	4	23
73	5	5	4	4	2	20
74	5	5	5	4	5	24
75	4	4	4	3	3	18
76	4	4	4	4	4	20
77	3	3	3	4	3	16
78	4	4	4	5	5	22
79	5	4	4	1	5	19
80	3	2	1	4	4	14
81	5	5	5	4	5	24
82	5	5	5	5	5	25
83	4	4	4	5	5	22
84	5	5	5	5	5	25
85	5	5	3	4	5	22
86	2	3	4	4	2	15
87	4	4	4	4	4	20
88	4	4	5	1	5	19
89	4	4	1	4	4	17
90	2	3	3	4	2	14
91	4	4	3	4	5	20
92	4	4	4	4	5	21
93	4	4	1	2	4	15
94	5	5	2	5	5	22
95	4	3	5	5	5	22
96	4	4	5	3	4	20
97	4	5	5	4	3	21
98	5	5	5	5	4	24
99	5	4	4	5	4	22
100	5	4	5	5	4	23
101	4	4	4	5	4	21
102	4	3	5	5	3	20
103	4	4	4	5	5	22
104	5	5	5	5	5	25
105	5	5	5	5	5	25
106	5	5	5	5	5	25
107	5	5	5	5	5	25
108	5	5	4	5	4	23
109	5	5	4	5	5	24
110	5	5	5	5	5	25

Tingkat Persetujuan Responden						
No	H1	H2	H3	H4	H5	Total
1	5	5	5	5	5	25
2	2	3	1	5	3	14
3	3	3	3	3	3	15
4	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	5	25
6	5	5	5	5	5	25
7	4	4	4	4	4	20
8	5	5	5	5	5	25
9	3	5	4	5	5	22
10	2	5	4	4	4	19
11	5	5	5	5	5	25
12	5	4	4	5	4	22
13	5	4	2	4	4	19
14	4	4	4	4	4	20
15	4	3	3	3	4	17
16	4	3	4	4	3	18
17	3	4	4	3	4	18
18	5	3	2	5	4	19
19	3	3	3	3	4	16
20	5	5	5	5	5	25
21	3	1	3	2	3	12
22	3	3	3	3	3	15
23	5	5	4	5	4	23
24	4	4	4	4	4	20
25	5	5	5	5	5	25
26	3	3	4	2	3	15
27	3	3	3	3	3	15
28	5	5	5	5	4	24
29	4	4	3	4	3	18
30	4	4	4	4	4	20
31	4	4	5	5	5	23
32	2	1	2	2	2	9
33	4	3	3	3	3	16
34	5	5	4	4	4	22
35	3	4	3	3	3	16

Tingkat Persetujuan Responden						
No	H1	H2	H3	H4	H5	Total
36	3	4	2	3	4	16
37	4	4	4	4	4	20
38	3	3	3	3	4	16
39	4	5	3	3	1	16
40	4	5	4	4	4	21
41	5	5	5	5	5	25
42	4	4	4	3	3	18
43	5	5	5	5	5	25
44	3	3	3	3	3	15
45	5	5	5	5	5	25
46	5	5	5	5	5	25
47	4	5	3	5	5	22
48	5	5	4	5	5	24
49	4	4	5	4	4	21
50	5	4	4	5	5	23
51	5	5	5	4	4	23
52	3	5	4	5	5	22
53	2	5	5	4	5	21
54	5	2	4	2	2	15
55	4	3	3	3	3	16
56	2	2	3	4	5	16
57	5	1	3	2	2	13
58	3	4	3	4	3	17
59	5	3	4	4	4	20
60	1	1	1	1	1	5
61	5	1	3	5	5	19
62	2	3	3	4	3	15
63	4	4	4	4	4	20
64	5	5	4	4	5	23
65	5	3	5	5	5	23
66	4	4	4	4	4	20
67	3	4	3	3	3	16
68	5	3	4	4	4	20
69	4	4	3	3	3	17
70	4	4	4	4	4	20

Tingkat Persetujuan Responden						
No	H1	H2	H3	H4	H5	Total
71	5	4	4	5	4	22
72	4	1	5	4	5	19
73	4	2	4	5	4	19
74	5	5	5	5	1	21
75	4	3	3	3	5	18
76	3	3	4	4	4	18
77	3	3	3	3	3	15
78	5	5	2	5	5	22
79	5	1	3	5	1	15
80	1	1	1	3	2	8
81	5	1	3	5	4	18
82	1	3	2	5	5	16
83	4	4	5	4	4	21
84	5	5	5	5	5	25
85	5	5	5	5	5	25
86	1	1	4	1	3	10
87	5	5	4	4	4	22
88	4	5	5	4	5	23
89	4	4	5	4	3	20
90	3	3	3	1	1	11
91	4	4	5	4	2	19
92	4	4	3	4	3	18
93	4	5	1	4	4	18
94	5	3	4	4	5	21
95	4	3	3	5	5	20
96	3	5	3	5	4	20
97	5	5	4	3	3	20
98	4	3	5	3	4	19
99	3	5	5	4	4	21
100	4	4	5	3	4	20
101	5	4	3	5	4	21
102	5	3	4	4	3	19
103	3	3	4	4	4	18
104	5	5	5	5	5	25
105	5	5	5	5	5	25
106	5	5	5	5	5	25
107	5	5	5	5	5	25
108	5	4	5	4	4	22
109	4	4	5	5	4	22
110	5	5	5	5	5	25

Tingkat Persetujuan Responden						
No	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	Total
1	5	5	5	5	5	25
2	2	1	1	2	3	9
3	3	3	3	3	3	15
4	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	5	25
6	5	5	5	5	5	25
7	4	4	4	4	4	20
8	5	5	5	5	5	25
9	4	5	4	4	4	21
10	2	4	2	3	5	16
11	5	5	5	5	5	25
12	5	5	5	5	5	25
13	3	3	2	3	5	16
14	4	4	4	4	4	20
15	4	3	3	4	4	18
16	3	3	3	3	3	15
17	3	3	4	4	3	17
18	2	1	2	5	5	15
19	3	3	3	3	3	15
20	5	5	5	5	5	25
21	2	1	1	2	3	9
22	3	3	3	3	3	15
23	5	5	1	5	5	21
24	4	4	4	4	4	20
25	5	5	5	5	5	25
26	2	2	2	3	3	12
27	3	3	3	3	3	15
28	5	4	4	5	5	23
29	3	3	3	4	4	17
30	4	4	3	3	4	18
31	5	5	5	5	5	25
32	1	5	5	3	4	18
33	4	3	3	3	3	16
34	5	4	4	4	4	21
35	3	3	3	3	3	15

Tingkat Persetujuan Responden						
No	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	Total
36	3	4	3	4	5	19
37	4	4	4	4	4	20
38	3	3	3	3	3	15
39	3	2	1	1	3	10
40	5	5	4	4	5	23
41	5	5	5	5	5	25
42	3	4	3	4	3	17
43	5	5	5	5	5	25
44	4	4	4	4	4	20
45	3	5	5	5	5	23
46	5	5	5	5	5	25
47	5	5	5	5	5	25
48	5	5	5	5	5	25
49	5	5	5	5	5	25
50	4	5	5	5	4	23
51	3	5	3	3	4	18
52	5	5	4	4	4	22
53	5	5	4	5	5	24
54	2	5	1	3	2	13
55	3	3	4	3	3	16
56	1	1	4	2	3	11
57	3	1	1	2	4	11
58	3	3	3	4	3	16
59	5	4	4	4	4	21
60	1	1	1	1	1	5
61	5	5	1	5	5	21
62	2	3	3	2	2	12
63	4	4	4	4	4	20
64	5	4	2	5	3	19
65	5	4	3	5	1	18
66	5	4	1	4	5	19
67	3	3	3	3	4	16
68	3	4	4	4	5	20
69	4	3	3	4	4	18
70	4	4	2	4	4	18

Tingkat Persetujuan Responden						
No	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	Total
71	4	4	1	4	5	18
72	5	5	4	5	5	24
73	2	5	4	5	5	21
74	5	5	1	5	5	21
75	5	4	3	3	3	18
76	4	4	3	4	4	19
77	3	3	3	3	3	15
78	5	5	5	4	5	24
79	5	2	1	5	4	17
80	4	4	3	2	2	15
81	5	5	1	1	5	17
82	5	5	5	4	5	24
83	4	4	5	4	5	22
84	5	5	5	5	5	25
85	5	5	5	5	5	25
86	3	4	3	3	3	16
87	4	4	4	4	4	20
88	4	4	4	5	4	21
89	4	4	3	4	4	19
90	1	1	3	1	2	8
91	4	5	3	4	4	20
92	3	3	3	4	4	17
93	4	4	4	4	4	20
94	4	4	5	5	4	22
95	4	4	4	5	5	22
96	4	3	4	5	5	21
97	4	3	3	2	3	15
98	5	2	4	4	4	19
99	4	4	4	4	4	20
100	5	4	5	4	4	22
101	4	5	5	4	4	22
102	5	3	4	3	4	19
103	5	5	3	5	5	23
104	5	5	5	5	5	25
105	5	5	5	5	5	25
106	5	5	5	5	5	25
107	5	5	5	5	5	25
108	5	4	4	4	4	21
109	4	5	5	5	5	24
110	5	5	5	5	5	25

LAMPIRAN 4

Output Distribusi Frekuensi
Karakteristik Responden

Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1.	Laki-laki	34	32,3%
2.	Perempuan	74	67,7%
Total		110	100%

Umur

No.	Umur	Frekuensi	Persentase
1.	20-21 tahun	52	47,28%
2.	22-23 tahun	42	38,18%
3.	24-25 tahun	8	7,27%
4.	>25 tahun	8	7,27%
Total		110	100%

Pekerjaan

No.	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1.	Mahasiwa/i	105	95,4%
2.	Karyawan Swasta	3	2,7%
3.	Wiraswasta	2	1,9%
Total		110	100%

Penghasilan

No.	Penghasilan	Frekuensi	Persentase
1.	<Rp 1.000.000.,	81	73,63%
2.	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000.,	19	17,27%
3.	Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000.,	7	6,36%
4.	>Rp 3.000.000.	3	2,74%
Total		110	100 %

LAMPIRAN 5
Uji Validitas Dan Reliabilitas Responden

A. Uji Validitas Dan Reliabilitas Kualitas Produk (X1)

1. Uji Validitas Kualitas Produk (X1)

Correlations							
		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	Total
KP1	Pearson Correlation	1	,707**	,582**	,366**	,613**	,852**
	Sig. (2-tailed)		0	0	0	0	0
	N	110	110	110	110	110	110
KP2	Pearson Correlation	,707**	1	,624**	,443**	,398**	,832**
	Sig. (2-tailed)	0		0	0	0	0
	N	110	110	110	110	110	110
KP3	Pearson Correlation	,582**	,624**	1	,434**	,283**	,782**
	Sig. (2-tailed)	0	0		0	0,003	0
	N	110	110	110	110	110	110
KP4	Pearson Correlation	,366**	,443**	,434**	1	,231*	,661**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0		0,015	0
	N	110	110	110	110	110	110
KP5	Pearson Correlation	,613**	,398**	,283**	,231*	1	,661**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0,003	0,015		0
	N	110	110	110	110	110	110
Total	Pearson Correlation	,852**	,832**	,782**	,661**	,661**	1
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	
	N	110	110	110	110	110	110

2. Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X1)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	110	100
	Excluded ^a	0	0
	Total	110	100

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,81	0,815	5

Inter-Item Correlation Matrix					
	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5
KP1	1	0,707	0,582	0,366	0,613
KP2	0,707	1	0,624	0,443	0,398
KP3	0,582	0,624	1	0,434	0,283
KP4	0,366	0,443	0,434	1	0,231
KP5	0,613	0,398	0,283	0,231	1

Inter-Item Covariance Matrix					
	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5
KP1	0,886	0,659	0,619	0,367	0,603
KP2	0,659	0,981	0,699	0,468	0,412
KP3	0,619	0,699	1,279	0,523	0,334
KP4	0,367	0,468	0,523	1,138	0,257
KP5	0,603	0,412	0,334	0,257	1,09

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KP1	16	9,872	0,76	0,657	0,727
KP2	16,0364	9,797	0,722	0,585	0,736
KP3	16,1364	9,623	0,62	0,461	0,766
KP4	16,0636	10,886	0,459	0,239	0,815
KP5	16,0182	10,954	0,464	0,386	0,812

B. Uji Validitas Dan Reliabilitas Harga (X2)

1. Uji Validitas Harga (X2)

Correlations							
		H1	H2	H3	H4	H5	Total
H1	Pearson Correlation	1	,410**	,505**	,528**	,352**	,730**
	Sig. (2-tailed)		0	0	0	0	0
	N	110	110	110	110	110	110
H2	Pearson Correlation	,410**	1	,494**	,519**	,461**	,774**
	Sig. (2-tailed)	0		0	0	0	0
	N	110	110	110	110	110	110
H3	Pearson Correlation	,505**	,494**	1	,395**	,447**	,745**
	Sig. (2-tailed)	0	0		0	0	0
	N	110	110	110	110	110	110

H4	Pearson Correlation	,528**	,519**	,395**	1	,647**	,802**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0		0	0
	N	110	110	110	110	110	110
H5	Pearson Correlation	,352**	,461**	,447**	,647**	1	,757**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0		0
	N	110	110	110	110	110	110
Total	Pearson Correlation	,730**	,774**	,745**	,802**	,757**	1
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	
	N	110	110	110	110	110	110

2. Uji Reliabilitas Haega (X2)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	110	100
	Excluded ^a	0	0
	Total	110	100

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,817	0,819	5

Inter-Item Correlation Matrix					
	H1	H2	H3	H4	H5
H1	1	0,41	0,505	0,528	0,352
H2	0,41	1	0,494	0,519	0,461
H3	0,505	0,494	1	0,395	0,447
H4	0,528	0,519	0,395	1	0,647
H5	0,352	0,461	0,447	0,647	1

Inter-Item Covariance Matrix					
	H1	H2	H3	H4	H5
H1	1,165	0,543	0,579	0,578	0,405
H2	0,543	1,506	0,644	0,646	0,603
H3	0,579	0,644	1,129	0,425	0,506
H4	0,578	0,646	0,425	1,027	0,699
H5	0,405	0,603	0,506	0,699	1,137

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
H1	15,5455	11,847	0,567	0,392	0,793
H2	15,7636	10,843	0,603	0,378	0,785
H3	15,7182	11,782	0,591	0,394	0,786
H4	15,5364	11,499	0,683	0,552	0,761
H5	15,6545	11,659	0,608	0,474	0,781

C. Uji Validitas Dan Reliabilitas Kepuasan Pembelian (Y)

1. Uji Validitas Kepuasan Pembelian (Y)

Correlations							
		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	Total
KP1	Pearson Correlation	1	,645**	,410**	,651**	,563**	,803**
	Sig. (2-tailed)		0	0	0	0	0
	N	110	110	110	110	110	110
KP2	Pearson Correlation	,645**	1	,547**	,648**	,599**	,851**
	Sig. (2-tailed)	0		0	0	0	0
	N	110	110	110	110	110	110

KP3	Pearson Correlation	,410**	,547**	1	,544**	,423**	,745**
	Sig. (2-tailed)	0	0		0	0	0
	N	110	110	110	110	110	110
KP4	Pearson Correlation	,651**	,648**	,544**	1	,673**	,862**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0		0	0
	N	110	110	110	110	110	110
KP5	Pearson Correlation	,563**	,599**	,423**	,673**	1	,785**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0		0
	N	110	110	110	110	110	110
Total	Pearson Correlation	,803**	,851**	,745**	,862**	,785**	1
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	
	N	110	110	110	110	110	110

2. Uji Reliabilitas Kepuasan Pembelian (Y)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	110	100
	Excluded ^a	0	0
	Total	110	100

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,864	0,869	5

Inter-Item Correlation Matrix					
	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5
KP1	1	0,645	0,41	0,651	0,563
KP2	0,645	1	0,547	0,648	0,599
KP3	0,41	0,547	1	0,544	0,423
KP4	0,651	0,648	0,544	1	0,673
KP5	0,563	0,599	0,423	0,673	1

Inter-Item Covariance Matrix					
	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5
KP1	1,255	0,832	0,595	0,787	0,61
KP2	0,832	1,326	0,816	0,804	0,667
KP3	0,595	0,816	1,679	0,76	0,53
KP4	0,787	0,804	0,76	1,163	0,702
KP5	0,61	0,667	0,53	0,702	0,935

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KP1	15,5545	13,662	0,682	0,518	0,835
KP2	15,5727	12,999	0,751	0,57	0,817
KP3	15,9455	13,483	0,568	0,362	0,871
KP4	15,5545	13,295	0,776	0,619	0,812
KP5	15,4091	14,611	0,679	0,507	0,838

LAMPIRAN 6
Output Analisis Data
(Regresi Linier Berganda)

A. Uji Analisis Data Regresi Linier Berganda

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,875 ^a	0,765	0,761	2,21748

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1715,347	2	857,673	174,422	,000 ^b
	Residual	526,144	107	4,917		
	Total	2241,491	109			

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-1,148	1,134		-1,012
	KUALITAS PRODUK (X1)	0,542	0,089	0,466	6,103
	HARGA(X2)	0,501	0,084	0,458	5,993