PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOKO PASID GALERY DI KOTA PADANG SIDIMPUAN

OLEH

PUTRI SULISNA
21090005

PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS BISNIS DAN PENDIDIKAN TERAPAN
UNIVERSITAS AUFA ROYHAN DI KOTA PADANGSIDIMPUAN
2025

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOKO PASID GALERY DI KOTA PADANG SIDIMPUAN

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Kewirausahaan (S.Bns)

OLEH:

PUTRI SULISNA
21090005

PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS BISNIS DAN PENDIDIKAN TERAPAN
UNIVERSITAS AUFA ROYHAN DI KOTA PADANGSIDIMPUAN
2025

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOKO PASID GALERY DI KOTA PADANG SIDIMPUAN

Skripsi ini telah diseminarkan dan dipertahankan dihadapan tim penguji Progam Studi Kewirausahaan Program Sarjana Universitas Aufa Royhan di Kota Padangsidimpuan

Menyetujui
Komisi Pembimbing

Pembimbing Utama

Nurlaila, S.Pd, M.M
NUPTK. 4051769670230303

Pembimbing Pendamping

Khairunnisa Butar-Butar,S.Pd, M.Ds
NUPTK. 2458768669230233

Ketua Program Studi Kewirausahaan Program Sarjana

Nurlaila, S.Pd, M.M
NUPTK. 4051769670230303

Dekan Fakultas Bisnis Dan Pendidikan Terapan

Indra Maulana, S. Pd, M. Pd
NUPTK. 4242769670130393

SURAT PERTANYAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Putri Sulisna

NIM : 21090006

Program Studi : Kewirausahaan Program Sarjana

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Pasid Galery Di Kota Padangsidimpuan" benar bebas plagiat, dan apabila suatu saat nanti terbukti saya melakuka plagiat, maka saya akan menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Padangsidimpuan, Maret 2025
Peneliti



Putri Sulisna
NIM. 21090005

IDENTITAS PENULIS

Nama	: Putri Sulisna
Nim	: 21090005
Tempat/Tanggal Lahir	: Sikapas, 09 September 2001
Jenis Kelamin	: Perempuan
Alamat	: Sikapas, Kec. Muara Batang Gadis, Kab. Mandailing Natal
Riwayat Pendidikan	:

1. SD Negeri 384 Sikapas : Lulus Tahun 2016
2. SMP N 1 Muara Batang Gadis : Lulus Tahun 2018
3. SMA N 1 Muara Batang Gadis : Lulus Tahun 2021

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah melakukan hidayahnya hingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul **"Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Pasid Galery Di Kota Padangsidimpuan"** skripsi ini ditulis sebagai pedoman untuk melaksanakan penelitian dalam jangka penulisan skripsi yang menjadi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana program studi kewirausahaan program sarjana fakultas bisnis dan pendidikan terapan universitas aufa yang di kota Padangsidimpuan.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi tinggi kepada yang terhormat:

1. Dr. Anto, SKM, M. Kes, MM Selaku Rektor Universitas Aufa Royhan Padangsidimpuan.
2. Indra Maulana, S.Pd,. M.Pd Selaku Dekan Program Studi Kewirausahaan Program Sarjana Fakultas Bisnis dan Pendidikan Terapan Universitas Aufa Royhan di Kota Padangsidimpaan.
3. Nurlaila, S.Pd,. MM Selaku Ketua Program Studi Kewirausahaan Program Sarjana Universitas Aufa Royhan di Kota Padangsidimpuan sekaligus pembimbing utama yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Khairunnisa Butar-Butar, S.Pd, M.Ds, selaku pembimbing pendamping yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dalam menyelesaikan skripsi ini

5. Yulia Pratiwi Siregar, S.Pd, M.Pd selaku ketua penguji yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dalam menyelesaikan skripsi ini
6. Hidayanti Rohimah Nurdin Siregar, M.Pd selaku anggota penguji yang telah meluangkan waktu untuk memberikan kritik dan saran dalammenyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh dosen selaku Program Studi Kewirausahaan Program Sarjana Universitas Aufa Royhan di Kota Padangsidimpuan.
8. Yusna Warni selaku pimpinan perusahaan di Pasid Galery yang telah memberikan izin penelitian.
9. Untuk kedua orang tua tercinta yang selalu mendoakan, mendukung dan memberikan semangat dalam setiap kondisi baik suka dan duka. Memberikan segalanya mencurahkan perhatian sepenuh hati baik secara moril maupun materi. Ini adalah awal usaha dari putri pertama kalian membahagiakan orang tua dengan menuntaskan pendidikan dengan baik dan hasil yang memuaskan.
10. Kepada uda dan adik adikku yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada kakannya ini, peneliti berterimah kasih.
11. Terimah kasih kepada teman teman Saya Wahdini aulia Nasution, Nova sakinah sormin, Novi anggraini, Ayu rahmadani Lubis, Dahlia Khairani, Zelvina Anggreini Lubis, Nur aini Siregar, Yang selalu memberikan dukungan dan paling suport dari garda terdepan, Semoga kita semuanya sukses.

Padangsidimpuan, Febaruari 2025

Penulis

PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS BISNIS DAN PENDIDIKAN TERAPAN
UNIVERSITAS AUFA ROYHAN DI KOTA
PADANGSIDIMPUAN 2025

Laporan penelitian, Februari 2025
Putri Sulisna

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Pasid Galery Di Kota Padangsidimpuan

ABSTRAK

Kualitas produk merupakan beberapa faktor yang diduga relatif besar dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan Pasid Galery di Kota Padangsidimpuan. Untuk membuktikan pengaruh keduanya maka dilakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian dilakukan di Pasid Galery dengan mengambil 30 responden pelanggan sebagai sampel penelitian. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin, karena jumlah populasi tidak keatahui atau tidak terhingga. Pengambilan data dilakukan dengan instrumen kuesioner tertutup lima skala penilaian dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju. Data yang diperoleh menggunakan metode analisis deskriptif dengan Uji normalitas dan Uji-T dan Uji-F. Uji normalitas digunakan sebagai alat analisis dengan hasil data dengan uji Kolmogorov Smirnov dapat disimpulkan bahwa nilai signifikan (sig) dari kualitas produk 0,009 < 0,05 dan kepuasan pelanggan 0,018 < 0,05, sehingga data pada penelitian terdistribusi normal. sedangkan pengujian hipotesis yang dilakukan dengan Uji-T dan Uji-F hasil yang diperoleh Pvalue= 0,000 ($p<0,05$) maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini diterima. Berdasarkan hasil temuan tersebut maka untuk meningkatkan kepuasan pelanggan disarankan agar dilakukan upaya mempertahankan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas produk, Kepuasan Pelanggan, Pasid Galery

ENTREPRENEURSHIP STUDY PROGRAM OF BACHELOR PROGRAM FACULTY OF BUSINESS AND APPLIED EDUCATION OF AUFA ROYHAN UNIVERSITY IN PADANGSIDIMPUAN CITY 2025

Research Report, February 2025
Putri Sulisna

The Influence of Product Quality on Customer Satisfaction at Pasid Gallery Store in Padangsidimpuan City

ABSTRACT

Product quality is one of the factors that is thought to be relatively large in influencing customer satisfaction at Pasid Galery in Padangsidimpuan City. To prove the influence of both, a study was conducted with the aim of determining the influence of product quality on customer satisfaction. The study was conducted at Pasid Galery by taking 30 customer respondents as research samples. The number of samples taken in this study used the Slovin formula, because the population size was unknown or infinite. Data collection was carried out using a closed questionnaire instrument with five assessment scales from strongly disagree to strongly agree. The data obtained used a descriptive analysis method with a normality test and T-test and F-test. The normality test was used as an analysis tool with the results of the data with the Kolmogorov Smirnov test, it can be concluded that the significant value (sig) of product quality is 0.009< 0.05 and customer satisfaction 0,018 < 0,05, so that the data in the study is normally distributed. while the hypothesis testing carried out with the T-test and F-test, the results obtained were Pvalue = 0.000 (p <0.05), so it can be concluded that there is a positive and significant influence on customer satisfaction. product quality has a positive and significant influence on customer satisfaction. Thus, the hypothesis in this study is accepted. Based on these findings, it is recommended that efforts be made to maintain product quality to increase customer satisfaction.

Keywords: Product quality, and Costumer Satisfaction, Pasid Galery



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **ii**
SURAT PERTANYAAN TIDAK PLAGIAT ..... **iii**
IDENTITAS PENULIS ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
ABSTRAK ..... **vii**
ABSTRACT ..... **viii**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR GAMBAR ..... **xi**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiii**

BAB 1 PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan masalah 4
1.3 Tujuan penelitian 4
1.4 Manfaat Penelitian 4
1.4.1 Manfaat Teoritis 4
1.4.2 Manfaat Praktis 5

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA **6**
2.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan 6
2.1.1 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan 8
2.1.2 Dimensi Kepuasan Pelanggan 9
2.1.3 Indikator Kepuasan Pelanggan 10
2.1.4 Mengukur Kepuasan Pelanggan 11
2.1.5 Manfaat Kepuasan Pelanggan 12
2.2 Pengertian Kualitas Produk 14
2.2.1 Indikator Kualitas Produk 17
2.2.2 Dimensi Kualitas Produk 17
2.2.3 Faktor yang mempengaruhi kualitas produk 18
2.2.4 Manfaat Kualitas Produk 19
2.3 Penelitian Terdahulu 20
2.4 Kerangka Berfikir 21

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN **23**
3.1 Jenis Penelitian 23
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian 24
3.2.1 Lokasi Penelitian 24
3.2.2 Waktu Penelitian 24
3.3 Populasi Sampel 25
3.3.1 Populasi 25
3.3.2 Sampel 25
3.4 Alat pengumpulan data 25
3.4.1. Instrumen penelitian 25
3.4.2. Sumber Data 26

3.5 Prosedur Pengumpulan data 27
3.6 Definisi Operasional 28
3.7 Rencana Analisa 30
3.7.1 Pengolahan Data 30
3.7.2 Analisa data 31

BAB 4 HASIL PENELITIAN 33
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian 33
4.1.1 Keadaan Geografis 33
4.1.2 Demografi 33
4.1.3 Profil Pasid Galery 33
4.1.4 Uji Normalitas 34
4.1.5 Uji Hipotesis 35
4.1.6 Uji Simultan F 35
4.2 Gambaran Kualitas Produk di Pasid Galery 36
4.3 Gambaran Kepuasan Pelanggan di Pasid Galery 37

BAB 5 PEMBAHASAN 39
5.1 Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan 39
5.1.1 Hasil penelitian Gambaran kualitas produk 39
5.1.2 Hasil penelitian Gambaran kepuasan pelanggan 39
5.1.3 Hasil Analisa Data 40
5.2 Implikasi Praktis 42
5.3 Keterbatasan 42

BAB 6 KESIMPULAN 43
6.1 Kesimpulan 43
6.2 Saran 44

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka pikir.....22

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 20
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....24
Tabel 3.2 Instrumen penelitian.....26
Tabel 3.2 Definisi Operasional 28
Tabel 4.1 Hasil Uji Normalitas 34
Tabel 4.2 Hasil Uji Hipotesis.....35
Tabel 4.3 Hasil Uji Simultan F 35
Tabel 4.4 Hasil Uji statistik deskriptif X 36
Tabel 4.5 Hasil Uji statistik deskriptif Y 38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat survei pendahuluan dari Universitas Aufa Royhan di Kota Padangsidimpuan
Lampiran 2 Surat balasan survei pendahuluan dari tempat penelitian
Lampiran 3 Surat izin penelitian
Lampiran 4 Surat balasan izin penelitian dari tempat penelitian
Lampiran 5 Lembar Kuesioner
Lampiran 6 Lembar Master tabel
Lampiran 7 Lembar Hasil output spss
Lampiran 8 Lembar Dokumentasi
Lampiran 9 Lembar Konsultasi

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era saat ini, Kualitas produk merupakan salah satu alat promosi utama pemasar dalam mempengaruhi kinerja produk atau jasa, yang memiliki kaitan erat dengan nilai produk dan kepuasan pelanggan. Dan dalam pernyataan lainnya di jelaskan bahwa pengertian kualitas produk yaitu, kualitas produk atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. (Kotler & Armstrong, 2021).

Jika konsumen menginginkan kepuasan, maka produk yang di inginkan konsumen harus berkualitas. Kualitas produk merupakan faktor utama yang menjadi pertimbangan konsumen, sebelum konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk. Rizqy et al (2016), Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan kepuasan pada pelanggan karena kepuasan yang akan membuat pelanggan terus kembali dan secara tidak langsung hal itu akan sangat menunjang profit perusahaan.

Untuk mengetahui bagaimana kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, peneliti terlebih dahulu melakukan pengkajian dari karya penelitian yang berhubungan dengan tema yang di angkat peneliti yaitu, dari jurnal (Pramesti & chasanah, 2021) dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan". Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh positif antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, oleh karena itu penelitian ini mempunyai maksud untuk melihat seberapa jauh kualitas produk yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas produk berpengaruh terhadap suatu Keputusan pembelian, terutama untuk pembelian ulang . berdasarkan Kotler dan Keller dalam (Azizah, 2021) menjelaskan bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang di peroleh produk 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.

Harga merupakan salah satu faktor penting untuk menarik perhatian pembeli sebelum membeli. Harga adalah kesepakatan nilai yang menjadi persyaratan bagi pertukaran dalam sebauh transaksi pembelian. Berdasarkan Harjanto dalam (Sutrisno & Haryani 2017) Harga dapat di artikan sesuatu yang harus di keluarkan pembeli untuk menerima produk. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi. Secara sederhana harga dapat di artikan sebagai jumlah (satuan moneter) dan atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu untuk mendapatkan suatu produk.

Berdasarkan Tjiptono dalam (Pramesti & Chasanah, 2021) loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.

Kepuasan pelanggan ialah feedback konsumen yang dirasakan pada penilaian antara harapannya, keinginannya, serta kebutuhan pada sebuah produk atau layanan dengan tujuan untuk menciptakan loyalitas pelanggan (Nopitasari et

al, 2024). Dapat di simpulkan jika pelanggan merasa puas terhadap produk atau layanan yang di berikan oleh Perusahaan maka pelanggan akan selalu membeli produk atau menggunakan layanan jasa tersebut.

Heri (2017), kepuasan sebagai tanggapan pelanggan mengenai evaluasi persepsi ketidaksesuaian antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual dari produk setelah dikonsumsi, sedangkan Darmawan, et al (2017), kepuasan telah didefinisikan sebagai tingkat reaksi emosional dari pengalaman layanan. Dengan demikian, kepuasan didasarkan pada pengalaman langsung di masa lalu.

Pasid Galery adalah sebuah toko yang menjual pakaian perempuan seperti baju, celana, rok, tas dan bermerek branded. Pasid galery ini berlokasi di Kampung Darek Ancol 21c Jalan Mayor P.N.B. Alboin Hutabarat, Kota Padangsidimpuan, Sumatera Utara, Indonesia.

Berdasarkan observasi dalam pelaksanaan pengembangan penjualan dapat di sesuaikan dengan selera pelanggan. Dengan harapan agar pelanggan merasa puas atas produk yang telah di berikan atau di perjual belikan. Beberapa pelanggan mengatakan cukup puas dengan kualitas produk yang ada di pasid galery, seperti celana, rok, baju kemeja, hodie, cardigan dan model pakaian lainnya. Menurut beberapa pelanggan produk pasid galery memiliki kualitas yang cukup bagus di tambah dengan pelayanan yang cukup baik sehingga mereka puas berbelanja di toko pasid galery, selain itu harga jual juga sesuai dengan kualitas produk.

Pemilik juga menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih mulai dari segi daya tahan, produk, eksklusifitas, kenyamanan, wujud luar, warna, bentuk, pembungkusan dan lainnya. Sehingga tampak berbeda dengan produk pesaing.

Berdasarkan hasil observasi di atas, dalam penelitian ini peneliti berfokus untuk membahas dan menganalisa sejauh mana kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan. Untuk itu dalam menyusun proposal ini penulis mengambil judul " Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Pasid Galery ". Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang di jelaskan sebelumnya, terdapat beberapa yang menjadi pokok perhatian, Adapun permasalahan yang timbul adalah:

1. Bagaimana gambaran kualitas produk di toko Pasid Galery?
2. Bagaimana gambaran kepuasan pelanggan di toko Pasid Galery?

1.3 Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini dapat memberikan pengaruh yang bermanfaat bagi ilmu penelitian dalam bidang wirausaha dan kaitan nya dengan minat beli konsumen kedepannya dapat di gunakan sebagai bahan untuk mengetahui kepuasan pelanggan karena kualitas produk adalah faktor utama, sehingga dapat menimbulkan persaingan yang ketat.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Tempat Penelitian

   Penelitian ini di harapkan dapat di jadikan acuan untuk meningkatkan kegiatan usaha dalam meningkatkan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan lebih bisa meningkatkan kemajuan keputusan pembelian yang lebih strategis dalam berbisnis.

2. Bagi Institut Pendidikan

   Penelitian ini diharapkan dapat menambah bahan bacaan di perpustakaan Universitas Aufa Royhan di Kota Padang Sidimpuan di bidang bisnis dan memberikan masukan dalam sistem pendidikan. Terutama untuk materi perkuliahan dan memberikan pengetahuan serta informasi tentang kualitas dan kepuasan pelanggan.

3. Bagi Peneliti

   Penelitian ini bermanfaat sebagai syarat menulis proposal dan juga dapat menambah pengetahuan di bidang manajemen pemasaran tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan sebagai pengembangan diri dalam membawah pengetahuan, dan pengalaman berharga di bidang penelitian

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

kepuasan pelanggan merujuk untuk pada perasaan positif yang dirasakan oleh pelanggan terhadap produk atau jasa yang mereka beli. Hal ini mencakup kesesuaian antara harapan pelanggan dan pengalaman yang di peroleh dari produk atau layanan yang di sediakan oleh prusahaan atau organisasi tersebut. Jika pelanggan merasa bahwa produk atau layanan tersebut memenuhi atau bahkan melebihi harapan mereka, maka kepuasan pelanggan tercapai. Dengan memenuhi kebutuhan pelanggan dalam berbagai aspek, Perusahaan dapat meraih sejumlah keuntungan (Wardhana, Aditya, et al, 2022).

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya (Tjiptono, 2020). Oleh karena itu, kepuasan konsumen ini merupakan tolak ukur tinggi dalam berbagai kebutuhan pemasaran dan tujuan perusahaan secara umum.

Seperti yang diungkapkan oleh Sunyoto (2019) bahwa kepuasan konsumen merupakan salah satu alasan di mana konsumen memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat. Hal tersebut karena apabila konsumen puas, ia akan membeli kembali atau memberikan rekomendasi pada calon pelanggan lainnya.

Sedangkan Kotler & Amstrong (2018) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan atau *customer satisfaction* merupakan salah satu pendorong utama yang menghubungkan antara perusahaan dan pelanggan dalam jangka panjang. Dengan demikian kepuasan pelanggan ini juga berhubungan erat dengan loyalitas

pelanggan yang dapat memberikan banyak nilai baik bagi konsumen maupun perusahaan sendiri.,

Tidak hanya menyangkut kepuasan atau perasaan konsumen saja, menurut Parasuraman dkk (dalam Ismanto, 2020) kepuasan pelanggan adalah evaluasi pelanggan terhadap produk atau layanan dalam hal menilai apakah produk atau layanan tersebut memenuhi kebutuhan dan persyaratan pelanggan. Dengan demikian kemungkinan besar kepuasan pelanggan ini juga akan menjadi variabel kuat yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Apabila pelanggan tidak puas dengan kinerja produk, dampak ketidakpuasan akan langsung terjadi. Hal tersebut juga berpotensi membuat perusahaan kehilangan kemampuannya untuk membangun citra merek. Kepuasan atau ketidakpuasan pada tahap ini secara signifikan dapat mempengaruhi loyalitas merek dan tentunya berujung pada loyalitas pelanggan.

Rohaeni (2016) Pada era globalisasi ini dan masa dimana akan datang kompetisi yang terjadi sudah bersifat global dan adanya perubahan-perubahan kondisi ekonomi menyebabkan banyak organisasi dari bermacam-macam ukuran melakukan langkah restrukturisasi.

Widjaja (2016) kepuasan konsumen terhadap suatu barang atau jasa produk tertentu tergantung pada beberapa faktor seperti besarnya biaya untuk berpindah ke produk barang atau jasa yang lain, adanya kesamaan mutu, kualitas, atau pelayanan dari jenis barang atau jasa pengganti, adanya resiko perubahan biaya akibat barang atau jasa pengganti, dan berubahnya tingkat kepuasan yang didapat dari produk baru di banding dengan pengalaman terhadap produk sebelumnya yang pernah dipakai.

Oliver (2016), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang dari membandingkan antara kinerja atau hasil produk yang di persepsikan dan ekspetasinya. Dengan demikian, seseorang konsumen merasa puas atau tidak puas sangat tergantung pada kinerja produk dibandingkan ekspetasi, konsumen bersangkutan akan merasa tidak puas. Apabila kinerja sama dengan ekspetasi, maka ia akan puas. Sedangkan jika kinerja melampaui ekspetasi, maka konsumen itu akan merasa sangat puas atau bahkan bahagia.

Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk ataupun jasa, seharusnya sesuatu yang sulit untuk di dapat jika perusahaan jasa atau industri tersebut tidak benar – benar mengerti apa yang di harapkan oleh konsumen. Untuk produk atau layanan dengan kualitas yang sama, dapat memberikan tingkat kepuasan yang berbeda – beda bagi konsumen yang beda.

Oleh karena itu, suatu perusahaan harus selalu memperhatikan kualitas produk yang diberikan kepada konsumen. Kepuasan konsumen merupakan respon konsumen terhadap keridak sesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian.

Dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa serta penilaian setiap konsumen terhadap hasil kinerja atau berbagai nilai yang didapatkan dari produk yang dibandingkan dengan cara membandingkan antara kondisi yang didapat sebenarnya dengan kondisi yang diharapkan berdasarkan kebutuhan, persyaratan, dan keinginan pelanggannya.

2.1.1 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Dalam memenuhi kepuasan pelanggan terdapat beberapa faktor untuk menentukan tingkat dari kepuasan yang dirasakan pada pelanggan. Menurut

Tjiptono (2020) beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di antaranya adalah sebagai berikut :

1. *Tangibles* (bukti fisik), bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang digunakan, representasi fisik produk atau jasa.
2. *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan untuk melaksanakan produk atau jasa yang dijanjikan tepat dan terpercaya.
3. *Responsiveness* (ketanggapan) yakni emampuan untuk membantu pelanggan dengan memberikan produk atau jasa dengan cepat atau ke tanggapan.
4. *Empathy* (empati), berupa syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan.

2.1.2 Dimensi Kepuasan Pelanggan

Sementara itu menurut Irawan (2015) mengemukakan bahwa ada lima dimensi kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut :

1. Kualitasproduk

   Pelanggan puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik.

2. Harga

   Untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan nilai yang tinggi.

3. Kualitas pelayanan

   Kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit untuk ditiru sehingga menjadi faktor kuat untuk menentukan kepuasan pelanggan. Kualitas Pelayanan merupakan driver yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang populer adalah *servqual.*

4. Faktor emosional

   Pelanggan akan merasa puas bangga karena adanya *emotional value* yang diberikan oleh brand dari produk tersebut.

5. Biaya dan kemudahan

   Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau kualitas pelayanan.

2.1.3 Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2019), atribut-atribut pembentuk kepuasan pelanggan terdiri dari:

1. Kesesuai harapan, merupakan tingkat kesesuaian anatara kinerja produk yang diharpakan konsumen dengan yang di rasakan oleh konsumen, meliputi :
   a. Produk yang di peroleh sesuai atau melebihi dengan yang di harapkan.
   b. Pelayanan oleh karyawan yang di peroleh sesuai atau melebihi dengan yang di harapkan.
   c. Fasilitas penunjang yang di dapat sesuai atau melebihi dengan yang di harapkan.
2. Minat berkunjung kembali, merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi :
   a. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang di berikan oleh karyawan memuaskan.
   b. Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang di peroleh setelah memakai produk.
   c. Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas yang di sediakan memadai.

2.1.4 Mengukur Kepuasan Pelanggan

Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan pada dasarnya membandingkan antara kinerja produk atau jasa dengan harapan pelanggan**,** semakin tinggi harapan pelanggan dipenuhi, maka Tingkat kepuasan pelanggan semakin tinggi. Pengukuran kepuasan pelanggan melalui survey dapat dilakukan dengan berbagai cara, di antaranya (Kotler, 2016):

1. *Directly reported satisfaction*

   Pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan terkait dengan indikator-indikator kepuasan pelanggan, selanjutnya pelanggan diminta untuk memberikan tanggapan mulai sangat puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas.

2. *Derived dissatisfaction*

   Pengukuran dilakukan dengan mengajukan pertanyaan yang menyangkut harapan pelanggan terhadap atribut.

3. *Problem analysis*

   Pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok yaitu:

   a. Masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan, dan
   b. Saran-saran untuk melakukan perbaikan.

4. *Importance performance (I-P) Analysis*

   Metode ini responden diminta untuk merangking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan arti penting elemen.

2.1.5 Manfaat Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan memberikan banyak manfaat bagi Perusahaan. Ismanto (2020), beberapa manfaat kepuasan pelanggan atau customer satisfaction di antaranya yaitu:

1. Penghasilan/Pendapatan

Pelanggan yang puas akan menambah pendapatan atau penghasilan Perusahaan dengan rincian sebagai berikut :

a. Pelanggan yang benar-benar puas 2,6 kali lebih menguntungkan daripada beberapa pelanggan yang puas.
b. Pelanggan yang benar-benar puas mendapatkan 17 kali lebih banyak dari pelanggan yang sedikit puas.
c. Penurunan permintaan pelanggan menghasilkan penurunan 1,8 kali lipat dalam pendapatan.
d. Pelanggan yang puas kemungkinan akan dapat berbagi pengalaman mereka dengan 5-6 orang lainnya. Sebaliknya, pelanggan yang tidak puas akan kehilangan 10 orang.
e. Jika orang berpikir bahwa menangani kebutuhan dan keluhan pelanggan terlalu mahal, Anda perlu memahami bahwa biaya mempekerjakan klien baru adalah 25 persen, enam kali lebih tinggi daripada biaya dukungan pelanggan yang ada.
f. Pelanggan yang tidak puas akan memutuskan untuk: (a) menghentikan pembelian produk atau layanan; (b) memberikan keluhan kepada perusahaan atau kepada pihak ketiga; (c) berpotensi mengembangkan pidato negatif verbal (*negative-word-of-mouth communication*).

2.1.6 Model Kepuasan Pelanggan

1. Pengalaman efektif perasaan (*Experience Affective Feelings*), berpandangan bahwa Tingkat kepuasan pelanggan yang di pengaruhi perasaan positif/negative yang di asosiasikan pelanggan dengan barang atau jasa tertentu setelah kembalian.
2. *Expectancy disconfirmation theory* model ini mendefinisikan kepuasan pelanggan menunjukkan evaluasi pengalaman yang di rasakan sama baiknya sesuai dengan yang di harapkan.

Pemakaian merek tertentu atau merek lainnya dalam kelas produk yang sama, pelanggan membentuk harapan mengenai kinerja seharusnya dari merek bersangkutan. Harapan atas kinerja dibandingkan dengan kinerja aktual produk yakni persepsi terhadap kualitas produk, ada tiga kemungkinan yang terjadi:

a. Apabila kualitas lebih rendah dari harapan, yang terjadi ketidakpuasan emosional (*negative disconfirmation*).
b. Apabila kinerja lebih besar di bandingkan harapan, terjadi kepuasan emosional (*positive disconfirmation*)
c. Apabila kinerja sama dengan harapan, maka yang terjadi adalah konfirmasi harapan (*simple disconfirmation atau non satisfaction*).

2.1.7 Kerangka Konsep

Kerangka konsep merupakan bagian penelitian yang menyajikan konsep atau teori yang mengacu pada masalah-masalah yang akan diteliti atau berhubungan dengan penelitian dan di buat dalam bentuk diagram. Di dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu:

a. variabel independent

variabel independent merupakan variabel yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependent. Variabel ini juga di kenal dengan mana variabel bebas yaitu dalam mempengaruhi variabel lain atau variabel mempengaruhi variabel lain.

b. variabel dependent

variabel dependent merupakan variabel yang di pengaruhi oleh atau menjadi sebab akibat karena variabel lain. Variabel ini bergantung dari variabel bebas.

Berdasarkan penjelasan, dapat di gambarkan hubungan antara variabel independen yaitu kualitas produk kinerja, fitur, keandalan, daya tahan, estetika, serta desain variabel dependen kepuasan pelanggan.

2.2 Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan baik yang dinyatakan secara langsung maupun tersirat (Kotler & Armstrong, 2018). Dengan demikian, kualitas produk dapat diartikan sebagai kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan, dan sebagainya.

Sementara itu Wijaya (2018) kualitas produk adalah keseluruhan gabungan karakteristik barang dan jasa menurut pemasaran, rekayasa, produksi, maupun pemeliharaan yang menjadikan barang dan jasa yang digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen. Kualitas merupakan sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan, artinya, kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan atau konsumen terhadap barang dan jasa yang diukur berdasarkan persyaratan atau

atribut-atribut tertentu yang dapat pula subjektif berdasarkan keinginan pribadi pelanggan.

Selanjutnya, menurut Runtunuwu & Oroh (2019) kualitas produk adalah sebuah kemampuan dari suatu produk dalam rangka melaksanakan sebuah fungsi yang meliputi kehandalan, daya tahan, kemudahan operasi, ketepatan, kebaikan dari produk, ataupun sebuah atribut bernilai lainnya.

Akan tetapi persoalan kualitas ini tidak hanya berhenti pada sisi internal produk saja, akan tetapi juga bersangkutan dengan berbagai konteks yang menyelubunginya pula. Seperti yang diungkapkan oleh Davis (Yamit, 2017) bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Produk juga tidak dapat didefinisikan sesederhana berupa barang berguna pakai saja, akan tetapi merupakan suatu kumpulan atribut fisik, psikis, jasa, dan simbolik yang dibuat untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan (Setiyaningrum, dkk, 2015).

Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah karakteristik keseluruhan barang, jasa, atribut maupun pemeliharaan barang yang terkait dengan kemampuannya untuk melakukan fungsi, ketepatan, kebaikan, maupun nilai-nilai lain yang dapat memenuhi harapan pelanggan.

kualitas produk berpengaruh terhadap suatu keputusan pembelian, terutama untuk pembelian ualng. Berdasarkan kotler dan keller dalam (Azizah, 2021) _menjelaskan bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang di peroleh produk secara keseluruhan. Perusahaan harus selalu

meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk bisa membuat pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang di berikan dan akan mempengaruhi pelanggan untuk membeli kembali produk tersebut.

Dalam kamus bahasa indonesia kontemporer kualitas produk adalah tingkat baik atau buruknya sesuatu. M Suyanto (2020) kualitas adalah seberapa baik sebuah produk sesuai dengan kebutuhan spesifik dari pelanggan. Menurut deming kualitas adalah kesesuaian dengan kebutuhan pasar atau konsumen, Perusahaan harus benar-benar dapat memahami apa yang di butuhkan konsumen atas suatu produk yang akan di hasilkan.

Garvin dan Darvis (2016) kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen.

Produk adalah barang atau jasa yang dibuat dan dibeli tambahan, sementara menurut tjiptono produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk di perhatikan, dimiliki, dipakai sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Banyak orang menganggap produk adalah suatu penawaran nyata, tetapi produk bisa lebih dari itu.

Kotler (2018) produk adalah setiap apa saja yang dapat di tawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, pemakaian dan konsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.

Al Arif (2018) pengertian sempit dari produk adalah sekumpulan sifat-sifat fisik dan kimia yang berwujud dan di himpun dalam bentuk yang serupa dan telah di kenal, sedangkan pengertian luas produk adalah sekelompok sifat – sifat yang berwujud (tangible) dan tidak berwujud (intangible) di dalamnya sudah tercakup

warna, harga, kemasan, prestise, dan pelayanan yang di berikan produsen yang dapat diterima poleh konsumen sebagai kepuasan yang di tawarkan terhadap keinginan atau kebutuhan konsumen.

2.2.1 Indikator Kualitas Produk

Berdasarkan dimensi – dimensi kualitas produk, kita dapat mengerukutkan indikator kualitas produk yang di gunakan untuk mengukur kualitas (Tjiptono 2019), sebagai berikut:

1. Kinerja

   Kinerja yaitu nilai keindahan atau daya Tarik suatu produk melakukan apa yang memang harus dilakukannya dan sejauh mana produk atau jasa di gunakan dengan benar serta kemampuan perancang produk untuk menangani masalah dengan baik yang di berikan kepada konsumen.

2. Estetika

   Yaitu nilai keindahan atau daya Tarik suatu produk, dan bagaimana daya tarik produk tersebut bisa menarik konsumen misalnya : keindahan desain produk, keunikan model produk, dan kombinasi.

3. Kesesuaian

   Yakni kesesuaian produk dalam standar yang baik pada kebutuhan yang ada pada masing – masing konsumen dari selera konsumen sampai kepuasan konsumen.

2.2.2 Dimensi Kualitas Produk

Menurut Tjiptono (2019) terdapat delapan dimensi kualitas produk yang sering digunakan sebagai pengukuran dalam evaluasi perusahaan maupun penelitian yang di antaranya adalah sebagai berikut.

1. Kinerja (*Performance*)

   Karakteristik informasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli.

2. Fitur (*Features*)

   Karakteristik sekunder atau pelengkap.

3. Keandalan (*Reliability*)

   Kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai.

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

   Sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.

5. Daya tahan (*Durability*)

   Berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.

6. Kemampuan melayani (S*erviceability*)

   Meliputi kecepatan, kompetisi, kenyamanan, mudah dioperasi serta penanganan keluhan yang memuaskan.

7. Estetika (*Aesthetics*)

   Daya tarik produk terhadap pancaindra.

8. Persepsi terhadap kualitas (*Perceived quality*)

   Citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

2.2.3 Faktor yang mempengaruhi kualitas produk

Supranto (dalam Wijaya, 2018) menyatakan bahwa pandangan tradisional mengenai kualitas menyebutkan bahwa produk- produk dinilai dari atribut fisiknya seperti kekuatan, reliabilitas dan lain-lain. Akan tetapi sejatinya banyak faktor-faktor lain yang akan mempengaruhi kualitas produk itu, seperti target pasar, relevansi di zamannya, dan lain sebagainya.

Wijaya (2018) beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk di antaranya adalah sebagai berikut :

1. Desain yang bagus

   Desain harus orizinal dan memikat konsumen. Misalnya desain yang di perhalus untuk memperoleh kesan berkualitas.

2. Keunggulan dalam persaingan

   Produk harus unggul, baik dalam fungsi maupun desainnya di banding produk-produk lain yang sejenis.

3. Daya tarik fisik

   Produk harus menarik panca indra (menarik untuk disentuh atau dirasakan), harus di cap dengan baik, dan harus indah.

4. Keaslian (orisinalitas)

   Produk turunan atau tiruan menunjukkan kualitas turunan yang tidak sebaik produk original atau pertama.

2.2.4 Manfaat Kualitas Produk

Anggi (2023) Manfaat yang akan diperoleh perusahaan jika mampu membuat kualitas produk yang baik adalah:

1. **Meningkatkan Pangsa Pasar**

   Target pemasaran akan meningkat seiring banyak pelanggan yang sudah percaya dengan produk Anda.

2. **Meminimalisir Biaya**

   Kepuasan pelanggan yang baik akan meminimalisir pembuatan produk barang atau jasa, karena orientasi perusahaan ada pada jenis tipe, waktu, dan jumlah produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

3. Memberikan Dampak Internasional

Semakin banyak pelanggan, maka produk yang di miliki tentunya akan semakin terkenal, baik itu secara lokal maupun internasional

4. Meningkatkan Reputasi Perusahaan

Perusahaan yang mampu membuat produk dengan kualitas baik tentunya akan memperoleh predikat baik di mata konsumennya, dan hal tersebut tentunya akan meningkatkan citra perusahaan.

2.3 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

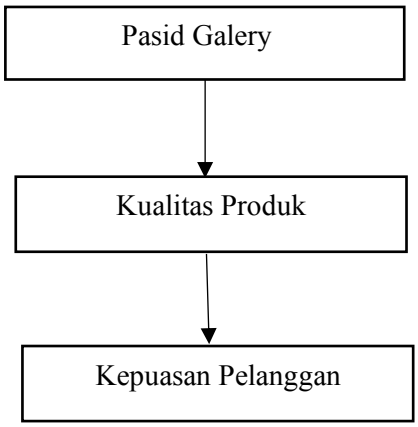
No	Nama peneliti dan tahun	Judul penelitian	Metode penelitian	Hasil penelitian
1.	Gaol (2016)	Kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di restoran bebek ayam goreng pak ndut solo	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif	Terdapat hubungan yang signifikan antara variabel bebas dengan kepuasan konsumen, sehingga hipotesis dapat di buktikan
2.	Lian Edvantris (2017) Skripsi Universitas Lampun	Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian (studi pada konsumen surya maxima photography Bandar lampung	Metode dalam penelitian yaitu kuantitaif. Dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji t dan uji R square.	Hasil penelitian menyatakan bahwa hasil uji hipotesis kulitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan pvalue = 0,011 < 0,05. Uji koefisien determinasi sebesar adjusted R square sebesar
3.	Yunita Kusuma (2018)	Pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan, kialitas produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pada konsumen concept foto	Metode dalam penelitian ini yaitu kuantitatif. Dengan menggunakan uji reliabilitas, uji validitas, uji asumsi klasik, uji t, uji F, dan koefisien determinasi.	Uji validitas menggunakan formula Alpha. Teknik analisis data dala penelitian ini regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1. Fasilitas, kualitas pelayanan, kualitas

		studio yogyakarta)		produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. 2. Fasilitas dan kualitas pelayanan secara parsial
4.	Mirna Ayu Novia (2020)	Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap keputusan pembelian	Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif	Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap keputusan pembelian
5.	Saragih (2022)	Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayan terhadap keputusan pembelian dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada roemah kayu coffe shop	Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif	. kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan penelitian di atas, perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah menggunakan pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan serta perbedaan lokasi penelitian. Namun , sama-sama menggunakan metode kuantitatif, variabel Y atau objek yang di teliti adalah kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

2.4 Kerangka Berfikir

Beberapa konsep yang akan di jadikan sebagai acuan peneliti sesuai dengan penelitian yang akan diteliti yaitu “ Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan “.



Gambar 2.1 Kerangka pikir Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan pelanggan

2.5 Hipotesis

a. H1 : Kualitas produk secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan di Pasid Galery.

b. H0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan di Pasid Galery.

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode merupakan cara tepat untuk melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai suatu tujuan tertentu Sugiyono (2019) mengemukakan bahwa cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu di dasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu empiris dan sistematis.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang membutuhkan banyak informasi. Hal ini disebabkan luasnya jangkauan responden dalam penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif ialah metode yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan. Analisis Deskriptif ini menggambarkan tentang fakta-fakta yang ada aecara sistematis. Analisis Verifikatif dan pembuktian yang berguna untuk mencari kebenaran dari hipotesis yang diajukan.

Arikunto (2022) mengemukakan bahwa, metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu dan peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan, wawancara dengan setiap pelanggan yang datang.

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Kuantitatif merupakan data yang di nyatakan dalam bentuk angka, atau dengan kata lain data penelitian yang di dasarkan atas perhitungan statistic. Metode kuantitatif memungkinkan para peneliti untuk mengumpulkan data dalam bentuk angka

analisis data sekunder. Kemudian, data ini di analisis menggunakan teknik statistic untuk mengeksplorasi hubungan antara variabel, membuat prediksi atau mengidentifikasi pola yang mungkin ada dalam data (Handayani, 2023).

Metode kuantitatif memungkinkan peneliti untuk merancang penelitian yang terstruktur dan terukur, dengan Menyusun hipotesis yang dapat di uji secara empiris (Pridana dan Sunarsi 2021).

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini yaitu di Pasid Galery yang beralamat di Jalan Padang Sidimpuan Kampung Darek Ancol No 21c Jalan Mayor P.N.B. Alboin Hutabarat, Kota Padangsidimpuan, Sumatera Utara, Indonesia. Pemilihan ini di dasarkan pada signifikan dalam kegiatan menjual produk dan kontribusinya terhadap ekonomi lokal.

3.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini di laksanakan terhitung mulai dari bulan Oktober 2024 sampai dengan Februari 2025.

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

Kegiatan	Time Line				
	Okt 2024	Nov 024	Des 2024	Jan 2025	Feb 2025
Pengajuan judul	■	■			
Penyusunan proposal		■	■		
Seminar proposal			■		
Penelitian			■	■	
Pengolahan data			■	■	
Seminar akhir					■

3.3 Populasi Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah jumlah penghuni, baik manusia maupun makhluk hidup lainnya di suatu tempat atau lingkungan tertentu. Dalam (Sugiyono, 2017) populasi di artikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya. Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan Pasid Galery di Kota Padangsidimpuan.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah wakil atau Sebagian dari populasi yang memiliki sifat dan karakteristik yang sama, yang menggambarkan dan dapat mewakili seluruh populasi yang di teliti. Sampel yang akan di ambil (*accidental sampling*) ialah sebanyak 30 orang yang merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/accidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sumber data (Sugiyono 2016).

Sedangkan menurut sugiyono (2017) merupakan teknik pengambilan data sampel secara kebetulan atau siapa saja (*accidental*) bertemu dengan peneliti. Alasan peneliti mengambil teknik *accidental sampling* karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti.

3.4 Alat pengumpulan data

3.4.1. Instrumen penelitian

Instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner ini di adopsi dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Reyhan Rizki Bahari (2020) terdiri dari pernyataan-pernyataan sesuai dengan variabel independent pada

penelitian ini tentang pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Sugiyono (2017) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawab. Pertanyaan dalam kuesioner ini menggunakan skala likert. Penskoran di buat dengan menggunakan skala likert. Terdapat lima alternatif jawaban yang diberikan kepada responden, yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), Sangat Setuju (SS). Pernyataan yang disusun sebagai instrument yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.2 Instrumen penelitian

Pernyataan	Jawaban
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

3.4.2. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua data yaitu data primer dan data sekunder agar memudahkan dalam melakukan penelitian. Berikut adalah penjelasan mengenai sumber data yang digunakan dalam penelitian ini :

1. Data primer

Data primer yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan di Pasid Galery.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat.

3.5 Prosedur Pengumpulan data

Untuk memperoleh data yang di perlukan sebagai landasan dalam penelitian mana penulis melakukan pengumpulan data dari lapangan yaitu:

1. Peneliti meminta izin penelitian dari kampus universitas aufa royhan kota padangsidimpuan
2. Peneliti mengajukan permohonan melakukan penelitian ke Pasid Galery yang terletak di Desa Kampung Darek Ancol No 21c Jalan Mayor P.N.B. Alboin Hutabarat. Kota Padangsidimpuan, Sumatera Utara Indonesia.
3. Pemilik toko mengeluarkan surat izin.
4. Peneliti bersama karyawan membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian di toko Pasid Galery
5. Penelitian memberikan penjelasan mengenai tujuan dari penelitian kepada responden.
6. Peneliti memberikan informasi consent kepada calon responden yang bersedia menjadi responden.
7. Peneliti membagi kuesioner kepada responden.
8. Hasil dari kuesioner dilakukan pengolahan data.
9. Peneliti mengumpulkan data terakhir untuk kemudian di analisis.

3.6 Definisi Operasional

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi mengenai variabel yang di rumuskan berdasarkan karakteristik – karakteristik variabel tersebut yang di amati. Untuk memberikan batasan penelitian dalam mempermudah pemberian penafsiran mengenai semua variabel yang di gunakan maka perlu penjelasan definisi operasional variabel.

Sugiyono (dalam sugiarto, 2016) definisi operasional adalah seperangkat petunjuk yang lengkap tentang apa yang harus di amati dan mengukur suatu suatu variabel atau konsep untuk menguji kesempurnaan. Definisi operasional di temukan item-item yang di tuangkan dalam instrument penelitian.

Variabel terikat *(dependent)* merupakan variabel yang sebagai akibat dari pengaruh variabel yang mendahuluinya. Maka dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah kualitas produk.

Tabel 3.3 Definisi Operasional

No.	Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator
1.	Pengaruh Kualitas produk (X)	1. Kinerja (*Performance*) Karakteristik informasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli. 2.Fitur (*Features*) Karakteristik sekunder atau pelengkap 3. Keandalan (*Reliability*) Kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai. *4.Kesesuaian dengan spesifikasi (conformance to specifications)* Sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.	1. Kinerja 2. Estetika 3. Kesesuaian

		5.Daya tahan (*Durability*) Berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. 6.Kemampuan melayani (S*erviceability*) Meliputi kecepatan, kompetisi, kenyamanan, mudah dioperasi serta penanganan keluhan yang memuaskan. 7.Estetika (*Aesthetics*) Daya tarik produk terhadap pancaindra. 8.Persepsi terhadap kualitas (*Perceived quality*) Citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.	
2.	Kepuasan Pelanggan (Y)	1. Kualitas Produk 2. Harga 3.Kualitas Pelayanan 4. Faktor Emosional 5. Biaya dan Kemudahan	1. Kesesuai harapan, merupakan tingkat kesesuaian anatara kinerja produk yang diharpakan konsumen dengan yang di rasakan oleh konsumen, meliputi : a. Produk yang di peroleh sesuai atau melebihi dengan yang di harapkan. b. Pelayanan oleh karyawan yang di peroleh sesuai atau melebihi dengan yang di harapkan c. Fasilitas penunjang yang di dapat sesuai atau melebihi dengan yang di harapkan. 2. Minat berkunjung kembali, merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi : a. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang di berikan oleh karyawan memuaskan. b. Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang di peroleh setelah memakai produk. c. Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas yang di sediakan memadai.

3.7 Rencana Analisa

3.7.1 Pengolahan Data

1. *Editing*

   Dilakukan memeriksa kuesioner yang telah terisi. Data yang akan dilakukan pengecekan ulang dengan tujuan agar data yang masuk dapat di olah secara benar, sehingga dapat memberikan hasil yang menggambarkan masalah yang di teliti, kemudian data di kelompokkan dengan spek pengukuran.

2. *Coding*

   Pemberian kode pada setiap data yang telah di kumpulkan untuk memperoleh memasukkan data ke tabel.

   3.*Skoring*

   Memberikan skor pada setiap jawaban yang di berikan pada responden, selanjutnya menghitung skor jawaban dari prtanyaan yang diberikan.

   4. *Tabulating*

   Untuk mempermudah analisa data pengolahan data serta pengambilan kesimpulan, data dimasukkan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi dan memberikan skor terhadap pernyataan yang di berikan kepada responden (Sugiyono, 2017).

3.7.2 Analisa data

1. Uji normalitas

Dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas yang bertujuan untuk menguji apakah regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal agar data bisa digunakan dalam uji F dan uji T. Jika asumsi ini di langgar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil, untuk menguji normalitas, dalam penelitian menggunakan cara uji statistik Komogorov Smirnov jika nilai > a = 0,05 berarti data terdistribusi normal.

a. Analisis deskriptif

koefisien determinasi merupakan iktihar yang menyatakan seberapa baik garis regresi mencocokkan data. Nilai R berkisar antara 0-1. Dengan nilai yang kecil maka kemampuan dalam menjelaskan variabel independent mampu memberikan penjelasan variasi variabel dependen yang ada.

b. Analisis linear regresi sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menganalisis pengaruh indikator kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Pasid Galery secara sendiri-sendiri digunakan metode analisis linear sederhana (simple linear regresion), yaitu sebagai berikut:

$$Y = a_i + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 x_3 + \beta_4 x_4 \text{.....(2)}$$

Dimana;

Y = Kepuasan pelanggan

X_i = $(i = X_i, X_1.)$

X_1 = Kinerja

X_2 = Keandalan

X_3 = Daya tahan

X_4 = Estetika

X_5 = Desain

a = Konstanta

β_i = Koefisien regresi

c. Uji hipotesis

hipotesis dilakukan dengan menggunakan:

2. Uji Parsial

Uji parsial (uji-t) di gunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen (kualitas produk) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan). Kaidah pengambilan keputusan dalam uji-t dengan menggunakan SPSS adalah:

- Jika probabilitas > 0,05 maka H_1, ditolak (*variace* sama)
- Jika probabilitas < 0,05 maka H_1, diterima (*variance* berbeda)

3. Uji Simultan F

Analisis statistik merupakan suatu aktivitas yang dilakukan untuk mengelolah data penelitian dengan menggunakan metode statistik untuk menghasilkan suatu informasi yang berguna.

- Apabila nilai F hitung > F tabel, atau nilai signifikan < 0,05 dapat diartikan (Ha diterima, Ho ditolak)
- Apabila nilai F hitung < F tabel, atau nilai signifikan > 0,05 dapat diartikan (Ha ditolak, Ho diterima).

BAB 4

HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Keadaan Geografis

Pasid Galery beralamat di Kampung Darek Ancol No 21C Jalan Mayor P.N.B Alboin Hutabarat Kota Padangsidimpuan, Provinsi Sumatera Utara, kabupaten Tapanuli Selatan merupakan kabupaten induk setelah dimekarkan menjadi beberapa kabupaten/kota yang terletak diwilayah Sumatera Utara yang mempunyai luas wilayah 19,26 Km persegi dengan batas-batas sebagai berikut :

- Sebelah Utara : Berbatasan dengan Kab. Tapanuli Selatan (Kec. Angkola Barat)
- Sebelah Selatan : Berbatasan dengan Kab. Tapanuli Selatan (Kec. Batang Angkola)
- Sebelah Timur : Berbatasan dengan Kab. Tapanuli Selatan (Kec. Angkola Selatan)
- Sebelah Barat : Berbatasan dengan Kab. Tapanuli Selatan (Kec. Angkola Timur)

4.1.2 Demografi

Kecamatan Padangsidimpuan Selatan terdiri dari 12 kelurahan dan jumlah kepala keluarga sebanyak 12.77.02 KK.

4.1.3 Profil Pasid Galery

Pasid galery merupakan toko pakaian yang menjual berbagai macam jenis pakaian di Kota Padangsidimpuan. Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan harapan mereka, juga dapat diartikan sebagai totalitas karakteristik dan fitur produk yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen. fungsi suatu produk baik barang atau jasa berdasarkan tingkat mutu yang diharapakan seperti durabilitas, reliabilitas, reparasi,

serta produk lainnya. dengan tujuan memenuhi kebutuhan konsumen atau pelanggan.

Untuk mencapai tujuan berupa omset penjualan yang optimal dan menguntungkan, harus melakukan promosi yang benar dan tepat pada sasaran. Karena pada dasarnya promosi penjualan mempunyai tujuan yang sangat penting dalam mendukung tercapainya target penjualan yang optimal, dan dibutuhkan juga strategi promosi penjualan yang baik agar bisa menarik pelanggan.

4.1.4 Uji Normalitas

Pengujian normalitas dengan tujuan melihat apakah suatu data terdistribusi dengan normal atau tidak. Uji normalitas data yang digunakan dalam bentuk penelitian ini adalah menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* dan dikatakan terdistribusi normal apabila nilai signifikan dari pengujian *Kolmogorov Smirnov* < 0,05 (5%) begitu sebaliknya jika nilai signifikan dari pengujian *Kolmogorov Smirnov* > 0,05 (5%) maka dikatakan terdistribusi tidak normal. Berikut data hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov[a]		
	Statistic	df	Sig.
Kualitasproduk	0.186	30	0.009
kepuasan pelanggan	0.177	30	0.018

a. Lilliefors Significance Correction

Hasil analisis data dengan uji *Kolmogorov Smirnov* diatas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikan (sig) dari kualitas produk 0.009 < 0,05 dan signifikan dari kepuasan pelanggan 0.018 < 0,05 sehingga data pada penelitian terdistribusi normal.

4.1.5 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menguji ada tidaknya hubungan positif antara variabel independen (kinerja, fitur, keandalan, daya tahan, estetika, desain terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan). Untuk menguji hipotesis yang di ajukan adalah uji t (parsial). Ada tidaknya kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Pasid Galery.

Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	8.512	2.324		3.663	0.001
	kualitas	0.763	0.060	0.924	12.767	0.000

Berdasarkan hasil analisis tabel dengan menggunakan uji t (Parsial) diperoleh *Pvalue* = 0,000 (p<0,05), maka terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Toko Pasid Galery.

4.1.6 Uji Simultan F

Kemudian, di uji juga melalui uji simultan (F). Berikut ini adalah data hasil pengujian dari uji simultan (F) dapat dilihat pada tabel berikut ini:

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	322.588	1	322.588	163.007	.000[b]
	Residual	55.412	28	1.979		
	Total	378.000	29			

a. Dependent Variable: kepuasan
b. Predictors: (Constant), kualitas

Berdasarkan hasil analisis tabel dengan mengunakan uji simultan F diperoleh *Pvalue* = 0,000 (p<0,05), maka terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Toko Pasid Galery.

Kesimpulan akhir dari hasil uji hipotesis dengan menggunakan uji T dan uji simultan F, maka dapat diambil kesimpulan terdapat pengaruh yang signifikansi antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Toko Pasid Galery.

4.2 Gambaran Kualitas Produk di Pasid Galery

Gambaran kualitas produk di toko pasid galery ialah produk yang dijual begitu menarik, memiliki produk yang berkualitas, produk di pasid galery juga memiliki produk yang bermerek bagus dan produk yang dijual juga berbeda dengan produk sejenis yang ada di tempat lain, dan ada banyak macam produk yang menarik lainnya. Pengemasan produk juga begitu rapi, pasid galery juga sering mengadakan *big sale*, Pelayanannya juga begitu ramah setiap melayani pelangganan yang datang ke pasid galery. Berikut adalah hasil dari uji statistik deskriptif:

Statistics

TOTAL

N	Valid	30
	Missing	0
Mean		38.67
Median		40.00
Mode		40

TOTAL X

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	30	3	10.0	10.0	10.0
	32	1	3.3	3.3	13.3
	35	3	10.0	10.0	23.3
	37	2	6.7	6.7	30.0
	38	3	10.0	10.0	40.0
	39	1	3.3	3.3	43.3
	40	10	33.3	33.3	76.7
	41	1	3.3	3.3	80.0
	42	3	10.0	10.0	90.0
	45	1	3.3	3.3	93.3
	46	1	3.3	3.3	96.7
	48	1	3.3	3.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Berdasarkan hasil analisis gambaran kualitas produk dengan menggunakan uji statistik deskriptif jumlah data yang digunakan sebanyak 30, maka diperoleh niali mean dengan hasil 38.67, median dengan hasil 40.00, sedangkan mode dengan hasil 40. maka nilai rata-rata dari semua sampel adalah 78, 107.

4.3 Gambaran Kepuasan Pelanggan di Pasid Galery

Gambaran kepuasan pelanggan di toko pasid galery ialah perasaan positif yang dirasakan oleh pelanggan terhadap produk atau jasa yang mereka beli. Hal ini juga mencakup kesesuaian antara harapan pelanggan dan pengalaman yang diperoleh dari produk atau layanan yang disediakan oleh pasid galery, pelanggan merasa bahwa produk atau layanan tersebut memenuhi atau bahkan melebihi harapan mereka, maka kepuasan pelanggan pun tercapai selama berbelanja di pasid galery dengan begitu pasid galery juga memperoleh banyak keuntungan. Berikut adalah hasil dari uji statistik deskriptif:

Statistics

Totally

N	Valid	30		
	Missing	0		
Mean		38.00		
Median		39.00		
Mode		40		
	Total	30	100.0	100.0

TOTAL Y

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	30	3	10.0	10.0	10.0
	33	1	3.3	3.3	13.3
	35	3	10.0	10.0	23.3
	37	4	13.3	13.3	36.7
	38	3	10.0	10.0	46.7
	39	2	6.7	6.7	53.3
	40	7	23.3	23.3	76.7
	41	3	10.0	10.0	86.7
	42	3	10.0	10.0	96.7
	43	1	3.3	3.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Berdasarkan hasil analisis gambaran kepuasan pelanggan dengan menggunakan uji statistik deskriptif jumlah data yang digunakan sebanyak 30, maka diperoleh niali mean dengan hasil 38.00, median dengan hasil 39.00, sedangkan mode dengan hasil 40. maka nilai rata-rata dari semua sampel adalah 77,40.

BAB 5

PEMBAHASAN

5.1 Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan

5.1.1 Hasil penelitian Gambaran kualitas produk

Hasil analisis gambaran kualitas produk dengan menggunakan uji statistik deskriptif jumlah data yang digunakan sebanyak 30, maka diperoleh niali mean dengan hasil 38.67, median dengan hasil 40.00, sedangkan mode dengan hasil 40. maka dapat disimpulkan nilai rata-rata dari semua sampel adalah 78, 107.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh beberapa penelitian, salah satunya adalah "Lutvie Oktariawan (2020)" yang berjudul "pengaruh promosi terhadap pengambilan keputusan siswa dalam memilih perguruan tinggi swasta universitas islam riau di sma kecamatan singing" menjelaskan bahwa hasil penelitian ini yaitu: promosi berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan siswa, Berdasarkan pengujian statistik diketahui bahwa nilai minimum sebesar 53.00, nilai maksimum 105.00 dan nilai rata-rata (mean) sebesar 83.8376 dengan standar deviasi sebesar 13.11485. Nilai rata-rata dan standar deviasi promosi ini menunjukan bahwa sebagai penyebaran data yang baik karena nilai rataratanya lebih besar dari pada standar deviasinya. Artinya penelitian ini penting untuk menitikberatkan pada indikator yang digunakan peneliti dalam penelitian pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Untuk itu Pasid Galery perlu mempertahankan dan mengembangkan produk yang dijual.

5.1.2 Hasil penelitian Gambaran kepuasan pelanggan

Hasil analisis gambaran kepuasan pelanggan dengan menggunakan uji statistik deskriptif jumlah data yang digunakan sebanyak 30, maka diperoleh nilai mean

dengan hasil 38.00, median dengan hasil 39.00, sedangkan mode dengan hasil 40. Maka dapat disimpulkan nilai rata-rata dari semua sampel adalah 77,40.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh beberapa penelitian, salah satunya adalah Roehani (2016) yang berjudul "pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen soccolatte di pidie jaya" menjelaskan bahwa hasil dari penelitian ini yaitu: kualitas produk dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, berdasarkan hasil uji statistik deskriptif perhitungan dasar diperoleh angka sebagai berikut : dari 57 sampel diketahui bahwa nilai minimum sebesar 2.00, nilai maksimum sebesar 8.00, nilai mean dari periode 2014-2016 sebesar 3.9123, serta nilai standar deviasi sebesar 1.97557 artinya nilai mean dewan direksi periode 2014-2016 lebih besar dari nilai standar sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilainya merata. Hal ini mengindikasikan bahwa skor variabel kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan berdistribusi normal. Artinya penelitian ini penting untuk menitikberatkan pada indikator yang digunakan peneliti dalam penelitian pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Untuk itu Pasid Galery perlu menyesuaikan harga dengan produk yang dijual.

5.1.3 Hasil Analisa Data

1. Berdasarkan teknik pengumpulan data Dari 30 responden pelanggan dengan jenis kelamin perempuan 30 orang ialah sebanyak 100%.

   Hasil uji normalitas dari hasil analisis data dengan uji *Kolmogorov Smirnov* diatas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikan (sig) dari kualitas produk 0.009 < 0,05 dan signifikan dari kepuasan pelanggan 0.018 < 0,05 sehingga data pada penelitian terdistribusi normal.

2. Hasil uji t diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikan untuk variabel kualiatas produk adalah sebesar 0,000, artinya variabel ini berpengaruh secara signifikannya < 0,05. Dengan demikian H_1: kualitas produk mempengaruhi besarnya tingkat kepuasan konsumen secara signifikan 0,000> 0,05 dapatditerima, sedangkan H_0: kualitas produk tidak mempengaruhi besarnya tingkat kepuasan konsumen secara signifikan ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen produk Pasid Galery.
3. Hasil uji f diatas diketahui bahwa nilai signifikan untuk variabel kualitas produk diperoleh *Pvalue* = 0,000 (p<0,05). Maka terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di toko pasid galery.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh beberapa penelitian, salah satunya adalah: dari penelitian Noviyanti (2018) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Al Jami Collection di Kabupaten Bogor", menjelaskan bahwa Kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dimana dari hasil penelitian ini yaitu: kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, berdasarkan hasil pengujian hipotesis bahwa nilai sig t dan sig f 0,000< 0,05 maka H1 diterima, Artinya penelitian ini penting untuk menitikberatkan pada indikator yang digunakan peneliti dalam penelitian tentang pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Untuk itu Pasid Galery perlu mempertahankan dan mengembangkan aspek-aspek yang dapat meningkatkan kualitas produknya seperti bahan produk yang dijual, agar pelanggan tidak berpaling ke pesaing lain.

5.2 Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan pada Pasid Galery tentunya mempunyai implikasi dari hasil penelitian bahwa faktor kualitas produk berperan penting terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, Pasid Galery perlu melakukan upaya-upaya untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan dengan memberikan konsumen kualitas produk yang baik dan menarik sehingga ketika membeli produk pelanggan senang dan sering membeli secara berulang-ulang dan meningkatkan kualitas produk.

5.3 Keterbatasan

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini, penulis menemui beberapa keterbatasan sebagai berikut:

1. pengamatan penelitian ini hanya dilakukan di Pasid Galery di Kampung Darek.
2. pengambilan keputusan dan pengumpulan data instrumen kuesioner peneliti tidak dapat mengambil sampel dalam satu hari.

BAB 6

KESIMPULAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Pasid Galery dapat diambil kesimpulannya sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis gambaran kualitas produk dengan menggunakan uji statistik deskriptif jumlah data yang digunakan sebanyak 30, maka diperoleh niali mean dengan hasil 38.67, median dengan hasil 40.00, sedangkan mode dengan hasil 40. maka dapat disimpulkan nilai rata-rata dari semua sampel adalah 78, 107.
2. Berdasarkan hasil analisis gambaran kepuasan pelanggan dengan menggunakan uji statistik deskriptif jumlah data yang digunakan sebanyak 30, maka diperoleh niali mean dengan hasil 38.00, median dengan hasil 39.00, sedangkan mode dengan hasil 40. Maka dapat disimpulkan nilai rata-rata dari semua sampel adalah 77,40.
3. Berdasarkan hasil uji normalitas dari hasil analisis data dengan uji *Kolmogorov Smirnov* diatas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikan (sig) dari kualitas produk 0.009< 0,05 dan signifikan dari kepuasan pelanggan 0.018 < 0,05 sehingga data pada penelitian terdistribusi normal.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat ditujukan dengan nilai signifikan sebesar 0,000 dengan nilai p < 0,05 maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan uji T (parsial) terhadap kepuasan pelanggan.

5. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan uji F (simultan). Hal ini dapat ditujukan dengan nilai signifikan sebesar 0,000 dengan nilai p < 0,05 maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan diatas, maka saran yang dapat direkomendasikan untuk menjaga pertimbangan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pasid Galery untuk bisa mempertahankan kualitas produknya agar tidak mengecewakan pelanggan sehingga pelanggan merasa puas dan senang ketika membeli produk tersebut.
2. Bagi peneliti selanjutnya agar kiranya bisa lebih luas dalam membahas permasalahan mengenai kepuasan pelanggan dengan menambahkan variabel-variabel independen yang sesuai sehingga bisa memperkuat lagi pembahasan yang ada dengan berbagai aspek-aspek didalamnya.
3. Bagi Universitas Untuk dapat memperbaiki kualitas agar lulusan bisa berkompitisi dengan universitas lain agar bisa membangun reputasi lebih baik dipandang calon mahasiswa dan masyarakat umum sehingga dapat meningkatkan kualitas.

DAFTAR PUSTAKA

Anggi, A. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudera Ekonomi dan Bisnis, Mail. ejurnalunsam.id*, (Vol. 9 No. (1), hal 21-30.)

Agus, (2017). pengaruh kepemimpinan kepala madrasah dan motivasi kerja guru terhadap kinerja guru di MIS Mathla'ul Anwar Teluk Betung Bandar Lampung. *jurnal pendidikan islam.* MIS. (Vol. 2 No. 1, hal 46-51.)

Arikunto, A. A. (2022). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, (Vol.7 No (2), hal 1-14.)

Azizah, (2021), Pengaruh Kulitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Semen Bataraja Di Palembang Pada PT Semen Bataraja (Persero) Tbk, *jurnal ecoment global*, (volume 3, hal. 51-60)

Darmawan. Et al. (2017) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Wongcoco Pudding di Borma Dakota Bandung. *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi STAN - Indonesia Bandung* : (Vol. 2, No. 1, pp. 140-151).

Gaol, (2016). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. Management Studies and Entrepreneurship *Journal (msej),* (Vol. 4 No. (1), hal 183-188.)

Garvin dan Darvis, A. U. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pattaya Corner Kota Salatiga. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, (Vol. 3 No. (1), hal 13-21)

Handayani., SE., MM (2023). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. Global-RCI. *Jurnal riset ekonomi manajemen bisnis* (Vol. 3 No. 3, 81-92.)

Irawan (2015) pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada restoran solo di jawa tengah, *jurnal pendidikan islam, A-SSN.* (Vol.1 No.1, hal 11-25.)

Ismanto, M. (2020). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: pemasar dan kepuasan pelanggan. Unitomo press*, jurnal Pendidikan ekonomi*. (Vol.2 No.1, hal 91-102.)

Kotler & Amstrong, J. R. (2021). Kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, (Vol.1 No. (4), hal 45-65.)

Lian Edvantris, (2017). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap Keputusan pembelian (studi pada konsumen surya maxima photography bandar lampung. *Jurnal citra ekonomi*, (Vol.4 No.(1), hal 71-77)

Lutvie Oktariawan, (2020). pengaruh promosi terhadap pengambilan keputusan siswa dalam memilih perguruan tinggi swasta universitas islam riau di sma kecamatan singing. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial,* (Vol.1 (2), hal 51-62._)

M Suyanto, (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Sentaplas Medan. *Jurnal Mutiara Akuntansi,* (Vol 3, No.1, pp. 63-74)

M. Nur Rianto Al Arif, (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus Di Toko Mukena Al-Kharimah Rejotongan. *jurnal Institut Agama Islam Negeri Jakarta* (Vol.2 No.1, hal 113-120.)

Mirna Ayu Novia, (2020). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan. Dan Lokasi terhadap Keputusan pembelian. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan,* (Vol.2 No.(4), 524-533.)

Noviyanti. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Xiaomi. *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta.* (Vol.2 No.3, hal 201-210.)

Oliver, (2016). Model keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada marketplace: Kualitas produk dan kualitas pelayanan (Literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial,* (Vol.3 No.(1), hal 211-224.)

Pramesti & Chasanah. (2021). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek xiaomi di kota langsa. *Jurnal manajemen dan keuangan*, (Vol. 6 No.(1), hal 660-669.)

Rizky et al (2016). Citra, Kualitas Produk dan kepuasa pelanggan. *JurnalGlobal-RCI.* (Vol.2 No.2, hal 22-34.)

Roehani, (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Socolatte di Pidie Jaya. *jurnal Thesis, Uin Ar-Raniry.* (Vol.4 No.2, hal 31-44.)

Runtunuwu & Oroh (2019) Pengaruh Kulitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Baju Di Palembang. *jurnal ecoment global,* (vol. 3 No.3 hal 85-92.)

Saragih, (2022). Pengaruh kualitas produk pelayanan dan kepercayaan terhadap Keputusan pembelian dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada roemah kayu coffe shop. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi,* (Vol.9 No.(4), hal 304-313.)

Setiyaningrum, dkk. (2015) Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal emba.* (Vol.6 No.(3), hal 112-120.)

Sugiarto, (2016). Analisis pengaruh harga, promosi, kepercayaan dan karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada 212 mart di kota medan. In Prosiding Seminar Nasional. *Jurnal Kewirausahaan* (Vol.1, No. 1, pp. hal 165-173).

Sugiyono. (2019) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial,* (Vol. (2), hal 111-115).

Sutrisno & Haryati, (2017) Metode Statistika Untuk Penelitian Kuantitatif. *Jurnal metode statiska.* (Vol.1 No.4, hal 12-19.)

Tjiptono, (2020). Indikator kepuasan pelanggan: Pengertian, jenis, dan fungsinya bagi bisnis. *Diakses dari https://accurate. id/marketing-manajemen/indikator-kepuasan-pelanggan*. (Vol.1 No.1, hal 120-132.)

Wardana Aditya et al, & Gusti Ayu Ketut Giantari (2023). Niat Beli Konsumen Berbasis Sikap, Norma Subjektif, dan Kualitas Produk. *CV Intelektual Manifes Medis.* (Vol. 1, No. 3, pp. 155-167).

Widjaja. (2016). Kepuasan Konsumen barang dan jasa Partisipan Ditinjau dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Ihsan : Jurnal Pendidikan Islam*, e-issn (Vol. 4 No.1, hal 133-140)

Yamit, (2017). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. Management Studies and Entrepreneurship *Journal (msej),* (Vol.4 No. (1), hal 183-188.)

Yunita Kusuma (2018). Pengaruh fasilitas kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (studi foto kasus pada konsumen concept foto studio Yogyakarta). *Jurnal Geografi dan Pembelajaran Geografi*, (Vol. 3 No. (1), hal 43-48.)

UNIVERSITAS AUFA ROYHAN DI KOTA PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS BISNIS DAN PENDIDIKAN TERAPAN
Berdasarkan SK Menristekdikti RI Nomor:461/KPT/2019,17 Juni 2019
Jl. Raja Inal Siregar Kel. Batunadua Julu, Kota Padangsidimpuan 22733.
Telp.(0634) 7366507 Fax. (0634) 22684
e -mail: aufa.royhan@yahoo.com http//:unar.ac.id

Nomor : 470/FBPT/UNAR/E/PM/XII/2024 Padangsidimpuan, 5 Desember 2024
Lampiran : -
Perihal : Izin Survey Pendahuluan

Kepada Yth.
Toko Pasid Galery
Di

Tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka penyelesaian studi pada Program Studi Kewirausahaan Program Sarjana Fakultas Bisnis Dan Pendidikan Terapan di Universitas Aufa Royhan Di Kota Padangsidimpuan, kami mohon bantuan saudara agar kepada mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama : Putri Sulisna
Nim : 21090005
Program Studi : Pendidikan Kewirausahaan Program Sarjana

Dapat diberikan Izin Survey Pendahuluan di Toko Pasid Galery Kota Padangsidimpuan untuk penulisan Skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Pasid Galery Kota Padangsidimpuan''.

Demikian kami sampaikan atas perhatian dan bantuan saudara kami ucapkan terimakasih.

Dekan

Indra Maulana, S.Pd, M.Pd
NUPTK. 4242769670130393

UD PASID GALLERY
Kampung Darek Ancol No. 21C Jalan Mayor P.N.B Alboin Hutabarat,
Kota Padangsidimpuan, Sumatera Utara, Indonesia
No.Hp. 0896-7058-4065

Padangsidimpuan, 10 Desember 2024

Nomor : / 478 / DS-K12/XII/ 2024
Lampiran : -
Perihal : Balasan Izin Pendahuluan

Kepada Yth:
Dekan Fakultas Bisnis dan
Pendidikan Terapan
Universitas Aufa Royhan
Kota Padangsidimpuan
di:
Tempat

Dengan Hormat,

Menindak lanjuti surat saudara No. 470/FBPT/UNAR/E/PM/XII/2024, tanggal 5 Desember 2024 tentang permohonan izin penelitian untuk menyelesaikan Program Studi Kewirausahaan Program Sarjana di Universitas Aufa Royhan Padangsidimpuan,

Oleh:

Nama	: Putri Sulisna
NIM	: 21090005
Program Studi	: Kewirausahaan Program Sarjana
Judul	: Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Pasid Galery Kota Padangsidimpuan

Dengan ini memberikan izin kepada mahasiswa untuk melaksanakan izin penelitian di Toko Pasid Galery Kota Padangsidimpuan, sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama kami ucapkan terimaksih.

Pemilik Usaha Toko Pasid Galery
Padangsidimpuan

YUSNAWARNI HASIBUAN

UNIVERSITAS AUFA ROYHAN DI KOTA PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS BISNIS DAN PENDIDIKAN TERAPAN
Berdasarkan SK Menristekdikti RI Nomor:461/KPT/2019,17 Juni 2019
Jl. Raja Inal Siregar Kel. Batunadua Julu, Kota Padangsidimpuan 22733.
Telp.(0634) 7366507 Fax. (0634) 22684
e -mail: aufa.royhan@yahoo.com http//:unar.ac.id

Nomor : 470/FBPT/UNAR/E/PM/XII/2024 Padangsidimpuan, 21 Desember 2024
Lampiran : -
Perihal : Izin Penelitian

Kepada Yth.
Toko Pasid Galery
Di

Tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka penyelesaian studi pada Program Studi Kewirausahaan Program Sarjana Fakultas Bisnis Dan Pendidikan Terapan di Universitas Aufa Royhan Di Kota Padangsidimpuan, kami mohon bantuan saudara agar kepada mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama : Putri Sulisna
Nim : 21090005
Program Studi : Pendidikan Kewirausahaan Program Sarjana

Dapat diberikan Izin Penelitian di Toko Pasid Galery Kota Padangsidimpuan untuk penulisan Skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Pasid Galery Kota Padangsidimpuan''.

Demikian kami sampaikan atas perhatian dan bantuan saudara kami ucapkan terimakasih.

Dekan

Indra Maulana, S.Pd, M.Pd
NUPTK. 4242769670130393

UD PASID GALLERY
Kampung Darek Ancol No. 21C Jalan Mayor P.N.B Alboin Hutabarat,
Kota Padangsidimpuan, Sumatera Utara, Indonesia
No.Hp. 0896-7058-4065

Padangsidimpuan, 28 Desember 2024

Nomor : / 478 / DS-K12/XII/ 2024
Lampiran : -
Perihal : Balasan Izin Penilitian

Kepada Yth:
Dekan Fakultas Bisnis dan
Pendidikan Terapan
Universitas Aufa Royhan
Kota Padangsidimpuan
di:
Tempat

Dengan Hormat,

Menindak lanjuti surat saudara No. 470/FBPT/UNAR/E/PM/XII/2024, tanggal 21 Desember 2024 tentang permohonan izin penelitian untuk menyelesaikan Program Studi Kewirausahaan Program Sarjana di Universitas Aufa Royhan Padangsidimpuan,

Oleh:

Nama	: Putri Sulisna
NIM	: 21090005
Program Studi	: Kewirausahaan Program Sarjana
Judul	: Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Pasid Galery Kota Padangsidimpuan

Dengan ini memberikan izin kepada mahasiswa untuk melaksanakan izin penelitian di Toko Pasid Galery Kota Padangsidimpuan, sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama kami ucapkan terimaksih.

Pemilik Usaha Toko Pasid Galery
Padangsidimpuan

YUSNAWARNI HASIBUAN

KUESIONER KUALITAS PRODUK PASID GALERY

A. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :…….

Usia :…….tahun

Jenis Kelamin : ☐ Perempuan

Jenis Pekerjaan : ☐ Pelajar\Mahasiswa ☐ PNS

☐ Pegawai Swasta ☐ Wiraswasta

☐ Lainnya…..

Pendidikan :……..

B. PETUNJUK PENGISIAN

Petunjuk : Dimohon Bapak/Ibu/Saudara berkenan memberi pendapat atas pertanyaan berikut, dengan menerikan tanda (✓).

Keterangan :

1. (STS) Sangat Tidak Setuju
2. (TS) Tidak Setuju
3. (N) Netral
4. (S) Setuju
5. (SS) Sangat Setuju

C. Pernyataan Kuesioner

1. Kualitas Produk

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
1	Produk yang di jual di Pasid Galery begitu menarik					
2	Senang berbelanja di Pasid Galery					
3	Kualitas yang di tawarkan sudah sesuai dengan keinginan					
4	Produk yang di Pasid Galery berbeda dengan produk yang ada di tempat lain					
5	Produk di Pasid Galery memiliki produk yang berkualitas					
6	Selalu menjaga produk yang di jual					
7	Produk yang di jual berbeda dengan produk sejenis yang ada di tempat lain					
8	Ada banyak macam produk yang menarik					
9	Produk Pasid Galery memiliki produk yang bermerek bagus					
10	Pengemasan produk yang sangat rapi					

2. Kepuasan pelanggan

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Saya akan membeli kembali produk yang ada di Pasid Galery					
2	Saya senang berbelanja di Pasid Galery					
3	Saya suka dengan pelayanan di Pasid Galery					
4	Saya akan merekomendasikan produk Pasid Galery kepada teman yang lain					
5	Saya tertarik dengan produk-produk yang ada di Pasid Galery					
6	Produk sesuai dengan harapan					
7	Harga nya sesuai dengan kualitas produk					
8	Saya lebih suka dengan produk yang di jual di Pasid Galery					
9	Karyawan nya sangat ramah					
10	Pasid Galery juga sering mengadakan big sale					

MASTER DATA

No	Nama	umur	jenis kelamin	Pekerjaan	Pendidikan	Kualitas Produk	Kepuasan Pelanggan
1	intan siregar	25 tahun	perempuan	lainnya	S-1	40	40
2	winda azizah marpaung	16 tahun	perempuan	pelajar/ mahasiswa	SMA	38	37
3	Anggun rahmadani	18 tahun	perempuan	pelajar/ mahasiswa	SMA	42	41
4	Purnama sari harahap	29 tahun	Perempuan	Lainnya	S-1	41	42
5	Wandini nasution	17 tahun	Perempuan	Pelajar / Mahasiswa	Kuliah	39	38
6	Sri Ramadani	21 tahun	Perempuan	Pelajar / Mahasiswa	SMK	30	30
7	Wiani mayka lupantari	18 tahun	Perempuan	Pelajar / Mahasiswa	Kuliah	35	35
8	Lily suryani	42 tahun	Perempuan	PNS	D III	37	37
9	Siska Noventi Siregar	34 tahun	Perempuan	PNS	S-1	40	40
10	Bintang Srafina Siregar	18 tahun	Perempuan	Pelajar / Mahasiswa	Kuliah	32	35
11	Aulia Syafitri	20 tahun	Perempuan	Pelajar / Mahasiswa	Kuliah	40	38
12	Tuty Melinda	27 tahun	Perempuan	Lainnya	S-1	30	30
13	Rizki Indah Laila Sari	25 tahun	Perempuan	Lainnya	S-1	40	40
14	Naimah Daulay	44 tahun	Perempuan	PNS	S-1	30	30
15	Mujianna	45 tahun	Perempuan	Lainnya	SMA	42	43
16	Sofy Delfiana	19 tahun	Perempuan	Pelajar / Mahasiswa	SMA	37	37
17	Nurmelina	54 tahun	Perempuan	PNS	S-1	38	37
18	Kardina Nasution	43 tahun	Perempuan	Wiraswasta	SMP	40	39
19	Wely Wirna Hrp	23 tahun	Perempuan	Lainnya	SMA	35	33
20	Dini Lestari Ritonga	24 tahun	Perempuan	Lainnya	SMK	45	42
21	Nurhalijah	12 tahun	Perempuan	Pelajar / Mahasiswa	SMPN	46	42
22	Irna Purwati	30 tahun	Perempuan	Pegawai Swasta	S-1	40	40
23	Sri Nia Anggita	18 tahun	Perempuan	Pelajar / Mahasiswa	Kuliah	35	35
24	Ika Rawiyah	27 Tahun	Perempuan	PNS	S-1	40	40
25	Dina Elikhoriyah	29 Tahun	Perempuan	PNS	S-1	40	40
26	Lily Erpiana	28 Tahun	Perempuan	PNS	S-1	42	41
27	Mar'atun Khoiriyah	24 Tahun	Perempuan	PNS	S-1	38	38
28	Atika Hanin Hasibuan	16 Tahun	Perempuan	Pelajar / Mahasiswa	Pelajar	40	39
29	Azka Nailah	16 Tahun	Perempuan	Pelajar / Mahasiswa	Pelajar	48	41
30	Riyani Afthina Hasibuan	21 Tahun	Perempuan	Pelajar / Mahasiswa	SMA	40	40

Keterangan

Umur	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Pendidikan	Kualitas produk
1. 15-25 Tahun	1.Perempuan	1.Pelajar / Mahasiswa	1. SMP	1. (STS) Sangat Tidak Set
2. 26-35 Tahun	2.Laki-Laki	2.Pegawai Swasta	2. SMA / SMK	2. (TS) Tidak Setuju
3. 36-45 Tahun		3. PNS	3. Mahasiswa	3. (N) Netral
4. 46-55 Tahun		4. Wiraswasta	4. S-1	4. (S) Setuju
		5. Lainnya		5. (SS) Sangat Setuju

KUALITAS PRODUK

No	Nama	Usia	Jenis kelamin	Jenis Pekerjaan	Pendidilkan	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Skor
1	intan siregar	25 tahun	PR	lainnya	S-1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	winda azizah marpaung	16 tahun	PR	pelajar/ mahasiswa	SMA	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	38
3	Anggun rahmadani	18 tahun	PR	pelajar/ mahasiswa	SMA	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	42
4	Purnama sari harahap	29 tahun	PR	Lainnya	S-1	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	41
5	Wandini nasution	17 tahun	PR	Pelajar / Mahasiswa	Kuliah	3	4	4	4	4	4	4	5	3	4	39
6	Sri Ramadani	21 tahun	PR	Pelajar / Mahasiswa	SMK	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	30
7	Wiani mayka lupantari	18 tahun	PR	Pelajar / Mahasiswa	Kuliah	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	35
8	Lily suryani	42 tahun	PR	PNS	D III	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	37
9	Siska Noventi Siregar	34 tahun	PR	PNS	S-1	5	4	4	4	3	4	4	5	3	4	40
10	Bintang Srafina Siregar	18 tahun	PR	Pelajar / Mahasiswa	Kuliah	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	32
11	Aulia Syafitri	20 tahun	PR	Pelajar / Mahasiswa	Kuliah	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
12	Tuty Melinda	27 tahun	PR	Lainnya	S-1	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	30
13	Rizki Indah Laila Sari	25 tahun	PR	Lainnya	S-1	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	40
14	Naimah Daulay	44 tahun	PR	PNS	S-1	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	30
15	Mujianna	45 tahun	PR	Lainnya	SMA	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
16	Sofy Delfiana	19 tahun	PR	Pelajar / Mahasiswa	SMA	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	37
17	Nurmelina	54 tahun	PR	PNS	S-1	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	38
18	Kardina Nasution	43 tahun	PR	Wiraswasta	SMP	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
19	Wely Wirna Hrp	23 tahun	PR	Lainnya	SMA	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	35
20	Dini Lestari Ritonga	24 tahun	PR	Lainnya	SMK	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	45
21	Nurhalijah	12 tahun	PR	Pelajar / Mahasiswa	SMPN	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	46
22	Irna Purwati	30 tahun	PR	Pegawai Swasta	S-1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	Sri Nia Anggita	18 tahun	PR	Pelajar / Mahasiswa	Kuliah	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	35
24	Ika Rawiyah	27 Tahun	PR	PNS	S-1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
25	Dina Elikhoriyah	29 Tahun	PR	PNS	S-1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
26	Lily Erpiana	28 Tahun	PR	PNS	S-1	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	42
27	Mar'atun Khoiriyah	24 Tahun	PR	PNS	S-1	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	38
28	Atika Hanin Hasibuan	16 Tahun	PR	Pelajar / Mahasiswa	Pelajar	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	40
29	Azka Nailah	16 Tahun	PR	Pelajar / Mahasiswa	Pelajar	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	48
30	Riyani Afthina Hasibuan	21 Tahun	PR	Pelajar / Mahasiswa	SMA	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

KEPUASAN PELANGGAN

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Jenis Pekerjaan	Pendidikan	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Skor
1	intan siregar	25 tahun	PR	lainnya	S-1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	winda azizah marpaung	16 tahun	PR	pelajar/ mahasiswa	SMA	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	37
3	Anggun rahmadani	18 tahun	PR	pelajar/ mahasiswa	SMA	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
4	Purnama sari harahap	29 tahun	PR	Lainnya	S-1	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
5	Wandini nasution	17 tahun	PR	Pelajar / Mahasiswa	Kuliah	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	38
6	Sri Ramadani	21 tahun	PR	Pelajar / Mahasiswa	SMK	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
7	Wiani mayka lupantari	18 tahun	PR	Pelajar / Mahasiswa	Kuliah	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	35
8	Lily suryani	42 tahun	PR	PNS	D III	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	37
9	Siska Noventi Siregar	34 tahun	PR	PNS	S-1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
10	Bintang Srafina Siregar	18 tahun	PR	Pelajar / Mahasiswa	Kuliah	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	35
11	Aulia Syafitri	20 tahun	PR	Pelajar / Mahasiswa	Kuliah	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	38
12	Tuty Melinda	27 tahun	PR	Lainnya	S-1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
13	Rizki Indah Laila Sari	25 tahun	PR	Lainnya	S-1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
14	Naimah Daulay	44 tahun	PR	PNS	S-1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
15	Mujianna	45 tahun	PR	Lainnya	SMA	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	43
16	Sofy Delfiana	19 tahun	PR	Pelajar / Mahasiswa	SMA	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	37
17	Nurmelina	54 tahun	PR	PNS	S-1	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	37
18	Kardina Nasution	43 tahun	PR	Wiraswasta	SMP	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
19	Wely Wirna Hrp	23 tahun	PR	Lainnya	SMA	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	33
20	Dini Lestari Ritonga	24 tahun	PR	Lainnya	SMK	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
21	Nurhalijah	12 tahun	PR	Pelajar / Mahasiswa	SMPN	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42
22	Irna Purwati	30 tahun	PR	Pegawai Swasta	S-1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	Sri Nia Anggita	18 tahun	PR	Pelajar / Mahasiswa	Kuliah	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	35
24	Ika Rawiyah	27 Tahun	PR	PNS	S-1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
25	Dina Elikhoriyah	29 Tahun	PR	PNS	S-1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
26	Lily Erpiana	28 Tahun	PR	PNS	S-1	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
27	Mar'atun Khoiriyah	24 Tahun	PR	PNS	S-1	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
28	Atika Hanin Hasibuan	16 Tahun	PR	Pelajar / Mahasiswa	Pelajar	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
29	Azka Nailah	16 Tahun	PR	Pelajar / Mahasiswa	Pelajar	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
30	Riyani Afthina Hasibuan	21 Tahun	PR	Pelajar / Mahasiswa	SMA	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

HASIL OUTPUT SPSS

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov[a]		
	Statistic	df	Sig.
kualitasproduk	0.186	30	0.009
kepuasan pelanggan	0.177	30	0.018

a. Lilliefors Significance Correction

Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.512	2.324		3.663	0.001
	Kualitas	0.763	0.060	0.924	12.767	0.000

a. Dependent Variable: kepuasan

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	322.588	1	322.588	163.007	.000[b]
	Residual	55.412	28	1.979		
	Total	378.000	29			

a. Dependent Variable: kepuasan

b. Predictors: (Constant), kualitas

Statistics

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4.07	3.77	3.73	3.97	3.73	3.83	3.90	3.97	3.87	3.87
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Mode		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Statistics

TOTAL

N	Valid	30
	Missing	0
Mean		38.67
Median		40.00
Mode		40

TOTAL X

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	30	3	10.0	10.0	10.0
	32	1	3.3	3.3	13.3
	35	3	10.0	10.0	23.3
	37	2	6.7	6.7	30.0
	38	3	10.0	10.0	40.0
	39	1	3.3	3.3	43.3
	40	10	33.3	33.3	76.7
	41	1	3.3	3.3	80.0
	42	3	10.0	10.0	90.0
	45	1	3.3	3.3	93.3
	46	1	3.3	3.3	96.7
	48	1	3.3	3.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Statistics

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.83	3.87	3.83	3.83	3.80	3.87	3.80	3.83	3.73	3.70
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Mode		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Statistics

Totally

N	Valid	30
	Missing	0
Mean		38.00
Median		39.00
Mode		40

Total Y

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	30	3	10.0	10.0	10.0
	33	1	3.3	3.3	13.3
	35	3	10.0	10.0	23.3
	37	4	13.3	13.3	36.7
	38	3	10.0	10.0	46.7
	39	2	6.7	6.7	53.3
	40	7	23.3	23.3	76.7
	41	3	10.0	10.0	86.7
	42	3	10.0	10.0	96.7
	43	1	3.3	3.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

CATATAN KONSULTASI SEBELUM SEMINAR PROPOSAL PENELITIAN

Nama : **PUTRI SULISNA**

NIM : **21090005**

Judul Penelitian : **PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOKO PASID GALERY**

No.	Hari / Tanggal	Nama Pembimbing	Kegiatan (Isi Konsultasi)	Tanda Tangan Pembimbing
1	Selasa/10/12/2024	Nurlaila S.Pd. MM	Konsul Bab I sampai Bab III	
2	Rabu/11/12/2024	Nurlaila S.Pd. MM	Konsul Bab I sampai Bab III	
3	Rabu/11/12/24	Nurlaila S.Pd. MM	ACC Proposal, lanjut Seminar	

CATATAN KONSULTASI SEBELUM SEMINAR PROPOSAL PENELITIAN

Nama : Putri Sulisna

NIM : 21090005

Judul Penelitian : PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOKO PASID GALERY DI KOTA PADANG SIDIMPUAN

No.	Hari / Tanggal	Nama Pembimbing	Kegiatan (Isi Konsultasi)	Tanda Tangan Pembimbing
1		Khairunnisa B.	Konsultasi pengajuan judul	
2	Selasa / 10/12/2024	Khairunnisa B.	Bab I perbaiki. khususnya hasil observasi perbaiki penyusunan kalimat B. III Analisis data belum ada. dan perbaikan lainnya.	
3	Rabu/11/12/2024	Khairunnisa B.	Acc proposal. Lanjut Seminar	

KONSULTASI HASIL PENELITIAN (SEBELUM SEMINAR HASIL SKRIPSI)

Nama : Putri Sulisna

NIM : 2109005

Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Pasar Gallery Kota Padangsidimpuan

No.	Hari / Tanggal	Nama Pembimbing	Kegiatan (Isi Konsultasi)	Tanda Tangan Pembimbing
1	Jum'at 23/01/2025	Khairunnisa B	perbaiki bab 5	
2	Jum'at 23/01/2025	Khairunnisa B	Acc ujian	
3				

KONSULTASI HASIL PENELITIAN (SEBELUM SEMINAR HASIL SKRIPSI)

Nama : Putri Suisna

NIM : 2109005

Judul Penelitian : Pengaruh kualitas produk, Terhadap kepuasan pelanggan di pasar Galery kota padang sidimpuan

No.	Hari / Tanggal	Nama Pembimbing	Kegiatan (Isi Konsultasi)	Tanda Tangan Pembimbing
1	Jum'at 31/01/25	Nurlaila S.pd.MM	Revisi Bab 4 - 6	
2	Kabu 05/02/25	Nurlaila S.pd.MM	Revisi Bab 4 - 5	
3	Jum'at 07/02/25	Nurlaila S.pd.MM	Acc skripsi lanjut seminar hasil	

No.	Hari / Tanggal	Nama Pembimbing	Kegiatan (Isi Konsultasi)	Tanda Tangan Pembimbing
4	Jum'at 23/01/2025	Khairunnisa B	Perbaiki bab 5.	
5	Jum'at 07/02/2025	Khairunnisa B	Acc ujian.	
6				
7				
8				

CATATAN KONSULTASI SEBELUM SEMINAR PROPOSAL PENELITIAN

Nama : **PUTRI SULISNA**

NIM : **21090005**

Judul Penelitian : **PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOKO PASID GALERY**

No.	Hari / Tanggal	Nama Pembimbing	Kegiatan (Isi Konsultasi)	Tanda Tangan Pembimbing
1	Selasa/10/12/2024	Nurlaila S.Pd. MM	Konsul Bab I sampai Bab III	
2	Rabu/11/12/2024	Nurlaila S.Pd. MM	Konsul Bab I sampai Bab III	
3	Rabu/11/12/24	Nurlaila S.Pd. MM	ACC Proposal, lanjut Seminar	

CATATAN KONSULTASI SEBELUM SEMINAR PROPOSAL PENELITIAN

Nama : Putri Suisna

NIM : 21090005

Judul Penelitian : PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOKO PASID GALERY DI KOTA PADANG SIDIMPUAN

No.	Hari / Tanggal	Nama Pembimbing	Kegiatan (Isi Konsultasi)	Tanda Tangan Pembimbing
1		Khairunnisa B.	Konsultasi pengajuan judul	
2	Selasa / 10/12/2024	Khairunnisa B.	Bab I perbaiki. khususnya hasil observasi perbaiki penyusunan kalimat B. III Analisis data belum ada. dan perbaikan lainnya.	
3	Rabu/11/12/2024	Khairunnisa B.	Acc proposal. Lanjut Seminar	

KONSULTASI HASIL PENELITIAN (SEBELUM SEMINAR HASIL SKRIPSI)

Nama : Putri Sulisna

NIM : 2109005

Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Pasar Gallery Kota Padangsidimpuan

No.	Hari / Tanggal	Nama Pembimbing	Kegiatan (Isi Konsultasi)	Tanda Tangan Pembimbing
1	Jum'at 23/01/2025	Khairunnisa B	perbaiki bab 5	
2	Jum'at 23/01/2025	Khairunnisa B	Acc ujian	
3				

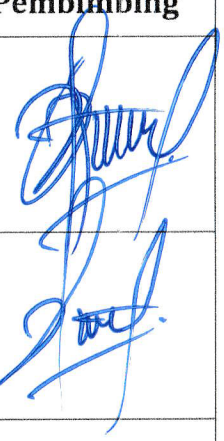
KONSULTASI HASIL PENELITIAN (SEBELUM SEMINAR HASIL SKRIPSI)

Nama : Putri Suisna

NIM : 2109005

Judul Penelitian : Pengaruh kualitas produk, Terhadap kepuasan pelanggan di pasid Galery kota padang sidimpuan

No.	Hari / Tanggal	Nama Pembimbing	Kegiatan (Isi Konsultasi)	Tanda Tangan Pembimbing
1	Jum'at 31/01/25	Nurlaila S.pd.MM	Revisi Bab 4 - 6	
2	Kabu 05/02/25	Nurlaila S.pd.MM	Revisi Bab 4 - 5	
3	Jum'at 07/02/25	Nurlaila S.pd.MM	Acc skripsi lanjut seminar hasil	

No.	Hari / Tanggal	Nama Pembimbing	Kegiatan (Isi Konsultasi)	Tanda Tangan Pembimbing
4	Jum'at 23/01/2025	Khairunnisa B	Perbaiki bab 5.	
5	Jum'at 07/02/2025	Khairunnisa B	Acc ujian.	
6				
7				
8				

DOKUMENTASI















