

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA PRODUK  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PRODUK SKINCARE  
SOMETHINC DI YOGYAKARTA**



**DISUSUN OLEH:**

**FRANSISKA SULISTIA NINGSIH**

**21020022**

**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN RETAIL  
SEKOLAH TINGGI ILMU BISNIS KUMALA NUSA  
YOGYAKARTA**

**2022**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA PRODUK  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PRODUK SKINCARE  
SOMETHINC DI YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Disusun dan Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk  
Memperoleh Gelar Sarjana Program Studi Sarjana Manajemen Retail  
Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis Kumala Nusa



**DISUSUN OLEH:**

**FRANSISKA SULISTIA NINGSIH**

**21020022**

**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN RETAIL  
SEKOLAH TINGGI ILMU BISNIS KUMALA NUSA  
YOGYAKARTA**

**2022**

## **HALAMAN PERSETUJUAN**

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Skincare Somethinc Di Yogyakarta.”** telah mendapat persetujuan dari pembimbing.

Yang disusun oleh :

Nama : Fransiska Sulistia Ningsih  
NIM : 21020022  
Program Studi : Sarjana Manajemen Retail

Disetujui pada tanggal,.....

Mengetahui

Dosen Pembimbing

Indri Hastuti Listyawati, S.H., M.M  
NIK11300113

## **HALAMAN PERNYATAAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fransiska Sulistia Ningsih  
NIM : 21020022  
Program Studi : Sarjana Manajemen Retail  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Produk Terhadap  
Kepuasan Pelanggan Produk Skincare Somethinc Di  
Yogyakarta.

Dengan ini saya menyatakan bahwa tulisan dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah di ajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau terbitkan dalam referensi. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, Februari 2023

Yang menyatakan

Fransiska Sulistia Ningsih  
NIM :21020022

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul : “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Skincare Somethinc Di Yogyakarta” ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis Kumala Nusa pada tanggal..... dan telah memenuhi syarat lulus, dengan Dewan Penguji terdiri dari

Ketua

Anggota

.....  
NIP. ....

.....  
NIP.....

Mengetahui

Ketua STIB Kumala Nusa Yogyakarta

Anung Pramudyo, S.E., M.M.  
NIP. 197802042005011002

## **MOTTO**

I made my prayer to the LORD in my trouble: and the LORD gave me answer, and put me in a wide place. The LORD is my helper: I will see my desire against my haters.

### **Psalm 118:5,7.**

Give your heart to teaching, and your ears to the words of knowledge. For without doubt there is a future, and your hope will not be cut off.

### **Proverbs 23: 12,18**

Our faith in Jesus Christ enables us to meet any challenge.

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis ucapkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan karunia-Nya serta memberikan hikmat dan kemurahan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pembelian Produk Skincare Somethinc Pada Mahasiswa Di Yogyakarta”. Maksud dan tujuan penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan selama menempuh kuliah Program Sarjana Manajemen Retail Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis (STIB) Kumala Nusa Yogyakartaserta memperoleh gelar akademik Sarjana.

Dalam penyusunan tugas akhir ini banyak pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, semangat dan motivasi serta doa kepada penulis. Oleh karena itu penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada :

1. Bapak Anung Pramudyo, S.E., M.M. selaku Ketua Program Sarjana Manajemen Retail Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis (STIB) Kumala Nusa Yogyakarta.
2. Ibu Indri Hastuti Listyawati, S.H., M.M selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan pengarahan serta membantu dalam pekerjaan penulisan Skripsi ini.
3. Seluruh jajaran Dosen dan staff di Program Studi Manajemen Retail Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis (STIB) Kumala Nusa Yogyakarta, yang telah membimbing dan mengarahkan penulisan selama proses pembelajaran di

Program Diploma Tiga Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis(STIB)  
Kumala Nusa Yogyakarta.

4. Kepada kedua orang tua tersayang, yang selalu mendukung dan memberi doa serta semangat, dan dukungan moral dan materi serta adik tersayang.
5. Kepada sahabat dan teman-teman yang selalu memberi semangat dan dukungan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
6. Dan kepada seluruh pihak yang terkait yang telah banyak membantu, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, dalam penulisan Skripsi ini.

Atas segala motivasi, doa, dan dukungan dari semua pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan penulisan Skripsi ini, penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya. Penulis sangat menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesan sempurna dan bagus, baik dari segi isi maupun susunan kata. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritikan dan saran yang sifatnya membangun demi perbaikan di masa mendatang, semoga penulisan lain tugas akhir ini bermanfaat bagi pembaca.

Yogyakarta,

Fransiska Sulistia Ningsih

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
MOTTO .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK/RINGKASAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Batasan Penelitian .....	6
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Manfaat Penelitian .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori.....	9
1. Kualitas .....	9
2. Harga .....	11
3. Kepuasan Pelanggan .....	12
B. Penelitian Terdahulu .....	13

C. Hubungan Antar Variabel .....	15
D. Kerangka Pemikiran/Model Penelitian .....	17
E. Hipotesis Penelitian.....	18
BAB III METODE PENELITIAN .....	19
A. Jenis Penelitian.....	19
B. Subjek dan Objek Penelitian .....	19
C. Waktu dan Tempat Penelitian .....	20
D. Populasi dan Sampel .....	21
E. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	22
1. Sumber Data.....	22
2. Teknik Pengumpulan Data .....	23
F. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	25
1. Definisi Operasional.....	25
2. Pengukuran Variabel.....	27
G. Metode Analisis Data.....	28
1. Teknik Analisis Data.....	28
a. Analisis Data .....	28
b. Hasil Uji Kualitas Instrumen.....	29
2. Uji Asumsi Klasik .....	31
a. Uji Normalitas .....	31
3. Uji Hipotesis.....	32
a. Uji t (Uji Parsial).....	32
b. Uji f (Uji Simultan) .....	32

c. Uji Koefisien Korelasi (Uji R) .....	33
d. Uji Koefisien Determinasi ( Uji R <sup>2</sup> ) .....	34
BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS .....	35
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	35
1. Sejarah Somethinc .....	35
2. Visi Misi Somethinc .....	37
3. Tujuan Somethinc .....	37
4. Logo/ Lambang Somethinc .....	37
5. Jenis-jenis Produk Somethinc .....	38
B. Deskripsi Data Penelitian .....	45
1. Karakteristik Responden .....	45
a. Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin .....	46
b. Karakteristik Responden berdasarkan umur .....	46
c. Karakteristik berdasarkan Pendapatan/uang saku .....	47
C. Analisis Data Penelitian dan Uji Hipotesis .....	48
1. Hasil Analisis Data Penelitian .....	48
a. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	48
b. Hasil Uji Kualitas Instrumen Penelitian .....	49
2. Uji Asumsi Klasik .....	52
a. Uji Normalitas .....	52
3. Uji Hipotesis .....	53
a. Hasil Uji t (Uji Parsial) .....	53
b. Hasil Uji f (Uji Simultan) .....	54

c. Hasil Uji Koefisien Korelasi (Uji R) .....	55
d. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R <sup>2</sup> ) .....	56
D. Pembahasan Analisis Data .....	56
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	58
2. Pengaruh Harga Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	60
BAB V PENUTUP.....	61
A. Kesimpulan .....	61
B. Saran .....	61
DAFTAR PUSTAKA .....	63
LAMPIRAN.....	65

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Brand Skincare Local Berkualitas Yang Terbaik Di Indonesia .....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	46
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/ Uang Saku .....	47
Tabel 4.4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	48
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas .....	49
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Harga .....	50
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan .....	50
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas .....	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas .....	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Parsial/ uji t.....	53
Tabel 4.11 Hasil Uji Simultan/ uji f.....	54
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Korelasi (R) .....	55
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian .....	17
Gambar 4.1 Logo Brand Somethinc .....	37
Gambar 4.2 Jenis-jenis produk skincare Somethinc .....	40
Gambar 4.3 Jenis-jenis produk makeup Somethinc .....	45

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Karakteristik Responden

Lampiran 3 Tabulasi Data Responden

Lampiran 4 Uji Validitas

Lampiran 5 Uji Reliabilitas

Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik

Lampiran 7 Analisis Regresi

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Kualitas Produk dan harga produk berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada pembelian produk skincare Somethinc, (2) pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan pelanggan produk skincare Somethinc, (3) pengaruh Harga Produk terhadap kepuasan pelanggan pada produk skincare Somethinc.

Populasi dalam penelitian ini adalah para mahasiswa aktif yang menempuh pendidikan di Yogyakarta terutama mahasiswa aktif kampus STIB Kumala Nusa Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, data yang diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada 70 responden,

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, analisis asumsi klasik, regresi linier berganda, pengujian hipotesis, uji koefisien korelasi dan koefisien determinasi. Analisis pengolahan data menggunakan program SPSS 16.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kualitas produk dan harga produk secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, (2) kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, (3) harga produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : *Kualitas Produk, Harga Produk, Kepuasan Pelanggan.*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan ekonomi, teknologi dan budaya saat ini sangat pesat serta pertumbuhan ekonomi saat ini menjadikan dunia bisnis berkembang cukup pesat, teknologi juga saat ini sangat berkembang sehingga memudahkan semua orang mendapatkan informasi baik bagi perorangan ataupun instansi, adanya teknologi membuat komunikasi semakin mudah, hal ini dimanfaatkan untuk sebagian orang untuk memulai bisnis.

Salah satu bisnis yang berkembang cukup pesat saat ini yaitu bisnis bidang perawatan kecantikan atau perawatan kesehatan kulit yang bisa dikenal sebagai skincare. Skincare merupakan serangkaian perawatan untuk kulit yang dapat merawat kecantikan dan kesehatan kulit, di era sekarang ini bahkan kebutuhan skincare sudah menjadi produk yang wajib di gunakan wanita ataupun pria dalam kegiatan sehari-hari, beberapa wanita melakukan perawatan dengan skincare sudah dilakukan dari mulai sejak remaja agar memiliki kulit yang sehat dan tampak lebih menarik, semakin banyak orang yang peduli terhadap perawatan kulit wajah, pemakaian atau penggunaan skincare dapat terlihat hasilnya setelah pemakaian rutin, efek yang ditimbulkan oleh skincare tidak langsung, skincare bisa di katakan sebagai investasi kesehatan kulit untuk masa depan.

Perkembangan bisnis pasar produk perawatan kulit wajah semakin meningkat dari tahun ke tahun, berdasarkan data dari kementerian

Perindustrian Republik Indonesia BPOM mencatat industri kosmetik mengalami kenaikan jumlah perusahaan sehingga 20,6%. Sepanjang 2021 sampai Juli 2022, industri kosmetik mengalami penambahan dari 819 menjadi 913, peningkatan industri kosmetik didominasi oleh UKM sebesar 83%. Salah satunya produk brand local kosmetik atau perawatan kulit yang belakangan ini sedang banyak digemari oleh setiap orang adalah produk lokal skincare dari Somethinc. Somethinc memiliki keunikan dengan memiliki lebih dari sepuluh jenis serum wajah dan skincare yang sangat lengkap dan bervariasi.

Tabel 1.1  
15Brand Skincare Local Berkualitas Yang Terbaik Di Indonesia menurut  
atome.blog.id

<b>Nomor</b>	<b>Merek</b>	<b>Perusahaan</b>
1	Sensatia Botanicals	Sensatia Botanicals
2	Avoskin	PT AVO Innovation and Technology
3	Somethinc	Beauty Haul Indonesia
4	Votre Peau	Klinik Maharis
5	Wardah	PT ParagonTechnology and Innovation
6	Emina	PT Paragon Technology and Innovation
7	Mineral Botanica	PT Mica Jaya Pratama
8	Lacoco	PT Natural Nusantara
9	Bhumi	PT Riza Kreasi Naruralindo
10	Skin Dewi	PT Saridewi Natural Kosmetik
11	Joylab	JL
12	ElshéSkin	PT Elshe Estetika Nusantara
13	N'Pure	PT Penta Natural Kosmetindo
14	For Skin's Sake	FSS

Nomor	Merek	Perusahaan
15	Kleveru	PT Nose Herbal Indo

Berdasarkan tabel 1.1 di atas brand local skincare yang terbaik dan yang banyak digemari selama sampai Juni 2022 terdapat 15 brand yang terbaik dan digemari, berdasarkan data di atas. Walaupun skincare Somethinc tergolong brand local yang baru, tetapi Something berhasil mendapatkan hati para konsumen dengan menempati posisi ketiga yang bersaing dengan dua brand di atasnya dan bersaing dengan brand skincare yang lainnya.

Konsumen wanita biasanya akan lebih teliti dan cermat ketika akan melakukan keputusan pembelian suatu produk skincare yang akan mereka gunakan. Kepuasan pembelian akan untuk mengukur seberapa besar ketertarikan konsumen terhadap produk yang akan ditawarkan oleh perusahaan serta sebagai penentu apakah rencana serta target perusahaan tercapai atau tidak. Kotler dan Keller (2016:194) menyatakan kepuasan pembelian konsumen memerlukan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Kepuasan pembelian tidak terpisahkan dari bagaimana sifat seseorang konsumen sehingga masing-masing konsumen memiliki kebiasaan yang berbeda dalam melakukan pembelian. Variabel kualitas dan harga akan menjadi hal yang harus dipertimbangkan ketika melakukan keputusan pembelian suatu produk.

Menurut Kotler dan Keller (2016:37) bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan ini meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena meningkatkan kualitas produk bisa membuat pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diberikan dan akan mempengaruhi pelanggan untuk membeli kembali produk tersebut. Kualitas produk, khususnya produk skincare diharapkan jika digunakan jangka panjang tidak menyebabkan kerusakan pada kulit, konsumen ketika melakukan keputusan pembelian produk pastinya melihat kualitas dari produk yang ditawarkan, terutama bahan dan kandungan apa saja yang terdapat dalam produk tersebut, tidak hanya itu saja kualitas produk juga di lihat dari apakah sudah BPOM dan halal jika sudah maka baik untuk di pasarkan atau diperjual belikan.

Selain variabel kualitas produk bahan pertimbangan lainnya dalam melakukan keputusan pembelian yaitu variabel harga. Pada umumnya konsumen menentukan harga produk yang selaras dengan kualitas dan manfaat yang dihasilkan. Menurut Kotler dan Armstrong (2016:345) harga yaitu jumlah uang yang dibebankan pada produk atau layanan, atau jumlah dari nilai yang dipertukarkan oleh konsumen untuk manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Harga sangat berpengaruh dalam keputusan pembelian karena harga menjadi tolak ukur seseorang memutuskan untuk membeli atau tidak, harga yang baik biasa sesuai dengan

manfaat dari suatu produk. Pembeli lebih cenderung memilih produk dengan harga yang terjangkau dan kualitas yang bagus, namun ada orang yang tidak keberatan dengan harga yang mahal namun kualitas produk benar-benar sesuai dengan harapan mereka, sehingga mereka yakin untuk memutuskan membeli produk tersebut.

Begitu banyak permintaan akan produk kecantikan atau skincare di Indonesia sehingga banyak perusahaan yang menciptakan produk kecantikan dan skincare yang serupa dengan kualitas yang berbeda-beda, dengan maraknya produk skincare yang beredar saat ini menimbulkan persaingan yang ketat antar perusahaan yang memproduksi skincare menimbulkan rasa pada konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Manfaat produk tentunya akan mendukung keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang dianggap dapat memenuhi kebutuhan, kriteria dan keinginan konsumen. Produk Somethinc memiliki berbagai macam varian dan berbagai macam manfaat dalam tiap produk yang ditawarkan kepada konsumen, produk Somethinc bisa bersaing dengan brand local Skincare yang lainnya.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis mengangkat judul “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PRODUK SKINCARE SOMTHINC DI YOGYAKARTA”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penelitian menentukan rumusan masalah dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada produk Skincare Somethinc di Yogyakarta?
2. Apakah harga produk berpengaruh terhadap kepausan pelanggan pada produk Skincare Somethinc ?
3. Apakah kualitas dan harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada produk Skincare Somethinc?

## **C. Batasan Masalah**

Terkait rumusan masalah diatas penulis hanya membuat pembatasan suatu masalah yang meliputi pengaruh kualitas produk dan harga produk terhadap pembelian Skincare Somethinc pada mahasiswa di Yogyakarta.

Batasan masalah dijelaskan lebih rinci sebagai berikut :

1. Pada kualitas produk penulis hanya memfokuskan pada indikator kinerja, fitur, reliabilitas, kesesuaian, daya tahan, servis, estetika, dan kualitas.
2. Pada harga produk penulis hanya memfokuskan pada indikator keterjangkauan harga, kesesuaian harga, daya saing harga, kesesuaian harga dan manfaat.
3. Pada kepuasan pembelian produk penulis hanya memfokuskan pada indikator kemantapan pada sebuah produk, kebiasaan dalam membeli

produk, memberikan rekomendasi pada orang lain, dan melakukan pembelian ulang.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada produk Skincare Somethinc ?
2. Untuk mengetahui pengaruh harga produk terhadap kepuasan pelanggan pada produk Skincare Somethinc ?
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga produk terhadap kepuasan pelanggan pada produk Skincare Somethinc?

#### **E. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian, maka manfaat yang diperoleh dari penelitian sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan, Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan atau informasi tambahan bagi perusahaan dan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk menetapkan kebijakan baru dalam strategi pemasaran dan penambahan produk baik dari segi kualitas produk dan harga produk.
2. Bagi penulis, Pengalaman berharga bagi penulis dalam memperluas wawasan dan mengembangkan pengetahuan manajemen yang di dapat selama mengikuti pendidikan, serta sebagai bahan masukan bagi para

peneliti yang akan mengadakan penelitian lebih mendalam tentang kepuasan konsumen pada suatu produk, penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan pengalaman berharga untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang manajemen pemasaran khususnya yang berhubungan dengan kualitas produk, dan harga produk.

3. Bagi Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis (STIB) Kumala Nusa Yogyakarta, dapat digunakan sebagai referensi bagi pembaca dan pertimbangan bagi mahasiswa yang akan melakukan penilaian yang sejenis, serta sebagai bahan pengembangan ilmu pengetahuan dan bahan bacaan yang dapat memberikan informasi, dan sebagai bahan tambahan dapat dijadikan referensi untuk penelitian yang selanjutnya.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Kualitas**

Kualitas merupakan salah satu indikator penting bagi perusahaan untuk dapat tetap terkenal eksis di tengah persaingan dalam industri, kualitas didefinisikan sebagai totalitas dari suatu produk yang menunjang kemampuan suatu perusahaan untuk memuaskan kebutuhan konsumen, kualitas merupakan salah satu kunci dalam meningkatkan persaingan dengan pasar industri, ketika perusahaan telah mampu menyediakan produk berkualitas maka telah membangun salah satu fondasi untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

Kualitas produk adalah kondisi fisik, fungsi dan sifat suatu produk baik barang atau jasa berdasarkan tingkat mutu yang diharapkan dengan tujuan memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen atau pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2016:37) bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan ini meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk bisa membuat pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diberikan dan akan mempengaruhi pelanggan untuk membeli

kembali produk tersebut. Kualitas produk memiliki indikator yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik dari suatu produk.

Menurut Tjiptono (2016:134) kualitas produk memiliki delapan indikator sebagai berikut :

- 1) Kinerja merupakan karakteristik operasi pokok dari produk yang dibeli.
- 2) Fitur yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
- 3) Reliabilitas yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai.
- 4) Kesesuaian dengan spesifikasi yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
- 5) Daya tahan yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan.
- 6) Serviceability meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan direparasi serta penanganan keluhan secara memuaskan.
- 7) Estetika yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.
- 8) Kualitas yang dipersepsikan yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

## 2. Harga

Harga merupakan salah satu variabel bauran pemasaran yang sangat penting dalam manajemen pemasaran, harga juga merupakan satu variabel bauran pemasaran yang fleksibel, harga merupakan suatu nilai produk, karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen, harga juga menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli suatu barang. Menurut Kotler dan Armstrong (2016:345) harga merupakan jumlah uang yang dibebankan pada produk atau layanan, atau jumlah dari nilai yang dipertukarkan oleh konsumen untuk manfaat dari milik atau menggunakan produk atau jasa. Harga masuk dalam strategi marketing karena menjadi faktor daya beli konsumen terhadap suatu produk yang ditawarkan.

Ada empat indikator harga menurut Kotler dan Armstrong (2016:345) yaitu :

1. Keterjangkauan harga, dimana harga yang ditetapkan sesuai dengan kemampuan ekonomi konsumen dalam memperoleh produk yang diharapkan.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, harga yang ditetapkan memiliki kesesuaian dengan kualitas dari suatu produk, dengan hal ini konsumen memiliki persepsi bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi.

3. Daya saing harga, konsumen membandingkan harga dari berbagai alternatif produk yang tersedia sehingga dapat memutuskan untuk mengalokasikan pada produk yang dikehendaki.
4. Kesesuaian harga dengan manfaat, harga produk yang ditawarkan sesuai dengan manfaat dari suatu produk.

### **3. Kepuasan Konsumen**

Kepuasan Konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah melakukan perbandingan antara apa yang dia terima dengan apa yang dia harapkan, konsumen yang puas terhadap produk dan jasa yang diberikan oleh perusahaan cenderung untuk kembali menggunakan produk yang ditawarkan perusahaan. Seorang konsumen, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Menurut Kotler dan Keller (2014:177) konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil jasa yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan.

Menurut Kotler (2016:42) faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan jalan menjual produk dengan harga memadai, atau meningkatkan layanan, dan meningkatkan kualitas produk yang

dihasilkan. Faktor- faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu:

- 1) Harga merupakan keputusan yang paling mendasar diantara program-program pemasaran yang lain, karena dalam setiap produk maupun jasa mempunyai harga, harga juga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat karena memiliki atau menggunakan produk.
- 2) Kualitas pelayanan merupakan suatu kemampuan untuk memenuhi kebutuhan internal dan eksternal pelanggan secara konsisten sesuai prosedur. Dalam hal ini penyedia jasa dituntut untuk berusaha mengerti apa yang diinginkan pelanggan, sehingga mempunyai harapan untuk mendapatkan kualitas pelayanan yang baik.
- 3) Kualitas produk merupakan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, termasuk keawetan, kemudahan pemakaian dan diperbaiki, serta atribut bernilai lainnya.

## **B. Penelitian Terdahulu**

Berdasarkan topik yang diambil oleh peneliti dalam penelitian ini, maka penelitian terdahulu yang digunakan peneliti sebagai bahan acuan dalam penyusunan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1	Vita Karina Nauli Siahaan (2021)	Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Skincare Emina.	Kualitas Produk (X1), Citra Merek (X2), Kualitas Pelayanan (X3), dan Minat Beli Ulang (Y).	Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, citra merek, dan kualitas pelayanan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap minat beli ulang, serta hanya variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang. Kualitas produk dan citra merek berpengaruh terhadap minat beli ulang. Dan Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang.
2	Sari Karoline (2022)	Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc	Citra Merek(X1), Kualitas Produk (X2), Harga (X3),Keputusan Pembelian (Y).	Berdasarkan hasil penelitian Menunjukkan bahwa Citra merek, kualitas produk, dan harga secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Citra merek secara parsial (keseluruhan) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kualitas

No	Nama Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
		Pada Era Pandemic Covid-19.		produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Serta Harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.
3	Supiana Putri (2022)	Pengaruh Kualitas Produk Skincare Somethinc dan Kualitas Pelayanan Pada Store Its'Gorgeous.co Pekanbaru Terhadap Keputusan Pembelian Ditinjau Dari Ekonomi Syariah.	Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Keputusan Pembelian (Y)	Berdasarkan hasil penelitian Menunjukkan bahwa kualitas produk skincare Somethinc berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pembelian konsumen store Its'Gorgeous.co. Dan Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada store it's Gorgeous pekanbaru.

### C. Hubungan Antar Variabel

1. Hubungan kualitas produk dan kepuasan pembelian.

Berdasarkan penelitian terdahulu penelitian yang dilakukan oleh Vita Karina Nauli Siahaan (2021) menyatakan kualitas didefinisikan sebagai persepsi superioritas atau kesempatan produk dibandingkan dengan produk pesaing dari perspektif pasar. Kualitas produk merupakan mutu dari semua komponen-komponen yang membentuk produk, sehingga produk tersebut memiliki nilai tambah. Dalam penelitian Vita Karina Nauli Siahaan (2021) kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pembelian dan memiliki minat beli ulang untuk produk tersebut. Hasil ini menjelaskan bahwa penilaian yang baik mengenai kualitas produk atau hasil pengalaman konsumen dalam memakai produk yang sesuai dengan tingkat keinginan konsumen dan merasa puas akan kualitas produk dan akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang produk tersebut. Apabila produk tersebut dapat memuaskan keinginan konsumen atau lebih maka konsumen akan membelikan nilai yang positif terhadap produk tersebut yang akan membuat konsumen akan tetap berkeinginan atau semakin besar keinginan untuk membeli ulang produk tersebut.

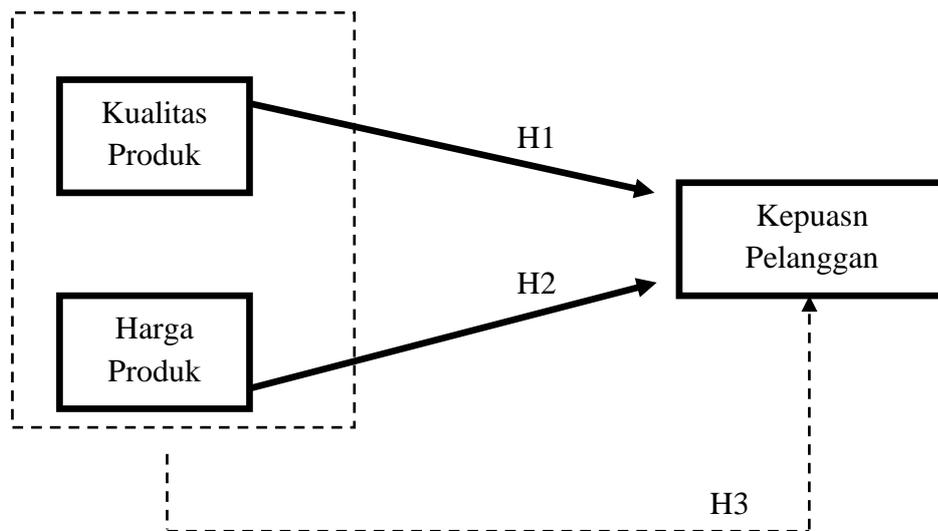
## 2. Hubungan harga produk dan kepuasan pembelian.

Berdasarkan penelitian terdahulu penelitian yang dilakukan oleh Sari Karoline (2022) meneliti tentang Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Something Pada Era Pandemic Covid-19. Menyatakan harga berpengaruh secara parsial atau keseluruhan dalam keputusan pembelian dan kepuasan

pembelian, membuktikan bahwa harga yang dirasakan oleh konsumen berpengaruh untuk keputusan pembelian dan serta kepuasan dari produk tersebut, harga juga berpengaruh bagi konsumen untuk menimbulkan minat beli ulang produk tersebut.

#### D. Kerangka Pemikiran/Model Penelitian

Adapun kerangka pemikiran penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

## **E. Hipotesis Penelitian**

Menurut Sugiyono (2019:99) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H1 : Diduga kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada produk skincare Somethinc.
- H2 : Diduga harga produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada produk skincare Somethinc.
- H3 : Diduga kualitas produk dan harga produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada produk skincare Somethinc.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:16) Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian, metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Dalam penelitian ini, penelitian akan di lakukan pada mahasiswa yang menempuh pendidikan di Yogyakarta, terutama pada mahasiswa STIB Kumala Nusa Yogyakarta.

#### **B. Subjek dan Objek Penelitian**

##### **1. Subjek penelitian.**

Subjek penelitian adalah orang, tempat, atau benda yang diamati dalam rangka pembuatan sebagai sasaran (Kamus Bahasa Indonesia 1989:862). Menurut Arikunto (2016:26) subjek penelitian adalah memberi batasan subjek penelitian sebagai benda, hal atau orang

tempat data untuk variabel penelitian melekat, dan yang dipermasalahkan. Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah seluruh mahasiswa yang menempuh pendidikan di Yogyakarta dan mahasiswa di STIB Kumala Nusa Yogyakarta.

## 2. Objek penelitian

Objek penelitian adalah hal yang menjadi sasaran penelitian (Kamus Bahasa Indonesia, 1989:62). Menurut Supranto (2000:21) objek penelitian adalah himpunan elemen yang dapat berupa orang, organisasi atau barang yang akan diteliti. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah produk kecantikan skincare Somethinc, yang dimiliki oleh Irene Ursula perusahaan Beauty haul, yang memproduksi produk kecantikan perawatan kulit.

## C. Waktu dan Tempat Penelitian

### 1. Waktu Penelitian.

Dalam penelitian ini waktu penelitian dilakukan pada bulan Desember 2022 sampai bulan Januari 2023

### 2. Tempat Penelitian.

Dalam penelitian ini akan dilakukan secara daring atau online, dengan menyebarkan kuesioner menggunakan media Google form pada mahasiswa aktif di kampus STIB Kumala Nusa Yogyakarta dan pada para mahasiswa yang menempuh pendidikan atau berkuliah di Yogyakarta.

## **D. Populasi dan Sampel**

### 1. Populasi.

Populasi merupakan seluruh jumlah dari subjek yang akan diteliti oleh seorang peneliti, biasanya berupa orang, produk, lembaga, industri dan sebagainya. Menurut Sugiyono (2019:126) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi para mahasiswa aktif yang menempuh pendidikan di Yogyakarta terutama mahasiswa aktif kampus STIB Kumala Nusa Yogyakarta.

### 2. Sampel.

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik mirip dengan populasi itu sendiri. Menurut Sugiyono (2019:127) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Dalam penentuan jumlah sampel yang digunakan Sugiyono (2017:91) menyarankan ukuran sampel untuk penelitian ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500 responden. Sampel dalam penelitian ini adalah 70 responden

mahasiswa yang menempuh pendidikan atau berkuliah di Yogyakarta dan mahasiswa STIB Kumala Nusa Yogyakarta.

## **E. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Sumber Data.**

Sumber Data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai penelitian terkait, data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu sebagai berikut:

#### **a. Data Primer.**

Data primer adalah data yang diperoleh langsung oleh peneliti di lapangan melalui responden dengan cara observasi (pengamatan), wawancara dan kuesioner (angket). Menurut Sugiyono (2018:456) data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data langsung dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber utama. Menurut Hasan (2002:82) data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Dalam penelitian ini penulis menggunakan observasi dan kuesioner.

#### **b. Data Sekunder.**

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara. Menurut Sugiyono (2018:456) data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Menurut Hasan (2002:58) data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada, data ini digunakan untuk mendukung informasi primer yang telah diperoleh yaitu dari bahan pustaka, internet, literatur, penelitian terdahulu, buku, dan sebagainya. Dalam penelitian ini penulis menggunakan studi pustaka, website Somethinc, buku-buku, literature, jurnal yang ada di internet, serta penelitian terdahulu, dan sebagainya.

## 2. Teknik Pengumpulan Data.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik kuesioner. Menurut Sugiyono (2019:119) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner dalam penelitian ini di sebarakan secara online atau daring (dalam jaringan) melalui Google formulir kepada mahasiswa yang menempuh pendidikan di Yogyakarta dan mahasiswa STIB Kumala Nusa Yogyakarta.

Teknik pengumpulan data tambahan dalam penelitian ini agar penelitian lebih baik adalah sebagai berikut :

a. Observasi (Pengamatan).

Teknik pengumpulan data observasi dilakukan dengan pengamatan langsung. Peneliti melakukan pengamatan di tempat terhadap objek penelitian untuk diamati.

b. Kuesioner (Angket).

Kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan sederet pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawab oleh responden. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pertanyaan yang tertutup, pada pertanyaan tertutup yang telah tersedia yaitu dengan cara meminta responden untuk memilih salah satu jawaban yang telah disediakan dari setiap pertanyaan

c. Studi Pustaka.

Studi pustaka diperlukan untuk mencari referensi dan literature baik dari buku-buku, jurnal, maupun situs internet, yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan, serta mengumpulkan informasi dan data dengan berbagai macam yang ada di internet seperti jurnal serta buku-buku, sebagai data pelengkap dan pembanding dari data- data dan informasi yang

sudah ada, selain itu studi pustaka juga untuk memperkuat hasil penelitian.

## **F. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

### **1. Definisi Operasional.**

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberi arti, menspesifikasikan kegiatan ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut.

#### **a. Kualitas.**

Kualitas adalah produk atau jasa yang telah memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan sehingga menimbulkan kepuasan bagi pembeli atau konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2009:143) kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang berhubungan pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan.

Kotler dan Keller (2009:143) menyatakan bahwa ada beberapa indikator yang dapat diukur kualitas produk, antara lain

:

- 1) Fitur atau gambar
- 2) Kesan kualitas
- 3) Ketahanan
- 4) Keandalan

## 5) Desain

### b. Harga.

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang diukur oleh konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler dan Amstrong, 2001:439).

Menurut Kotler dan Amstrong (2008:278) ada beberapa indikator yaitu:

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

### c. Kepuasan Pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil produk yang diperkirakan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan.

Adapun indikator kepuasan pelanggan (menurut Irawan, 2008), yaitu :

1. Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya) Yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak

puas dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari perusahaan.

2. Selalu membeli produk Yaitu pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan.
3. Akan merekomendasikan kepada orang lain Yaitu pelanggan yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain serta mampu menciptakan pelanggan baru bagi suatu perusahaan.
4. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk Yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang diinginkan pelanggan.

## **2. Pengukuran Variabel.**

### **a. Variabel dependen/terkait (Y)**

Menurut (Sugiyono, 2015:97) Variabel dependen adalah merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah :Kepuasan pelanggan (Y)

### **b. Variabel independen/bebas (X)**

Menurut (Sugiyono 2015:96) Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terkait). Variabel independen dalam penelitian ini adalah: Kualitas (X1) dan Harga (X2).

## G. Metode Analisis Data

### 1. Teknik Analisis Data.

#### a. Analisis Data

Pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda (*Multiple Linier Regression*) untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terkait), yaitu Kualitas (X1), Harga (X2), terhadap Kepuasan Pembelian (Y). Persamaan analisis regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y : kepuasan konsumen

a : konstanta

$b_1, b_2$  : koefisien regresi

$X_1$  : variabel kualitas

e : standar error

b. Uji Kualitas Instrumen.

Dalam uji kualitas instrumen terdiri dari dua uji yaitu Uji validitas dan Uji reliabilitas.

1) Uji Validitas

Validitas adalah kemampuan tingkat instrumen penelitian untuk mengungkapkan data sesuai dengan masalah yang ingin diungkapkan. Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang di ukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tindakan nya suatu kuesioner (Ghazali, 2009). Menurut Sugiyono (2017:129) derajat ketetapan pada data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti, suatau uji validitas dikatakan valid bila alat ukur yang dipergunakan dapat memberikan data yang valid. Uji validitas digunakan untuk menghitung keabsahan sebuah kuesioner yang dinyatakan valid apabila pernyataan pada kuesioner mampu memberikan hasil yang akan diukur dalam suatu kuesioner. Rumus penelitian ini menggunakan rumus korelasi product moment oleh pearson, yaitu:

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

Keterangan :

$r$  : koefisien korelasi

$X$  : skor butir

$Y$  : skor total butir

$N$  : jumlah responden

$\sum X$  : jumlah skor  $X$

$\sum Y$  : jumlah skor  $Y$

$\sum XY$  : jumlah hasil antara  $X$  dan  $Y$

## 2) Uji Reliabilitas.

Reliabilitas adalah sejauh mana pengukuran dari suatu tes tetap konsisten setelah dilakukan berulang-ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama, penelitian dianggap dapat diandalkan bila memberikan hasil yang konsisten untuk pengukuran yang sama. Pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach karena instrumen penelitian ini berbentuk angket atau kuesioner dan skala bertingkat. Metode pengukuran reliabilitas yang sering digunakan adalah metode *Cronbach Alpha*. Koefisien *Cronbach Alpha* menunjukkan sejauh mana kekonsistenan responden dalam menjawab instrumen yang dinilai. Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan alat analisis SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 16.0, yakni dengan uji Statistic *Cronbach*

*Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu variabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,6$  (Ghozali, 2013).

Rumus sebagai berikut

$$r_x = \left( \frac{n}{n-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

$r_x$  = reliabilitas yang dicari

$n$  = jumlah item pertanyaan yang diuji

$\sum \sigma_t^2$  = jumlah varian skor tiap-tiap item

$\sigma_t^2$  = varian total

## 2. Uji Asumsi Klasik.

### a. Uji Normalitas.

Uji normalitas menurut Ghozali (2016:154) pengujian normalitas dilakukan dengan tujuan apakah dalam model regresi , variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik harus memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Normalitas dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode Kolmogrov Smirnov (K-S). Kriteria untuk menguji normalitas yaitu :

1. Nilai signifikan lebih besar  $0,05 (>0,05)$  maka data berdistribusi normal.
2. Nilai signifikan lebih kecil  $0,05 (<0,05)$  maka data tidak berdistribusi normal.

### 3. Uji Hipotesis.

#### a. Uji t (Uji parsial)

Uji parsial atau uji t dilakukan untuk menguji variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau bagian. Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah kualitas, harga, dan merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kriteria pengujian secara berikut :

1. Jika nilai signifikan nya lebih kecil dari 0,05 ( $< 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, bila dilakukan uji secara parsial. Artinya ada pengaruh antara variabel independen terhadap pengaruh variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan nya lebih besar dari 0,05 ( $> 0,05$ ) maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, bila dilakukan uji secara parsial. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

#### b. Uji f (Uji simultan)

Uji f atau uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yaitu kualitas, harga, dan merek secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Kriteria pengujian sebagai berikut :

1. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Atau bila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau probabilitas  $<$  nilai signifikan ( $sig <$

0,05), maka model penelitian dapat di gunakan. Artinya, tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Atau bila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau probabilitas  $>$  nilai signifikan ( $sig > 0,05$ ), maka model penelitian tidak dapat digunakan. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.

c. Uji koefisien korelasi (R)

Uji koefisien korelasi digunakan untuk mengukur seberapa besar hubungan linier variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat. Koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara korelasi antara korelasi kedua variabel dimana variabel lainnya yang dianggap berpengaruh dikendalikan atau dibuat tetap. ( Sugiyono, 2013)

Bila  $r = 0$  atau mendekati 0, maka korelasi antara dua variabel lemah atau tidak terdapat hubungan antara variabel x terhadap variabel y.

Bila  $r = +1$  atau mendekati +1, maka korelasi antara kedua variabel adalah kuat dan searah, dikatakan positif.

Bila  $r = -1$  atau mendekati -1, maka korelasi antara kedua variabel adalah kuat dan berlawanan arah, dikatakan negatif.

Sebagai bahan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan berikut :

Interval koefisien 0,00 – 0,199. Tingkat hubungan Sangat lemah.

Interval koefisien 0,20 – 0,399. Tingkat hubungan Lemah.

Interval koefisien 0,40 – 0,599. Tingkat hubungan Sedang.

Interval koefisien 0,60 – 0,799. Tingkat hubungan Kuat.

Interval koefisien 0,80 – 1,000. Tingkat hubungan Sangat Kuat.

d. Uji  $r^2$  ( Uji determinasi)

Uji determinasi atau uji  $r^2$  perhitungan koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui secara signifikan besarnya individu yang dominan dari salah satu variabel independen. Jika besarnya koefisien determinasi suatu variabel independen semakin kecil, berarti variabel independen kurang berpengaruh terhadap variabel dependen, dan apabila koefisien determinasi suatu variabel independen paling besar, maka variabel independen tersebut adalah variabel yang berpengaruh.

## **BAB 1V**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **1. Sejarah Somethinc.**

Somethinc merupakan brand kosmetik lokal yang di luncurkan pada 29 Mei 2019 Somethinc adalah merek kecantikan lokal Indonesia yang berfokus pada perawatan kulit yang terinspirasi dari teman-teman millennial saat ini yang mencari produk perawatan kulit dan tata rias wajah yang tentunya bersertifikat halal untuk gaya hidup aktif mereka guna menjawab kebutuhan konsumen Indonesia dengan tentunya menawarkan bahan-bahan berkualitas unggul dengan harga terjangkau. Dalam waktu dua tahun, produk tumbuh pesat dan berhasil mencapai Top 1 pangsa pasar perawatan kulit terbesar di platform digital Indonesia yaitu Shopee. Somethinc juga menjadi merek perawatan kulit terlaris no 1 di platform e-commerce Indonesia Shopee Dinobatkan sebanyak sembilan kali berturut-turut pada tahun 2021.

Somethinc juga telah menjadi salah satu merek perawatan kulit teratas di toko kosmetik modern, Somethinc telah berkembang dengan meluncurkan lebih dari 120 produk make up. Somethinc memiliki saluran distribusi yang sangat luas dan dapat ditemukan di berbagai e-commerce dan ribuan toko kosmetik di 81 kota di Indonesia.

Irene Ursula pendiri Somethinc mengembangkan platform e-commerce, Irene mengetahui bahwa beauty enthusiast di Indonesia lebih

tertarik dengan brand internasional, karena saat itu pasar Indonesia belum mempercayai kualitas produk kecantikan lokal, padahal kualitasnya setara dengan produk internasional.

Untuk membangun kepercayaan itu, Irene memutuskan untuk memperluas penawaran nya ke produk kecantikan lokal dengan tujuan untuk membuktikan bahwa produk kecantikan di Indonesia dapat bersaing secara global. Berdasarkan misi tersebut, Irene dan 60 anggota tim secara resmi meluncurkan produk Somethinc pada Mei 2019. Saat itu Irene melihat masalah kulit Indonesia untuk menemukan produk apa yang mereka butuhkan guna mengatasi kesenjangan di pasar Indonesia. Berdasarkan titik kritis tersebut, Irene melakukan penelitian mendalam dan menggunakan bahan dan formulasi berkualitas tinggi untuk memenuhi berbagai kebutuhan konsumen kecantikan di Indonesia. Namun sayangnya titik awal dari perjalanan bisnisnya mengalami kendala atau tidak semulus yang diharapkan. Pembelian masih sedikit bahkan hanya terjual satu paket per bulan. Saat itu, masyarakat di Indonesia juga masih agak ragu membeli produk lokal sementara produk dari luar negeri sudah banyak yang terkenal, tapi tentunya dengan harga yang pasti mahal. Oleh karena itu Irene tersadar bahwa inovasi dan kepercayaan konsumen merupakan kunci dari keberhasilannya menggeluti bidang kecantikan.

## 2. Visi Misi Somethinc.

Visi dan Misi Somethinc adalah membangun Somethinc sebagai *start up beauty brand* yang bisa *go global*, sehingga konsumen mancanegara bisa mendapatkan produk skincare terbaik di kelas nya, yaitu produk Somethinc dari Indonesia.

## 3. Tujuan Somethinc.

Melihat pasar yang cukup luas dan beragam, tak heran jika semakin hari semakin bermunculan brand-brand kosmetik lokal. Setiap brand kosmetik yang baru hadir di industri kosmetik tanah air pasti selalu menghadirkan produk yang berkualitas, seperti salah satunya ialah Somethinc. Somethinc hadir dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan generasi muda yang tidak hanya ingin berpenampilan menarik juga merasa penting untuk menggunakan bahan-bahan terpercaya dengan harga terjangkau.

## 4. Logo /Lambang Somethinc.



**Gambar 4.1 Logo Produk Kecantikan Somethinc**

## 5. Jenis-jenis produk Somethinc.

### a. Skincare

1. Moisturizer.
2. Cleansers.
3. Eye Treatment.
4. Toner.
5. Sunscreens.
6. Wash Off Mask.
7. Body & Lip Serum/Scrub.
8. Skin Set & Bundles.



Gambar 4.2 Skin Solver Serum



Body Crime& Oil



Moisturizer



Cleansers



Eye Treatment



Toners



Sunscreens



Wash Off Mask



Body & Lip Serum/Scrub



Skincare Set & Bundles

**Gambar 4.2 Jenis-jenis produk Skincare Somethinc.**

a. Makeup

1. Eye shadow.
2. Brows.
3. Eyeliner.
4. Cushion Foundation.
5. Compact & Loose Powder.
6. Contour & Bronzer.
7. Mascara.
8. Highlighter.
9. Blush On.
10. Face Palette.
11. Lips.
12. Setting Spray.
13. Makeup Set & Bundles.



Eyeshadow.



Brows.



Eyeliner.



Cushion Foundation.



Compact & Loose Powder.



Contour & Bronzer.



Mascara.



Highlighter.



CORA



FLAMINGO



Blush On.



Face Palette.



WHALE



OMI



ENCORE



APRICOT



CAMOUFLAGE



UMBRELLA



LIPY CADO



Lips.



Setting Spray, Makeup Set & Bundles, Accessories.

**Gambar 4.3 jenis-jenis makeup produk Somethinc.**

## **B. Deskripsi Data Penelitian**

### **1. Karakteristik Responden sesuai dengan Kuesioner.**

Berdasarkan kuesioner yang telah disebar, karakteristik dari 70 responden yang menggunakan produk Skincare Somethinc di Yogyakarta terdiri dari Jenis kelamin, Umur, dan pendapatan atau uang saku perbulan dapat di lihat sebagai berikut :

- a. Responden berdasarkan jenis kelamin.

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat di lihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.1  
Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	10	14.3%
Perempuan	60	85.7%
Total	70	100%

*Sumber: Lampiran*

Berdasarkan tabel di atas, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dari 70 responden yang memakai produk Skincare Somethinc, yang menjadi responden sebagian besar berjenis kelamin wanita sebanyak 60 orang dengan jumlah persentase 85.7% dan dengan jenis kelamin laki-laki lebih sedikit sebanyak 10 orang dengan jumlah persentase 14.3%.

b. Responden berdasarkan umur.

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan usia dapat di lihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.2  
Karakteristik responden berdasarkan umur.

Usia	Jumlah	Persentase
16 tahun – 20 tahun	12	17.1%
21 tahun – 25 tahun	50	71.4%
26 tahun – 30 tahun	6	8.6%
31 tahun – 40 tahun	2	2.9%
Total	70	100%

*Sumber: Lampiran*

Pada tabel di atas, karakteristik responden berdasarkan usia dari 70 responden yang memakai produk Skincare Somethinc, yang menjadi responden sebagian besar yang berusia 21 – 25 tahun sebanyak 50 orang dengan persentase 71.4%, dan usia 16 – 20 tahun sebanyak 12 orang dengan persentase 17.1%.

c. Responden berdasarkan pendapatan atau uang saku.

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pendapatan atau uang saku dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.3  
Karakteristik responden berdasarkan pendapatan/ uang saku.

Pendapatan/uang saku	Frekuensi	Persentase
Kurang dari Rp.500.000 (<Rp. 500.000)	17	23.3%
Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000	30	42.8%
Rp. 2.500.000 – Rp. 3.000.000	18	25.7%
Rp. 3.500.000 – Rp.4.000.000	2	2.9%
Rp5.500.000 - Rp. 5.000.000	3	4.3%
Total	70	100%

*Sumber: Lampiran*

Pada tabel4.3 di atas, karakteristik responden berdasarkan pendapatan atau uang saku bulanan dari 70 responden yang menggunakan produk skincare Somethinc, yang menjadi responden sebagian besar pendapatan atau uang saku perbualan Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000 sebanyak 30 orang dengan persentase dengan 42.8%, dan pendapatan atau uang saku perbualan kedua terbanyak dari Rp. 2.500.000 – Rp. 3.000.000 sebanyak 18 orang dengan persentase 25.7%.

### C. Analisis Data Penelitian Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis.

#### 1. Hasil Analisis Data Penelitian.

##### a. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.

Analisis regresi linier berganda ini bertujuan untuk mengetahui hubungan variabel independen (kualitas produk dan harga produk) dengan variabel dependen (kepuasan pelanggan). Perhitungan analisis regresi linier berganda ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 16.0 dan di peroleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.4

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.375	1.685		.816	.418
	Kualitas (X1)	.602	.174	.399	3.464	.001
	Harga (X2)	.730	.161	.523	4.533	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)						

Sumber: Lampiran

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dapat dilihat nilai konstanta (nilai  $\alpha$ ) sebesar 1.375 dan untuk kualitas produk (X1)(nilai  $\beta$ ) sebesar 0,602 dan untuk harga (X2)(nilai  $\beta$ ) sebesar 0,730. Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,602 X_1 + 0,730X_2 - 3,107$$

b. Hasil Uji kualitas instrumen penelitian.

Hasil uji kualitas instrumen terdiri dari Uji Validitas dan Reliabilitas sebagai berikut:

1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji valid atau tidaknya suatu instrumen dari variabel kualitas produk ( $X_1$ ), harga produk ( $X_2$ ), dan kepuasan konsumen ( $Y$ ).

Berikut adalah hasil uji validitas variabel:

a. Kualitas produk ( $X_1$ ) dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.5  
Hasil uji validitas variabel Kualitas ( $X_1$ ).

No	Pertanyaan	Korelasi	Signifikansi	Keterangan
1	Kualitas 1	0,822	0,000	Valid
2	Kualitas 2	0,886	0,000	Valid
3	Kualitas 3	0,874	0,000	Valid
4	Kualitas 4	0,864	0,000	Valid
5	Kualitas 5	0,897	0,000	Valid

Sumber: Lampiran

Berdasarkan hasil uji validitas dari tabel 4.5 Kualitas produk ( $X_1$ ) dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item pertanyaan dalam variabel kualitas dinyatakan valid karena nilai signifikansi nya kurang dari 0,05 ( $<0,05$ ), berdasarkan hasil uji menggunakan SPSS versi 16.0.

2. Harga ( $X_2$ ) dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.6  
Hasil Uji validitas variabel Harga (X<sub>2</sub>).

No	Pertanyaan	Korelasi	Signifikansi	Keterangan
1	Harga1	0,821	0,000	Valid
2	Harga 2	0,902	0,000	Valid
3	Harga 3	0,815	0,000	Valid
4	Harga 4	0,866	0,000	Valid
5	Harga 5	0,913	0,000	Valid

Sumber: Lampiran

Berdasarkan hasil uji validitas dari tabel 4.6 Harga (X<sub>2</sub>) dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item pertanyaan dalam variabel harga dinyatakan valid karena nilai signifikansi nya kurang dari 0,05 (<0,05), berdasarkan hasil uji menggunakan SPSS versi 16.0.

3. Kepuasan Pelanggan (Y) dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.7  
Hasil uji validitas variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pertanyaan	Korelasi	Signifikansi	Keterangan
1	Kepuasan Pelanggan 1	0,882	0,000	Valid
2	Kepuasan Pelanggan 2	0,920	0,000	Valid
3	Kepuasan Pelanggan 3	0,834	0,000	Valid
4	Kepuasan Pelanggan 4	0,912	0,000	Valid
5	Kepuasan Pelanggan 5	0,876	0,000	Valid
6	Kepuasan Pelanggan 6	0,899	0,000	Valid
7	Kepuasan Konsumen 7	0,917	0,000	Valid

Sumber: Lampiran

Berdasarkan hasil uji validitas dari tabel 4.7 Kepuasan konsumen (Y) dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item pertanyaan dalam variabel Kepuasan Pelanggan dinyatakan valid karena nilai signifikannya kurang dari 0,05 ( $<0,05$ ), berdasarkan hasil uji menggunakan SPSS versi 16.0.

## 2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menetapkan apakah kestabilan suatu instrumen penelitian dari variabel kualitas produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), dan kepuasan konsumen (Y), untuk ukuran reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Cronbach Alpha*  $> 0,6$  menunjukkan instrumen penelitian dikatakan reliabel, jika *Cronbach Alpha*  $< 0,6$  instrumen penelitian tidak reliabel.

Tabel 4.8  
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i> ( $\alpha$ ).	Kesimpulan	Keterangan
1	Kualitas produk ( $X_1$ )	0,918	$>0,6$	Reliable
2	Harga produk ( $X_2$ )	0,911	$>0,6$	Reliable
3	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,955	$>0,6$	Reliable

Sumber: Lampiran

Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat disimpulkan bahwa variabel yang terkait dalam penelitian ini yaitu variabel kualitas

produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), dan kepuasan pelanggan ( $Y$ ) dinyatakan reliabel, karena nilai dari *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,6 ( $>0,6$ ).

## 2. Uji Asumsi Klasik.

### A. Uji Normalitas.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk menguji normalitas yaitu metode Kolmogorov Smirnov. Signifikan variabel dapat terlihat setelah melakukan pengujian normalitas, jika nilai signifikan variabel lebih besar dari 0,05 ( $>0,05$ ) maka data ber distribusi normal.

Tabel 4.9  
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.86527704
Most Extreme Differences	Absolute	.155
	Positive	.155
	Negative	-.100
Kolmogorov-Smirnov Z		1.293
Asymp. Sig. (2-tailed)		.071
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Lampiran

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 4.9 dapat dilihat bahwa hasil signifikan sebesar 0,071 hal tersebut menunjukkan

bahwa 0,071 lebih besar dari 0,05 ( $>0,05$ ) sehingga dapat dikatakan ber distribusi normal.

### 3. Uji Hipotesis.

#### A. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Hasil uji t digunakan untuk menunjukkan adanya pengaruh variabel kualitas, harga, dan merek secara keseluruhan atau masing-masing terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 4.10  
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.375	1.685		.816	.418
	Kualitas (X1)	.602	.174	.399	3.464	.001
	Harga (X2)	.730	.161	.523	4.533	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)						

Sumber: Lampiran

Berdasarkan hasil uji parsial dapat dilihat pada tabel 4.10 diatas dengan menggunakan program SPSS versi 16.0 sebagai berikut:

1. Hasil pengujian pengaruh kualitas produk ( $X_1$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Berdasarkan analisis menggunakan regresi linier berganda yang terdapat pada tabel 4.10 sebelumnya diketahui nilai signifikan variabel kualitas produk ( $X_1$ ) yaitu sebesar 0,001 yang kurang dari 0,05 ( $<0,05$ ). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  yang

menyatakan kualitas produk ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) dapat diterima.

2. Hasil pengujian pengaruh harga ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Berdasarkan analisis menggunakan regresi linier berganda yang terdapat pada tabel 4.10 sebelumnya diketahui nilai signifikan variabel harga ( $X_2$ ) yaitu sebesar 0,000 yang kurang dari 0,05 ( $<0,05$ ). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  yang menyatakan harga ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) dapat diterima.

#### B. Hasil Uji f (Uji Simultan)

Hasil uji f digunakan untuk mengetahui apakah terhadap pengaruh variabel kualitas, harga, dan merek secara serentak pada variabel kepuasan konsumen, adapun uji f dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.11  
Hasil uji f

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2268.166	2	1134.083	134.134	.000 <sup>a</sup>
	Residual	566.477	67	8.455		
	Total	2834.643	69			
a. Predictors: (Constant), Harga ( $X_2$ ), Kualitas ( $X_1$ )						
b. Dependent Variable: Kepuasan (Y)						

Sumber: Lampiran

Berdasarkan hasil uji f dilakukan pada tabel 4.11 diatas dapat diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05 ( $<0,05$ ) maka di simpulkan bahwa variabel kualitas, harga, dan merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  yang menyatakan kualitas produk dan harga produk secara serentak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima.

#### C. Hasil Uji Koefisien Korelasi (R)

Hasil uji koefisien korelasi (R) dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.12  
Hasil uji koefisien korelasi (R)

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.895 <sup>a</sup>	.800	.794	2.90773
a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas (X1)				

*Sumber: Lampiran*

Berdasarkan tabel 4.12 diatas dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi (R) adalah sebesar 0,895 yang menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas produk dan harga produk adanya hubungan yang sangat kuat dan positif.

#### D. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.13  
Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ )

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.895 <sup>a</sup>	.800	.794	2.90773
a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas (X1)				

Sumber: Lampiran

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh atau menunjukkan persentase pengaruh semua variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dari hasil analisis tabel 4.13 diatas dapat diketahui bahwa nilai Adjusted R Square 0,794, berarti bahwa variabel independen yaitu kualitas produk dan harga produk memiliki pengaruh sebesar 79,4% terhadap kepuasan konsumen sedangkan sisanya 20,6% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

#### **D. Pembahasan Analisis Data**

Penelitian yang dilakukan ini digunakan untuk memutuskan pengaruh kualitas produk dan harga produk terhadap kepuasan pelanggan. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna produk Somethinc. Dalam penelitian ini responden nya berjumlah 70 orang.

Berdasarkan hasil penelitian, disini terlihat lebih banyak mayoritas responden adalah perempuan yaitu sebanyak 60 orang dan laki-laki sebanyak 10 orang dengan persentase 85,7% perempuan dan 14,3% laki-laki. Sedangkan berdasarkan usia, mayoritas responden adalah usia 21-25 tahun yaitu sebanyak 50 orang dengan persentase 71,4%. Sedangkan yang terbanyak kedua dengan usia 16-20 tahun sebanyak 12 orang dengan persentase 17,1%, dan yang banyak ketiga usia 26-30 tahun sebanyak 6 orang dengan persentase 8,6%.

Berdasarkan hasil penelitian hasil uji kualitas instrumen, menunjukan uji validitas untuk variabel kualitas produk ( $X_1$ ), dan harga produk ( $X_2$ ), kepuasan pelanggan (Y) nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05(<0,05) kedua variabel dinyatakan reliabel atau valid. Dan kemudian uji reliabilitas menunjukan penelitian dari variabel kualitas produk ( $X_1$ ) memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,918, sedangkan harga produk ( $X_2$ ) memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,911, dan kepuasan pelanggan (Y) memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,955. Sehingga dari variabel tersebut nilai signifikan dinyatakan reliabel karena lebih dari 0,06 (>0,06).

Berdasarkan hasil uji t untuk variabel kualitas produk ( $X_1$ ) menunjukan nilai signifikansi 0,001 dimana nilai tersebut kurang dari 0,05(<0,05) dengan demikian hipotesis pertama dapat diterima ( $H_1$ ) variabel kualitas produk ( $X_1$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Untuk uji t variabel harga ( $X_2$ ) menunjukan nilai

signifikansi 0,000 nilai tersebut kurang dari 0,05(<0,05) dengan demikian hipotesis kedua dapat diterima ( $H_2$ ) variabel harga ( $X_2$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

Berdasarkan hasil uji f, dapat diketahui secara bersama-sama (simultan) variabel independen dapat berpengaruh secara serentak dan signifikan terhadap variabel dependen apabila memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05(<0,05), dalam penelitian ini diketahui hasil dari uji f variabel kualitas produk ( $X_1$ ), harga produk ( $X_2$ ), yaitu sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 (<0,05). Jika diterapkan secara bersama-sama dapat mempengaruhi kepuasan konsumen (Y) pada pembelian produk skincare Somethinc.

Berdasarkan hasil uji korelasi menunjukkan nilai R sebesar 0,895 yang menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas produk ( $X_1$ ), dan harga produk ( $X_2$ ), adanya hubungan yang kuat dan positif terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Berdasarkan hasil uji determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan nilai sebesar 0,794. Nilai tersebut berarti bahwa nilai sebesar 79,4% kepuasan konsumen oleh variabel kualitas produk ( $X_1$ ), dan harga produk ( $X_2$ ), sedangkan sisanya sebesar 20,6% dipengaruhi oleh variabel lain.

### **1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.**

Kualitas produk adalah kondisi fisik, fungsi dan sifat suatu produk baik barang atau jasa berdasarkan tingkat mutu yang diharapkan dengan

tujuan memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen atau pelanggan. Semakin baik kualitas suatu produk semakin meningkatkan kepuasan konsumen, berdasarkan hasil penelitian variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Vita Karina Nauli Siahaan (2021) meneliti tentang Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Skincare Emina. Menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, citra merek, dan kualitas pelayanan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap minat beli ulang, serta hanya variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang. Kualitas produk dan citra merek berpengaruh terhadap minat beli ulang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pembelian produk skincare Somethinc. Serta sejalan juga dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sari Karoline (2022) meneliti tentang Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc Pada Era Pandemic Covid-19. Menunjukkan bahwa Citra merek, kualitas produk, dan harga secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Citra merek secara parsial (keseluruhan) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Serta Harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

## **2. Pengaruh harga produk terhadap kepuasan konsumen.**

Harga merupakan salah satu variabel bahruan pemasaran yang sangat penting dalam manajemen pemasaran, harga juga merupakan satu variabel bahruan pemasaran yang fleksibel, harga merupakan suatu nilai produk, karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen, harga juga menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli suatu barang. Berdasarkan penelitian pengaruh variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan terhadap produk skincare Somethinc. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sari Karoline (2022) meneliti tentang Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc Pada Era Pandemic Covid-19. Menunjukkan bahwa Citra merek, kualitas produk, dan harga secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Citra merek secara parsial (keseluruhan) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Serta Harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan penelitian dapat menyimpulkan yaitu sebagai berikut:

1. Hasil dari pengujian variabel Kualitas produk menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama dapat diterima.
2. Hasil dari pengujian variabel harga produk menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan variabel harga terhadap kepuasan pelanggan, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua dapat diterima.
3. Hasil dari variabel kualitas produk, dan harga produk menunjukkan bahwa secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga dapat diterima.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan penelitian maka saran yang dapat disampaikan:

1. Bagi perusahaan, untuk tetap mempertahankan kualitas produk dan harga, serta tetap melakukan peningkatan dari segi kualitas produk dan

dari segi harga produk menjadi lebih baik lagi, dan membuat inovasi produk yang baru lagi dan lebih beragam.

2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan dan referensi bagi penelitian selanjutnya, untuk mengembangkan variabel-variabel lain di luar variabel yang sudah ada dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* (8 ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Karoline, S. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc Pada Era Pandemi Covid 19. *Universitas Sanata Dharma* , 51-65.
- Kotler, P., & Armstrong, N. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Manajemen* (14 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Manajemen*. London: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Manajemen* (1 ed.). London: Pearson Education.
- Siahaan, V. K. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Skincare emina. *Universitas Sanata Dharma* , 45-60.
- Sugiyono. (2013). *Metode Peneliitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: 2018.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supit, D. D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Presepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Trehadap keputusan Pembelian Ulang Produk Kecantikan. *Universitas Negri Yogyakarta* , 56-58.
- Supranto, J. (2000). *Teknik Sampling Untuk Survei dan Eksperinen*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono. (2016). *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.

web

<https://somethinc.com/> diakses dari tanggal 24 januari 2023

[https://somethinc.com/id/collection/makeup-sets?gclid=CjwKCAiA85efBhBbEiwAD7oLQJ87oTpGyx1SUIKJ8LxNN1Vr1c\\_mhCNqACdsWyHi2LrbK1vQUiuXZBoCg4wQAvD\\_BwE](https://somethinc.com/id/collection/makeup-sets?gclid=CjwKCAiA85efBhBbEiwAD7oLQJ87oTpGyx1SUIKJ8LxNN1Vr1c_mhCNqACdsWyHi2LrbK1vQUiuXZBoCg4wQAvD_BwE) diakses dari tanggal 24 januari 2023

<https://www.atome.id/blog/15-brand-skincare-lokal-terbaik-yang-produknya-lengkap> diakses dari tanggal 28 Januari 2023

<https://repository.bakrie.ac.id/5061/1/00%20Cover.pdf> diakses dari tanggal 6 Februari 2023

<http://repository.uin-suska.ac.id/58858/2/SKRIPSI%20SUPIANA%20PUTRI.pdf>

# LAMPIRAN

# **Lampiran 1**

## **Kuesioner**

## KUESIONER PENELITIAN

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PRODUK SKINCARE SOMETHINC DI YOGYAKARTA**

---

Kepada.

Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i konsumen

Produk Skincare Somethinc di Yogyakarta

Dengan segala kerendahan hati, kami mohon kesediaan, kerelaan dan keikhlasan Bapak/ Ibu/ Saudara/i untuk mengisi kuesioner penelitian kami dalam menyelesaikan program studi Sarjana Manajemen retail Bisnis Kesehatan Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis Yogyakarta. Kuesioner ini semata-mata digunakan untuk kepentingan ilmiah, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis tentang “**Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Skincare Somethinc Di Yogyakarta**”

Kerahasiaan dan kejujuran jawaban yang Bapak/Ibu/saudara/i berikan tidak akan dinilai benar atau salah, oleh karena itu saya mohon dapat memberikan jawaban sejujur-jujur nya dan sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya, informasi yang saya peroleh dari Bapak/Ibu/Saudara/i hanya saya gunakan untuk kepentingan ilmiah. Kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini merupakan sumbangan yang sangat berguna bagi penelitian yang saya lakukan.

Akhirnya atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i, saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya, demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, atas kesediaan Bapak/Ibu/ Saudara/i saya ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 17 Januari 2023

Hormat saya,

Fransiska Sulistia Ningsih

NIM : 21020022

## **IDENTITAS RESPONDEN**

**Petunjuk pengisian :** Saudara/i menjawab setiap pertanyaan dengan sejujurnya, pertanyaan di bawah ini adalah menyangkut data pribadi Anda. Silahkan Anda memilih sesuai dengan diri Anda dengan cara :

### **I. Data diri**

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
3. Usia Anda :
  - a. 16-20 tahun
  - b. 21-25 tahun
  - c. 26-30 tahun
  - d. 31-40 tahun
4. Pendapatan / Uang saku perbulan :
  - a. < Rp.500.000
  - b. Rp. 1.000.000 - Rp.2.000.000
  - c. Rp. 2.500.000 - Rp. 3.000.000
  - d. Rp. 3.500.000 - Rp. 4.000.000
  - e. Rp. 4.500.000- Rp. 5.000.000

## **KUESIONER**

Kuesioner ini terdiri dari empat bagian pertanyaan yaitu :

Bagian A : berisi tentang kualitas produk Skincare Somethinc.

Bagian B : berisi tentang harga produk Skincare Somethinc.

Bagian C: berisi tentang kepuasan pelanggan pada produk Skincare Somethinc.

1. Jawablah semua pernyataan secara rasional sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya.
2. Pilihlah jawaban yang sesuai dengan tanggapan Saudara/Saudari.
3. Tanda o dengan centang (✓) pada jawaban yang anda pilih.

**Petunjuk pengisian :** Silahkan Anda pilih jawaban menurut ada yang paling sesuai dengan pendapat Anda dengan memberikan tanda checklist(✓).

Kriteria penilaian sebagai berikut :

**Keterangan :**

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

**Nilai Skor :**

SS : 5

S : 4

N : 3

TS : 2

STS : 1

A. Variabel Kualitas (X1)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Produk Skincare Somethinc memiliki ciri-ciri yang unik dan mudah dikenali.					
2	Produk Skincare Somethinc karena memiliki daya tarik tersendiri dan desain yang berbeda dari merek lain.					
3	Produk Skincare Somethinc memiliki keragaman produk sesuai dengan jenis kulit dan terbuat dari bahan-bahan yang aman serta bahan yang digunakan memberikan kenyamanan.					
4	Produk Skincare Somethinc bisa digunakan setiap hari dan memiliki daya tahan yang lama.					
5	Produk Skincare Somethinc memiliki fungsi dan kegunaan sesuai dengan harapan yang diinginkan.					

B. Variabel Harga (X2)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Produk Skincare Somethinc memiliki harga yang tergolong terjangkau.					

2	Produk Skincare Somethinc memiliki harga yang bervariasi sesuai dengan kegunaan.					
3	Harga Skincare Somethinc dapat bersaing dengan produk lainnya.					
4	Harga Skincare Somethinc sesuai dengan kualitasnya.					
5	Harga Skincare Somethinc sesuai dengan manfaat yang dirasakan.					

C. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Akan membeli produk Somethinc sebagai pilihan pertama dalam membeli produk kecantikan (skincare).					
2	Membeli produk skincare Somethinc karena saya membutuhkan produk tersebut untuk kesehatan kulit dan menunjang penampilan.					
3	Membeli produk skincare Somethinc karena melihat promosi melalui media sosial.					
4	Merasa harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan sehingga membuat yakin membeli produk skincare Somethinc.					
5	Kualitas produk yang terjamin, membuat menjadi yakin untuk membeli produk Somethinc.					
6	Saya akan kembali membeli produk skincare Somethinc di masa yang akan datang.					
7	Saya bersedia merekomendasikan produk Somethinc kepada teman dan keluarga.					

**Lampiran 2**  
**Karakteristik Responden**

<b>No</b>	<b>Nama Responden</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Kode</b>	<b>Usia</b>	<b>Kode</b>	<b>Pendapatan / uang saku bulanan</b>	<b>Kode</b>
1	Anastasia Jesika	Perempuan	2	16-20 tahun	1	Rp. 4.500.000-Rp. 5.000.000	5
2	Vava S. Diawanda	Laki-laki	1	21-25 tahun	2	Rp. 2.500.000-Rp. 3.000.000	3
3	Christina Denissa	Perempuan	2	16-20 tahun	1	Rp. 1.000.000-Rp. 2.000.000	2
4	Elisa Cindy	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Rp. 1.000.000-Rp. 2.000.000	2
5	Laila	Perempuan	2	16-20 tahun	1	Rp. 1.000.000-Rp. 2.000.000	2
6	Adilla	Perempuan	2	16-20 tahun	1	Rp. 1.000.000-Rp. 2.000.000	2
7	Jery Christian	Laki-Laki	1	16-20 tahun	1	Rp. 1.000.000-Rp. 2.000.000	2
8	Fafik Yona	Perempuan	2	16-20 tahun	1	Rp2.500.000 – Rp 3.000.000	3
9	Emilia Mira	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Kurang Rp500.000	1
10	Delila	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Kurang Rp500.000	1
11	Suziana	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Rp. 1.000.000-Rp. 2.000.000	2
12	Nadine	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Rp. 2.500.000 – Rp 3.000.000	3
13	Monika	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Kurang Rp500.000	1
14	Priska	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Kurang Rp500.000	1
15	Cherry Sakura	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Rp. 2.500.000 – Rp 3.000.000	3
16	Lusia Eni	Perempuan	2	26-30 tahun	3	Rp. 2.500.000 – Rp 3.000.000	3
17	Andri Wulandari	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Rp1.500.000 – Rp2.000.000	2
18	Carmel	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Rp 1.000.000 – Rp2.000.000	2
19	Aleksius Sandra	Laki-laki	1	21-25 tahun	2	Rp 2.500.000 –Rp 3.000.000	3
20	Nando Gladesz	Laki-laki	1	21-25 tahun	2	Rp 1.000.000 – Rp2.000.000	2
21	Purwa	Perempuan	2	16-20 tahun	1	Kurang Rp500.000	1
22	Ika	Perempuan	2	16-20 tahun	1	Kurang Rp500.000	1

23	Vauziaariesmaputri	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Rp1.000.000 – Rp2.000.000	2
24	Resti Wahyu W	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Rp 2.500.000 –Rp 3.000.000	3
25	Trilestari	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Rp 1.000.000 –Rp 2.000.000	2
26	Alada Tanpa Lesi	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	2
27	Rani	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	2
28	Eunike Windy L	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Rp 3.500.000 – Rp 4.000.000	4
29	Siti Nurdianawati	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Rp1.000.000 – Rp 2.000.000	2
30	Galuh	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Rp2.500.000 – Rp 3.000.000	3
31	Vivi	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	2
32	Risti Ningsih	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Kurang Rp500.000	1
33	Datu	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Kurang Rp500.000	1
34	Nursakilah Fitri	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	2
35	Elviana Uba S.B.R	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Kurang Rp500.000	1
36	Aryanto Tang	Laki-laki	1	21-25 tahun	2	Kurang Rp500.000	1
37	Alisia M Buring	Perempuan	2	16-20 tahun	1	Kurang Rp500.000	1
38	Sucianti Saldi	Perempuan	2	16-20 tahun	1	Kurang Rp500.000	1
39	Elsabeth	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	2
40	Angel	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	2
41	Dian	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	2
42	Putri	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	2
43	Agnes B	Perempuan	2	26-30 tahun	3	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	2
44	Laura Batta	Perempuan	2	31-40 tahun	4	Rp 2.500.000 – Rp 3.000.000	3
45	Tri Utami	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	2
46	Rosince Dendo	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	2

47	Tania Batta	Perempuan	2	16-20 tahun	1	Kurang Rp500.000	1
48	Toton	Laki-laki	1	21-25 tahun	2	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	2
49	Andri	Laki-laki	1	21-25 tahun	2	Rp 2.500.000 – Rp 3.000.000	3
50	Edward Taruk	Laki-laki	1	21-25 tahun	2	Kurang Rp500.000	1
51	Dewy	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Kurang Rp500.000	1
52	Indah Saidah	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Rp 2.500.000 – Rp 3.000.000	3
53	Cici	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Rp 2.500.000 – Rp 3.000.000	3
54	Anggita	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Rp 4.500.000 - Rp 5.000.000	5
55	Darny	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Kurang Rp500.000	1
56	Afenia Vila R.L.E	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Kurang Rp500.000	1
57	Herlina Gulo	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	2
58	Rista Fernandes	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Rp 2.500.000 – Rp 3.000.000	3
59	Intan	Perempuan	2	26-30 tahun	3	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	2
60	Susi	Perempuan	2	31-40 tahun	4	Rp 2.500.000 – Rp 3.000.000	3
61	Ica	Perempuan	2	26-30 tahun	3	Rp 3.500.000 – Rp 4.000.000	4
62	Memy	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	2
63	M	Laki-laki	1	26-30 tahun	3	Rp 2.500.000 – Rp 3.000.000	3
64	Jane	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	2
65	Nia	Perempuan	2	26-30 tahun	3	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	2
66	Natalia	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	2
67	Delvin	Laki-laki	1	21-25 tahun	2	Rp 2.500.000 – Rp 3.000.000	3
68	Mesty Sanam	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	2
69	Miryantika	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Rp 3.500.000 – Rp 4.000.000	4
70	Amelia Sari	Perempuan	2	21-25 tahun	2	Rp 2.500.000 – Rp 3.000.000	3

- Jenis Kelamin
  - Laki- laki :1
  - Perempuan :2
- Usia
  - 16-20THN :1
  - 21-25 THN :2
  - 26-30 THN :3
  - 31-40 THN :4
- Uang bulanan
  - < Rp.500.000 : 1
  - Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000 : 2
  - Rp. 2.500.000 - Rp. 3.000.000 : 3
  - Rp. 3.500.000 - Rp. 4.000.000 : 4
  - Rp. 4.500.000 – Rp. 5.000.000 : 5

**Lampiran 3**  
**Tabulasi Data Responden**

No	Kualitas (X1)					Total K	Harga (X2)					Total H	Kepuasan (Y)							Total Y
	K1	K2	K3	K4	K5		H1	H2	H3	H4	H5		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	
1	4	3	4	4	5	20	3	4	5	4	4	20	3	4	4	4	4	4	4	27
2	4	3	4	4	3	18	4	4	3	3	4	18	3	3	3	3	4	3	3	22
3	4	3	4	4	4	19	3	4	4	3	3	17	3	3	3	4	4	4	4	25
4	3	1	2	2	2	10	2	2	4	2	2	12	2	2	2	2	2	2	3	15
5	5	3	5	3	3	19	1	1	5	5	3	15	3	5	3	5	3	3	3	25
6	3	3	3	4	3	16	1	2	5	3	3	14	3	5	5	4	4	5	5	31
7	4	3	5	3	4	19	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
8	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	4	4	28
9	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
10	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
11	4	3	4	4	3	18	4	4	4	4	4	20	3	4	3	4	3	4	4	25
12	5	3	5	3	4	20	2	4	4	4	3	17	2	3	4	4	4	4	4	25
13	3	3	2	4	3	15	3	2	2	1	2	10	3	2	3	2	2	3	2	17
14	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	2	2	1	3	3	3	2	16
15	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
17	4	4	5	5	5	23	4	5	4	4	5	22	5	5	3	4	4	4	5	30
18	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
19	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	5	5	5	33
20	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	7
21	4	5	5	3	4	21	4	5	4	5	5	23	3	4	2	4	5	4	4	26
22	3	4	4	4	4	19	2	4	4	4	4	18	3	3	1	3	4	3	3	20
23	4	3	4	3	4	18	2	4	4	4	4	18	2	3	4	3	4	3	5	24
24	5	4	4	4	3	20	4	4	4	3	3	18	4	4	3	4	3	3	3	24
25	4	4	4	4	4	20	4	5	5	4	4	22	3	4	3	4	3	4	4	25
26	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
27	3	3	4	3	4	17	4	4	4	3	3	18	2	3	4	3	3	3	4	22
28	5	2	3	1	4	15	1	4	3	5	2	15	1	3	5	4	2	3	3	21
29	4	4	5	4	4	21	5	4	4	4	4	21	4	4	5	5	5	4	5	32
30	4	4	5	5	4	22	4	5	4	5	4	22	3	4	4	4	4	3	4	26
31	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	3	3	3	3	3	3	3	21
32	4	3	4	4	5	20	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	5	4	4	29
33	4	4	4	4	4	20	4	5	4	5	4	22	5	4	5	4	5	4	4	31

34	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
35	5	4	3	5	5	22	3	3	5	3	3	17	5	4	5	4	5	3	5	31
36	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
37	4	3	4	4	4	19	4	5	4	5	4	22	3	4	4	4	4	4	4	27
38	3	4	4	5	5	21	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
39	4	3	4	3	4	18	3	4	4	4	4	19	3	3	3	3	4	3	4	23
40	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
41	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25	4	5	4	5	4	5	4	31
42	3	4	4	3	3	17	4	5	5	4	3	21	5	5	5	5	5	5	5	35
43	5	5	5	3	5	23	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
44	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
45	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
46	4	5	4	5	4	22	5	4	5	4	5	23	4	5	4	5	4	5	4	31
47	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
48	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
49	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
50	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
51	3	4	4	3	3	17	3	4	4	3	4	18	3	4	4	3	3	3	3	23
52	4	5	5	4	4	22	5	5	4	4	5	23	5	5	4	5	5	5	5	34
53	4	4	4	3	3	18	4	4	3	4	4	19	4	3	4	3	4	4	4	26
54	4	4	3	4	3	18	3	4	4	3	3	17	5	4	3	5	4	4	3	28
55	5	4	4	5	5	23	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	4	4	5	33
56	4	3	4	3	4	18	4	4	3	4	4	19	3	4	4	4	4	4	4	27
57	4	3	5	5	5	22	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
58	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
59	4	5	4	5	4	22	5	4	5	4	5	23	5	5	5	5	5	5	5	35
60	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
61	4	4	4	4	5	21	4	5	4	5	5	23	5	4	4	4	4	4	4	29
62	4	5	5	5	5	24	3	3	4	4	4	18	5	4	4	4	4	5	5	31
63	3	3	4	4	4	18	5	2	3	2	2	14	2	2	2	2	3	2	3	16
64	2	3	3	2	3	13	3	3	3	3	3	15	3	4	3	3	3	3	3	22
65	5	5	4	4	4	22	5	4	5	4	4	22	4	5	4	4	4	4	4	29
66	4	3	3	4	4	18	3	3	3	3	3	15	3	4	3	4	4	4	4	26
67	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
68	4	3	2	2	3	14	1	2	4	5	5	17	4	4	5	2	2	2	3	22
69	2	1	1	2	2	8	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	2	2	14
70	3	4	5	3	3	18	5	5	4	5	3	22	3	4	3	4	5	1	3	23

# **Lampiran 4**

## **Uji Validitas**

## UJI VALIDITAS

### KUALITAS X1

#### Correlations

Notes		
Output Created		25-Jan-2023 16:58:20
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	70
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax	CORRELATIONS /VARIABLES=Kualitas1 Kualitas2 Kualitas3 Kualitas4 Kualitas5 KUALITAS /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.	
Resources	Processor Time	00:00:00.000
	Elapsed Time	00:00:00.000

<b>Correlations</b>							
		Kualitas1	Kualitas2	Kualitas3	Kualitas4	Kualitas5	KUALITAS
Kualitas1	Pearson Correlation	1	.636**	.677**	.583**	.720**	.822**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70
Kualitas2	Pearson Correlation	.636**	1	.749**	.745**	.694**	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70
Kualitas3	Pearson Correlation	.677**	.749**	1	.638**	.736**	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70
Kualitas4	Pearson Correlation	.583**	.745**	.638**	1	.761**	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70
Kualitas5	Pearson Correlation	.720**	.694**	.736**	.761**	1	.897**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	70	70	70	70	70	70
KUALITAS	Pearson Correlation	.822**	.886**	.874**	.864**	.897**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	70	70	70	70	70	70
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							

## **HARGA X2**

### **Correlations**

<b>Notes</b>		
Output Created		25-Jan-2023 17:04:42
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	70
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=Harga1 Harga2 Harga3 Harga4 Harga5 HARGA /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time	00:00:00.063
	Elapsed Time	00:00:00.016

<b>Correlations</b>							
		Harga1	Harga2	Harga3	Harga4	Harga5	HARGA
Harga1	Pearson Correlation	1	.753**	.532**	.505**	.674**	.821**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70
Harga2	Pearson Correlation	.753**	1	.611**	.746**	.752**	.902**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70
Harga3	Pearson Correlation	.532**	.611**	1	.724**	.724**	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70
Harga4	Pearson Correlation	.505**	.746**	.724**	1	.803**	.866**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70
Harga5	Pearson Correlation	.674**	.752**	.724**	.803**	1	.913**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	70	70	70	70	70	70
HARGA	Pearson Correlation	.821**	.902**	.815**	.866**	.913**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	70	70	70	70	70	70
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							

## KEPUASAN PELANGGAN Y

### Correlations

Notes		
Output Created		25-Jan-2023 17:06:31
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	70
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=Kepuasan1 Kepuasan2 Kepuasan3 Kepuasan4 Kepuasan5 Kepuasan6 Kepuasan7 KEPUASAN /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time	00:00:00.063
	Elapsed Time	00:00:00.031



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

**Lampiran 5**  
**Uji Reliabilitas**

**UJI REALIBILITAS**

**Kualitas X1.**

**Reliability**

Notes		
Output Created		26-Jan-2023 15:13:32
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	70
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=Kualitas1 Kualitas2 Kualitas3 Kualitas4 Kualitas5 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time	00:00:00.016
	Elapsed Time	00:00:00.015

**Scale: ALL VARIABLES**

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	70	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	70	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.918	5

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kualitas1	15.84	12.685	.733	.911
Kualitas2	16.06	11.330	.811	.895
Kualitas3	15.79	11.707	.798	.898
Kualitas4	15.96	11.491	.776	.903
Kualitas5	15.84	11.845	.837	.890

**Harga X2**

**Reliability**

Notes		
Output Created		26-Jan-2023 15:17:06
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	70
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		<b>RELIABILITY</b> /VARIABLES=Harga1 Harga2 Harga3 Harga4 Harga5 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time	00:00:00.032
	Elapsed Time	00:00:00.016

**Scale: ALL VARIABLES**

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	70	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	70	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.911	5

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Harga1	16.34	13.272	.695	.913
Harga2	16.09	13.210	.838	.878
Harga3	16.00	15.101	.729	.902
Harga4	16.11	13.871	.787	.889
Harga5	16.20	13.409	.859	.874

## **Kepuasan Pelanggan Y**

### **Reliability**

Notes		
Output Created		26-Jan-2023 15:19:12
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	70
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=Kepuasan1 Kepuasan2 Kepuasan3 Kepuasan4 Kepuasan5 Kepuasan6 Kepuasan7 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time	00:00:00.031
	Elapsed Time	00:00:00.015

**Scale: ALL VARIABLES**

<b>Case Processing Summary</b>			
		N	%
Cases	Valid	70	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	70	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.955	7

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kepuasan1	24.21	29.330	.830	.950
Kepuasan2	23.99	30.391	.891	.945
Kepuasan3	24.13	30.519	.768	.955
Kepuasan4	24.01	30.623	.880	.946
Kepuasan5	24.00	31.014	.831	.949
Kepuasan6	24.11	30.161	.860	.947
Kepuasan7	23.97	30.811	.888	.945

**Lampiran 6**  
**Uji Asumsi Klasik**

## Uji Normlitas

### REGRESSION

#### NPar Tests

Notes		
Output Created		09-Feb-2023 18:24:55
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	70
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each test are based on all cases with valid data for the variable(s) used in that test.
Syntax		NPARTESTS /K-S(NORMAL)=RES_1 /MISSING ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00.031
	Elapsed Time	00:00:00.021
	Number of Cases Allowed <sup>a</sup>	196608
a. Based on availability of workspace memory.		

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.86527704
Most Extreme Differences	Absolute	.155
	Positive	.155
	Negative	-.100
Kolmogorov-Smirnov Z		1.293
Asymp. Sig. (2-tailed)		.071
a. Test distribution is Normal.		

## Regression

Notes		
Output Created		09-Feb-2023 18:22:46
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	70
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT Kepuasan Y /METHOD=ENTER KualitasX1 HargaX2 /SAVE RESID.
Resources	Processor Time	00:00:00.141
	Elapsed Time	00:00:00.264
	Memory Required	1636 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	0 bytes
Variables Created or Modified	RES_1	Unstandardized Residual

Variables Entered/Removed <sup>b</sup>			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Harga, Kualitas <sup>a</sup>		. Enter
a. All requested variables entered.			
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan			

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.895 <sup>a</sup>	.800	.794	2.908
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas				
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan				

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2268.166	2	1134.083	134.134	.000 <sup>a</sup>
	Residual	566.477	67	8.455		
	Total	2834.643	69			
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas						
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.375	1.685		.816	.418
	Kualitas	.602	.174	.399	3.464	.001
	Harga	.730	.161	.523	4.533	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

<b>Residuals Statistics<sup>a</sup></b>					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	8.03	34.67	28.07	5.733	70
Residual	-6.429	9.774	.000	2.865	70
Std. Predicted Value	-3.495	1.151	.000	1.000	70
Std. Residual	-2.211	3.362	.000	.985	70
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan					

# **Lampiran 7**

## **Uji Regresi Linier**

**ANALISIS LINIER GANDA**

**Regression**

Notes		
Output Created		25-Jan-2023 12:01:28
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	70
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT Y /METHOD=ENTER X1 X2.
Resources	Processor Time	00:00:00.063
	Elapsed Time	00:00:00.202
	Memory Required	1628 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	0 bytes

Variables Entered/Removed <sup>b</sup>			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Harga (X2), Kualitas (X1) <sup>a</sup>		. Enter
a. All requested variables entered.			
b. Dependent Variable: Kepuasan (Y)			

UJI R DAN UJI R<sup>2</sup>

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.895 <sup>a</sup>	.800	.794	2.90773
a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas (X1)				

#### UJI F

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2268.166	2	1134.083	134.134	.000 <sup>a</sup>
	Residual	566.477	67	8.455		
	Total	2834.643	69			
a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas (X1)						
b. Dependent Variable: Kepuasan (Y)						

#### UJI T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.375	1.685		.816	.418
	Kualitas (X1)	.602	.174	.399	3.464	.001
	Harga (X2)	.730	.161	.523	4.533	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)						