

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN HONDA BEAT
(Studi Kasus Pada Pengguna Honda Beat Di Kecamatan Medan Johor)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk dan Memenuhi Syarat Mengikuti Seminar Proposal
Di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara

DIAJUKAN OLEH :

NAMA MAHASISWA : MAGHFIRA CHAIRUN NISA
NPM : 71200312065
PROGRAM PENDIDIKAN : STRATA SATU (S1)
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
KONSENTRASI : PEMASARAN



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
MEDAN
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN HONDA BEAT
(Studi Kasus Pada Pengguna Honda Beat Di Kecamatan Medan Johor)

NAMA MAHASISWA : MAGHFIRA CHAIRUN NISA
NPM : 71200312065
PROGRAM PENDIDIKAN : STRATA SATU (S1)
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
KONSENTRASI : PEMASARAN

DISETUJUI OLEH :

Pembimbing I

Pembimbing II

(Dr. Hj. Nilawati Nasti, S.E., M.M)

(Fauzi, S.E.,M.M)

Ketua Program Studi

(Dr. Supriadi, SE., MM.,M.Si)

TANGGAL UJIAN SKRIPSI : 09 Februari 2022

UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI
MEDAN
2022

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmannirohim.

Dengan mengucapkan alhamdulillah robbil ‘alamin, penulis menghadirkan kebesaran Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, keselamatan, kesempatan dan kekuatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penelitian ini merupakan tugas akhir guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Universitas Islam Sumatera Utara (UISU) Medan. Adapun judul penelitian yang dilakukan penulis adalah: **”Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Honda Beat (Studi Kasus Pada Pengguna Honda Beat Di Kecamatan Medan Johor)”**.

Selama melakukan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan moril dan materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada:

1. Bapak Dr. H. Yanhar Jamaluddin, MAP, selaku Rektor Universitas Islam Sumatera Utara Medan.
2. Ibu Dr Hj Safrida, SE.,MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara Medan.
3. Bapak Dr.Supriadi, S.E.,M.M.,M.Si selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara Medan.
4. Ibu Dr. Hj. Nilawati Nasti, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

5. Bapak Fauzi, S.E.,MM, selaku Pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen, serta pegawai di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara Medan.
7. Terima kasih yang tak terhingga saya ucapkan kepada Bapak dan Mama, selaku orang tua dari penulis yang telah memberikan dukungan, do'a, materi dan semangat yang tak pernah ada hentinya selama perkuliahan sampai pada penyelesaian studi penulis.
8. Terima kasih yang tak terhingga saya ucapkan kepada Adik-adik dari penulis (Iqlima Syakila Adewlina, Lutfi Wahyu Ananda, Raja Daffa) yang telah memberikan dukungan, do'a, dan semangat yang tak pernah ada hentinya selama perkuliahan sampai pada penyelesaian studi penulis.
9. Terimakasih kepada sahabat-sahabat saya (Diah Andreani, Elia Rosmalinda Tobing, Paskalia Tarigan, Rahmadini Fitri, dan Nia Aryati)
10. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada keluarga besar penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namanya, atas dukungan, do'a dan semangat yang telah diberikan.

Akhirnya penulis menyampaikan ucapan terima kasih atas jerih payah yang telah diberikan, semoga Allah SWT akan membalas kebaikan dan memberikan rahmat-Nya kepada kita semua, mudah-mudahan proposal skripsi ini bermanfaat bagi yang membacanya.

Medan, Januari 2022

Penulis,

Maghfira Chairun Nisa

DAFTAR ISI

ABSTRAK

ABSTRACT

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Batasan dan Rumusan Masalah	6
1.3.1. Batasan Masalah.....	6
1.3.2. Rumusan Masalah	6
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	7
BAB II : LANDASAN TEORI	8
2.1. Uraian Teoritis	8
2.1.1. Kepuasan Konsumen.....	8
2.1.1.1. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	8
2.1.1.2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	9
2.1.1.3. Manfaat dan Tujuan Kepuasan Konsumen	11
2.1.1.4. Tipe-Tipe Kepuasan Konsumen.....	13
2.1.1.5. Indikator Kepuasan Konsumen	15
2.1.2. Kualitas Produk	16

2.1.2.1. Pengertian Kualitas Produk.....	16
2.1.2.2. Atribut-Atribut Produk.....	17
2.1.2.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	18
2.1.2.4. Indikator Kualitas Produk	21
2.1.3. Harga	22
2.1.3.1. Pengertian Harga.....	22
2.1.3.2. Tujuan Penetapan Harga	23
2.1.3.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga.....	26
2.1.3.4. Indikator Harga	28
2.2. Penelitian Terdahulu	29
2.3. Kerangka Konseptual	30
2.4. Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1.Lokasi, Objek dan Waktu Penelitian	35
3.2.Populasi dan Sampel	36
3.3.Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.4.Definisi Operasional Variabel.....	37
3.5.Teknik Analisis Data	39
BAB IV : GAMBARAN UMUM PT. ASTRA INTERNATIONAL TBK-HONDA	43
4.1. Sejarah PT. Astra International Tbk-Honda.....	43
4.2. Visi dan Misi PT. Astra International Tbk-Honda	46
4.3. Falsafah PT. Astra International Tbk-Honda.....	47
4.4. Tujuan dan Motto Perusahaan.....	48
4.5. Honda Beat.....	48
4.6. Kecamatan Medan Johor.....	49

4.7. Visi dan Misi Kecamatan Medan Johor.....	51
BAB V : ANALISIS DAN EVALUASI	52
5.1. Analisis Data	52
5.1.1. Karakteristik Responden	52
5.1.2. Hasil Angket Variabel Penelitian.....	54
5.1.3. Uji Coba Instrumen	61
5.1.4. Deskripsi Data Variabel	65
5.1.5. Uji Asumsi Klasik	66
5.1.6. Pengujian Hipotesis.....	70
5.2. Evaluasi Data	73
BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN	77
6.1. Kesimpulan	77
6.2. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.	

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1	: Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3.1	: Jadwal Penelitian.....	35
Tabel 3.2	: Distribusi Populasi Berdasarkan Kelurahan di Kecamatan Medan Johor.....	36
Tabel 3.3	: Definisi Variabel.....	38
Tabel 5.1	: Deskripsi Jenis Kelamin.....	52
Tabel 5.2	: Deskripsi Usia Responden.....	53
Tabel 5.3	: Deskripsi Penghasilan Responden.....	53
Tabel 5.4	: Skor Angket Variabel Kualitas Produk (X_1).....	54
Tabel 5.5	: Skor Angket Variabel Harga (X_2).....	56
Tabel 5.6	: Skor Angket Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	59
Tabel 5.7	: Item-Total Statistics.....	62
Tabel 5.8	: Uji Validitas Item Kuesioner Kualitas Produk (X_1).....	62
Tabel 5.9	: Item-Total Statistics.....	63
Tabel 5.10	: Uji Validitas Item Kuesioner Harga (X_2).....	63
Tabel 5.11	: Item-Total Statistics.....	64
Tabel 5.12	: Uji Validitas Kuesioner Kepuasan Konsumen (Y).....	64
Tabel 5.13	: Deskripsi Data Variabel Penelitian.....	65
Tabel 5.14	: Residuals Statistics ^a	66
Tabel 5.15	: Nilai VIF.....	68
Tabel 5.16	: ANOVA ^a	70
Tabel 5.17	: Coefficients ^a	71
Tabel 5.18	: Model Summary ^b	72

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. : Pengaruh Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen...	31
Gambar 2.2. : Pengaruh Harga dengan Kepuasan Kosumen	32
Gambar 2.3. : Pengaruh Kualitas Produk, Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	33
Gambar 5.1. : Histogram	67
Gambar 5.1. : Scatter Plot	69

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Tantri Francis. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Arikunto, Suharsimi, (2012), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Budianto Apri. (2015). *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta, penerbit Ombak.
- Canon, Perreault, dan McCarthy. (2009). *Pemasaran Dasar*, Edisi 16, Buku 2, Jakarta, Salemba Empat.
- Farrel dan Hartline. (2011). *Marketing Managemen Strageties, Fifth Edition*. International Edition : South- Western, Cengage Learning.
- Kotler, Philip dan Amstrong. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- ; (2015). *Manajamen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- ; (2013), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- Laksana, Fajar. (2018). *Manajemen Pemasaran; Pendekatan Praktis*, Yogyakarta, Graha Ilmu.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nawawi, Hadari. (2011). *Metode Penelitian Deskriptif*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Sangadji, Etta Mamang. (2017). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta : Andi.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaaran*. Yogyakarta: CAPS.

Supranto. J. (2017). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta : Mitra Wacana Media.

Thamrin Abdulla dan Francis Tantri. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 1 Cetakan 2, Jakarta, Rajawali Pers.

Tjiptono, Fandy, (2017). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Lampiran 1 :**I. Identitas Responden**

Sebelum menjawab pertanyaan dalam kuesioner ini, mohon Saudara mengisi data berikut terlebih dahulu. (Jawaban yang saudara berikan akan diperlakukan secara rahasia). Lingkari untuk jawaban pilihan saudara.

a. Jenis Kelamin :

1) Laki-laki

2) Perempuan

b. Berapa usia anda saat ini ?

a) 18 - 22 tahun

b) 22 – 27 tahun

c) 27 – 32 tahun

d) > 32 tahun

c. Berapa penghasilan saudara perbulan ?

1) < Rp.5.000.000.

2) Rp.5.000.000-Rp.10.000.000

3) > Rp 10.000.000

II. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Responden dapat memberikan jawaban dengan memberikan tanda silang (X) pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia. Hanya satu jawaban saja yang dimungkinkan untuk setiap pertanyaan. Pada masing-masing pertanyaan terdapat lima alternative jawaban yang mengacu pada teknik skala Likert, yaitu:

Sangat Setuju (SS)	= 5
Setuju (S)	= 4
Kurang Setuju (KS)	= 3
Tidak Setuju (TS)	= 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	= 1

Data responden dan semua informasi yang diberikan akan dijamin kerahasiaannya, oleh sebab itu dimohon untuk mengisi kuesioner dengan sebenarnya dan seobjektif mungkin.

Daftar Pertanyaan

Variabel Kualitas Produk (X_1)

NO	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	<i>Performance</i> (kinerja) Honda Beat mampu menjalankan fungsi sesuai produk inti yang dibeli. Misalnya, kecepatannya, irit BBM.					
2	Kehandalan Honda Beat memiliki keistimewaan tambahan sesuai dengan kebutuhan					
3	Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>conformance</i>) berdasarkan keinginan konsumen.					
4	Daya tahan (<i>durability</i>) produk yang bagus					
5	sepeda motor merek Honda Beat memiliki kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan dalam dikendarai (tidak sering ngadat/macet/rusak).					
6	Kualitas yang diberikan Honda Beat sesuai dengan harapan saya					
7	Honda Beat mudah dalam penggunaanya.					
8	Honda Beat memiliki desain yang bagus sehingga disukai masyarakat.					
9	Memilih sepeda motor Honda Beat karena memiliki keunggulan dibandingkan dengan sepeda motor sejenisnya.					
10	Honda Beat adalah produk yang sesuai dengan yang diharapkan konsumen.					

Variabel Harga (X₂)

NO	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Sepeda motor Honda Beat memiliki harga yang terjangkau dibandingkan merek lain					
2	Honda Beat memiliki kesesuaian harga produk dengan kualitas produk					
3	Harga Honda Beat mampu bersaing dengan harga produk lain					
4	Harga yang ditetapkan sesuai dengan fungsi atau manfaat yang diberikan					
5	Sepeda motor Honda Beat akan tetap dibeli karena sesuai dengan kebutuhan.					
6	Harga sepeda motor Honda Beat masih relatif dapat terjangkau oleh pendapatan saya					
7	Harga sepeda motor Honda Beat saat ini dapat bersaing dengan harga sepeda motor sejenis di kelasnya					
8	Harga sepeda motor Honda Beat saat ini sudah sesuai dengan manfaat yang diperoleh dari penggunaannya					
9	Harga sepeda motor Honda Beat a saat ini cukup menarik keinginan saya					
10	Harga sesuai dengan fitur-fitur yang terdapat pada sepeda sepeda motor Honda Beat					

Daftar Pertanyaan

Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

NO	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Membeli Sepeda Motor Honda Beat dikarenakan harga yang lebih ekonomis					
2	Merekomendasikan tentang Sepeda Motor Honda Beat kepada teman-teman					
3	Mendapatkan informasi mengenai Sepeda Motor Honda Beat melalui cara menanyakan pengalaman penggunaannya kepada teman, rekan kerja, dan kerabat/keluarga					
4	Sepeda Motor Honda Beat adalah produk yang unggul dan kompeten dalam memenuhi kebutuhan konsumen					
5	Kualitas sparepart Sepeda Motor Honda Beat sangat baik dibanding sparepart merek lain					
6	Melakukan pembelian Sepeda Motor Honda Beat dikarenakan merek sudah terkenal dimasyarakat luas					
7	Sepeda Motor Honda Beat selalu memberikan yang terbaik bagi konsumennya					
8	Sepeda Motor Honda Beat akan memberikan kualitas semaksimal mungkin demi kepuasan konsumen					
9	Membeli Sepeda Motor Honda Beat karena informasi yang saya dapatkan sesuai dengan apa yang saya harapkan,					
10	Membeli Sepeda Motor Honda Beat karena keberadaannya mudah dijumpai di setiap toko sepeda motor					

2. Pengawasan

No	Pertanyaan/Pernyataan									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	4	4	3	4	5	3	3	4	3	3
2	4	4	3	3	3	4	5	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3
4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3
5	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4
6	4	3	2	2	2	2	2	4	4	3
7	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4
8	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
9	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2
10	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
11	5	5	4	4	4	4	3	4	5	5
12	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2
13	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
14	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
16	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4
17	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3
18	5	5	4	3	4	3	4	4	5	5
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
20	4	4	5	5	4	4	3	3	4	4
21	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4
22	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
24	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
25	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4

3. Kinerja Pegawai

No	Pertanyaan/Pernyataan									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	4	4	5	5	4	5	4	5	4	3
2	3	4	4	4	4	5	4	4	3	5
3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3
4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4
5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3
6	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4
7	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3
8	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
10	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3
11	4	3	4	5	5	4	5	5	4	5
12	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4
13	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3
14	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3
15	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3
16	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4
17	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4
18	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
20	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4
21	3	4	3	4	4	3	5	5	4	4
22	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3
23	2	2	3	3	4	4	3	3	3	3
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3

Lampiran 3. Uji validitas dan reliabilitas Kualitas Produk (X₁₀)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
	Valid	25	100.0
Cases	Excluded ^a	0	.0
	Total	25	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.880	10

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Pt1	3.2800	.67823	25
Pt2	3.3200	.74833	25
Pt3	3.2000	.76376	25
Pt4	3.0800	.75939	25
Pt5	3.1200	.66583	25
Pt6	3.2000	.86603	25
Pt7	3.1200	.78102	25
Pt8	3.0400	.45461	25
Pt9	3.0400	.84063	25
Pt10	3.0400	.53852	25

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pt1	28.1600	20.890	.576	.870
Pt2	28.1200	21.527	.409	.883
Pt3	28.2400	20.023	.632	.866
Pt4	28.3600	19.657	.697	.861
Pt5	28.3200	20.643	.634	.867
Pt6	28.2400	18.690	.732	.858
Pt7	28.3200	19.727	.661	.864
Pt8	28.4000	22.667	.474	.878
Pt9	28.4000	18.833	.738	.857
Pt10	28.4000	21.917	.539	.874

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
31.4400	24.923	4.99233	10

Lampiran 4. Uji validitas dan reliabilitas Harga (X₂)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	25	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	25	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.886	10

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Pt1	3.4800	.71414	25
Pt2	3.4800	.77028	25
Pt3	3.3600	.70000	25
Pt4	3.2800	.67823	25
Pt5	3.2400	.59722	25
Pt6	3.2000	.57735	25
Pt7	3.1600	.55377	25
Pt8	3.3200	.55678	25
Pt9	3.4000	.76376	25
Pt10	3.4400	.76811	25

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pt1	29.8800	17.443	.747	.866
Pt2	29.8800	16.610	.829	.858
Pt3	30.0000	18.667	.537	.881
Pt4	30.0800	18.243	.639	.874
Pt5	30.1200	19.527	.478	.884
Pt6	30.1600	18.973	.616	.876
Pt7	30.2000	20.500	.319	.893
Pt8	30.0400	19.707	.483	.884
Pt9	29.9600	17.290	.714	.868
Pt10	29.9200	16.827	.792	.861

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
33.3600	22.407	4.73357	10

Lampiran 5. Uji validitas dan reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	25	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	25	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	10

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Pt1	3.4400	.58310	25
Pt2	3.6000	.64550	25
Pt3	3.6400	.75719	25
Pt4	3.7600	.59722	25
Pt5	3.6400	.56862	25
Pt6	3.7200	.67823	25
Pt7	3.4800	.71414	25
Pt8	3.8000	.76376	25
Pt9	3.6000	.50000	25
Pt10	3.6000	.70711	25

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pt1	32.8400	17.057	.601	.863
Pt2	32.6800	17.310	.478	.872
Pt3	32.6400	15.823	.647	.859
Pt4	32.5200	16.843	.631	.861
Pt5	32.6400	17.073	.616	.862
Pt6	32.5600	16.673	.571	.865
Pt7	32.8000	16.167	.630	.860
Pt8	32.4800	15.343	.730	.852
Pt9	32.6800	18.227	.426	.874
Pt10	32.6800	16.143	.642	.859

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
36.2800	20.293	4.50481	10

Lampiran 6 : Skor Hasil Kuesioner

1. Kualitas Produk (X_1)

No	Pernyataan										Jlh Skor
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	3	4	5	4	4	4	3	4	3	38
2	3	3	4	4	3	5	4	3	4	3	36
3	2	1	2	3	2	3	2	3	2	3	23
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
6	4	4	4	3	3	2	2	3	2	3	30
7	3	4	2	3	3	3	2	3	2	3	28
8	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	34
9	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	28
10	2	3	4	3	3	3	4	3	3	4	32
11	4	4	4	4	5	5	3	3	4	4	40
12	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	30
13	4	4	2	3	4	3	3	3	3	3	32
14	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	33
15	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	27
16	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
17	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	34
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
19	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	27
20	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	34
21	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	32
22	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	24
23	3	3	2	1	3	1	1	3	1	3	21
24	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	38
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
26	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	23
27	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	32
28	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	30
29	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	37
30	3	4	2	3	3	3	2	3	3	3	29
31	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	34
32	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	30
33	2	2	4	3	4	3	4	3	4	3	32
34	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	28
35	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	30
36	4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	29
37	3	4	2	3	3	3	2	3	2	3	28
38	4	4	4	4	2	4	2	3	2	3	32
39	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	27
40	2	3	4	3	3	3	4	4	4	4	34

3. Kepuasan Konsumen (Y)

No	Pernyataan										Jlh Skor
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	4	5	5	4	5	4	5	3	3	42
2	3	4	4	4	4	5	4	4	3	5	40
3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	30
4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	34
5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	35
6	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	35
7	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	32
8	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	38
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
10	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	35
11	4	3	4	5	5	4	5	5	4	5	44
12	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	36
13	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	34
14	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	36
15	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	32
16	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	40
17	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	38
18	4	3	4	4	4	5	4	5	4	5	42
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
20	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	43
21	3	4	3	4	4	3	5	5	4	4	39
22	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	34
23	2	2	3	3	4	4	3	3	3	3	30
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
25	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	33
26	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	29
27	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	34
28	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	35
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	32
31	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	37
32	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	33
33	3	3	4	3	4	4	3	5	4	5	38
34	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	36
35	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	35
36	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	35
37	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	32
38	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	38
39	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
40	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	37

Lampiran : 7

Frequencies : Kualitas Produk (X₁)

		Statistics									
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10
N	Valid	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Mean	3.15	3.23	3.20	3.08	3.05	3.15	3.08	3.05	3.00	3.05
	Std. Error of Mean	.111	.110	.120	.110	.101	.116	.121	.071	.134	.087
	Median	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00
	Mode	3	3	3 ^a	3	3	3	3	3	3	3
	Std. Deviation	.700	.698	.758	.694	.639	.736	.764	.450	.847	.552
	Variance	.490	.487	.574	.481	.408	.541	.584	.203	.718	.305
	Range	2	3	2	4	3	4	3	2	3	2
	Minimum	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2
	Maximum	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
	Sum	126	129	128	123	122	126	123	122	120	122

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

P1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	7	17.5	17.5	17.5
	3	20	50.0	50.0	67.5
	4	13	32.5	32.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

P2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	2.5	2.5	2.5
	2	3	7.5	7.5	10.0
	3	22	55.0	55.0	65.0
	4	14	35.0	35.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

P3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	8	20.0	20.0	20.0
	3	16	40.0	40.0	60.0
	4	16	40.0	40.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

P4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	2.5	2.5	2.5
2	4	10.0	10.0	12.5
3	27	67.5	67.5	80.0
4	7	17.5	17.5	97.5
5	1	2.5	2.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

P5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	6	15.0	15.0	15.0
3	27	67.5	67.5	82.5
4	6	15.0	15.0	97.5
5	1	2.5	2.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

P6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	2.5	2.5	2.5
2	3	7.5	7.5	10.0
3	27	67.5	67.5	77.5
4	7	17.5	17.5	95.0
5	2	5.0	5.0	100.0
Total	40	100.0	100.0	

P7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	2.5	2.5	2.5
2	7	17.5	17.5	20.0
3	20	50.0	50.0	70.0
4	12	30.0	30.0	100.0
Total	40	100.0	100.0	

P8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	3	7.5	7.5	7.5
3	32	80.0	80.0	87.5
4	5	12.5	12.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

P9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	2.5	2.5	2.5
2	11	27.5	27.5	30.0
3	15	37.5	37.5	67.5
4	13	32.5	32.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

P10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	5	12.5	12.5	12.5
3	28	70.0	70.0	82.5
4	7	17.5	17.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

Harga (X₂)**Statistics**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10
N Valid	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	3.43	3.48	3.40	3.18	3.15	3.13	3.15	3.30	3.28	3.38
Std. Error of Mean	.101	.124	.106	.101	.092	.096	.084	.089	.101	.122
Median	3.00	3.50	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00
Mode	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
Std. Deviation	.636	.784	.672	.636	.580	.607	.533	.564	.640	.774
Variance	.404	.615	.451	.404	.336	.369	.285	.318	.410	.599
Range	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3
Minimum	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Maximum	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5
Sum	137	139	136	127	126	125	126	132	131	135

P1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	2.5	2.5	2.5
3	23	57.5	57.5	60.0
4	14	35.0	35.0	95.0
5	2	5.0	5.0	100.0
Total	40	100.0	100.0	

P2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	4	10.0	10.0	10.0
3	16	40.0	40.0	50.0
4	17	42.5	42.5	92.5
5	3	7.5	7.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

P3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	3	7.5	7.5	7.5
3	19	47.5	47.5	55.0
4	17	42.5	42.5	97.5
5	1	2.5	2.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

P4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	10.0	10.0	10.0
	3	26	65.0	65.0	75.0
	4	9	22.5	22.5	97.5
	5	1	2.5	2.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

P5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	7.5	7.5	7.5
	3	29	72.5	72.5	80.0
	4	7	17.5	17.5	97.5
	5	1	2.5	2.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

P6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	12.5	12.5	12.5
	3	25	62.5	62.5	75.0
	4	10	25.0	25.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

P7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	5.0	5.0	5.0
	3	31	77.5	77.5	82.5
	4	6	15.0	15.0	97.5
	5	1	2.5	2.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

P8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	5.0	5.0	5.0
	3	24	60.0	60.0	65.0
	4	14	35.0	35.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

P9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	5.0	5.0	5.0
	3	27	67.5	67.5	72.5
	4	9	22.5	22.5	95.0
	5	2	5.0	5.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

P10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	10.0	10.0	10.0
	3	20	50.0	50.0	60.0
	4	13	32.5	32.5	92.5
	5	3	7.5	7.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Kepuasan Konsumen (Y)**Statistics**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10
N Valid	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	3.43	3.50	3.53	3.73	3.60	3.60	3.43	3.70	3.50	3.58
Std. Error of Mean	.087	.088	.113	.088	.086	.100	.101	.114	.080	.107
Median	3.00	4.00	3.50	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	3.50	3.00
Mode	3	4	3	4	4	3	3	3	3 ^a	3
Std. Deviation	.549	.555	.716	.554	.545	.632	.636	.723	.506	.675
Variance	.302	.308	.512	.307	.297	.400	.404	.523	.256	.456
Range	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2
Minimum	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3
Maximum	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5
Sum	137	140	141	149	144	144	137	148	140	143

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

P1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	2.5	2.5	2.5
3	21	52.5	52.5	55.0
4	18	45.0	45.0	100.0
Total	40	100.0	100.0	

P2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	2.5	2.5	2.5
3	18	45.0	45.0	47.5
4	21	52.5	52.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

P3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	5.0	5.0	5.0
3	18	45.0	45.0	50.0
4	17	42.5	42.5	92.5
5	3	7.5	7.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

P4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	13	32.5	32.5	32.5
	4	25	62.5	62.5	95.0
	5	2	5.0	5.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

P5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	17	42.5	42.5	42.5
	4	22	55.0	55.0	97.5
	5	1	2.5	2.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

P6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	19	47.5	47.5	47.5
	4	18	45.0	45.0	92.5
	5	3	7.5	7.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

P7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	26	65.0	65.0	65.0
	4	11	27.5	27.5	92.5
	5	3	7.5	7.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

P8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	18	45.0	45.0	45.0
	4	16	40.0	40.0	85.0
	5	6	15.0	15.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

P9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	20	50.0	50.0	50.0
	4	20	50.0	50.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

P10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	21	52.5	52.5	52.5
	4	15	37.5	37.5	90.0
	5	4	10.0	10.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Lampiran : 8 Frequencies

		Statistics		
		X1	X2	Y
N	Valid	40	40	40
	Missing	0	0	0
Mean		31.03	32.85	35.58
Std. Error of Mean		.702	.669	.621
Median		30.00	32.00	35.00
Mode		30	32	35
Std. Deviation		4.440	4.234	3.928
Variance		19.717	17.926	15.430
Range		19	18	15
Minimum		21	24	29
Maximum		40	42	44
Sum		1241	1314	1423

X1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21	1	2.5	2.5	2.5
	23	2	5.0	5.0	7.5
	24	1	2.5	2.5	10.0
	27	3	7.5	7.5	17.5
	28	4	10.0	10.0	27.5
	29	2	5.0	5.0	32.5
	30	8	20.0	20.0	52.5
	32	6	15.0	15.0	67.5
	33	1	2.5	2.5	70.0
	34	5	12.5	12.5	82.5
	35	1	2.5	2.5	85.0
	36	1	2.5	2.5	87.5
	37	1	2.5	2.5	90.0
	38	2	5.0	5.0	95.0
	40	2	5.0	5.0	100.0
	Total		40	100.0	100.0

X2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	24	1	2.5	2.5	2.5
	25	1	2.5	2.5	5.0
	27	2	5.0	5.0	10.0
	28	2	5.0	5.0	15.0
	29	1	2.5	2.5	17.5
	30	4	10.0	10.0	27.5
	31	3	7.5	7.5	35.0
	32	7	17.5	17.5	52.5
	33	6	15.0	15.0	67.5
	35	2	5.0	5.0	72.5
	36	3	7.5	7.5	80.0
	37	1	2.5	2.5	82.5
	38	4	10.0	10.0	92.5
	40	1	2.5	2.5	95.0
	42	2	5.0	5.0	100.0
	Total		40	100.0	100.0

Y

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	29	1	2.5	2.5	2.5
	30	5	12.5	12.5	15.0
	32	4	10.0	10.0	25.0
	33	2	5.0	5.0	30.0
	34	4	10.0	10.0	40.0
	35	6	15.0	15.0	55.0
	36	3	7.5	7.5	62.5
	37	2	5.0	5.0	67.5
	38	4	10.0	10.0	77.5
	39	1	2.5	2.5	80.0
	40	4	10.0	10.0	90.0
	42	2	5.0	5.0	95.0
	43	1	2.5	2.5	97.5
	44	1	2.5	2.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X2, X1 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.917 ^a	.841	.833	1.607

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	506.189	2	253.094	97.969	.000 ^b
	Residual	95.586	37	2.583		
	Total	601.775	39			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.780	2.059		3.779	.001		
	X1	.544	.089	.615	6.098	.000	.423	2.366
	X2	.333	.094	.358	3.556	.001	.423	2.366

a. Dependent Variable: Y

Collinearity Diagnostics^a

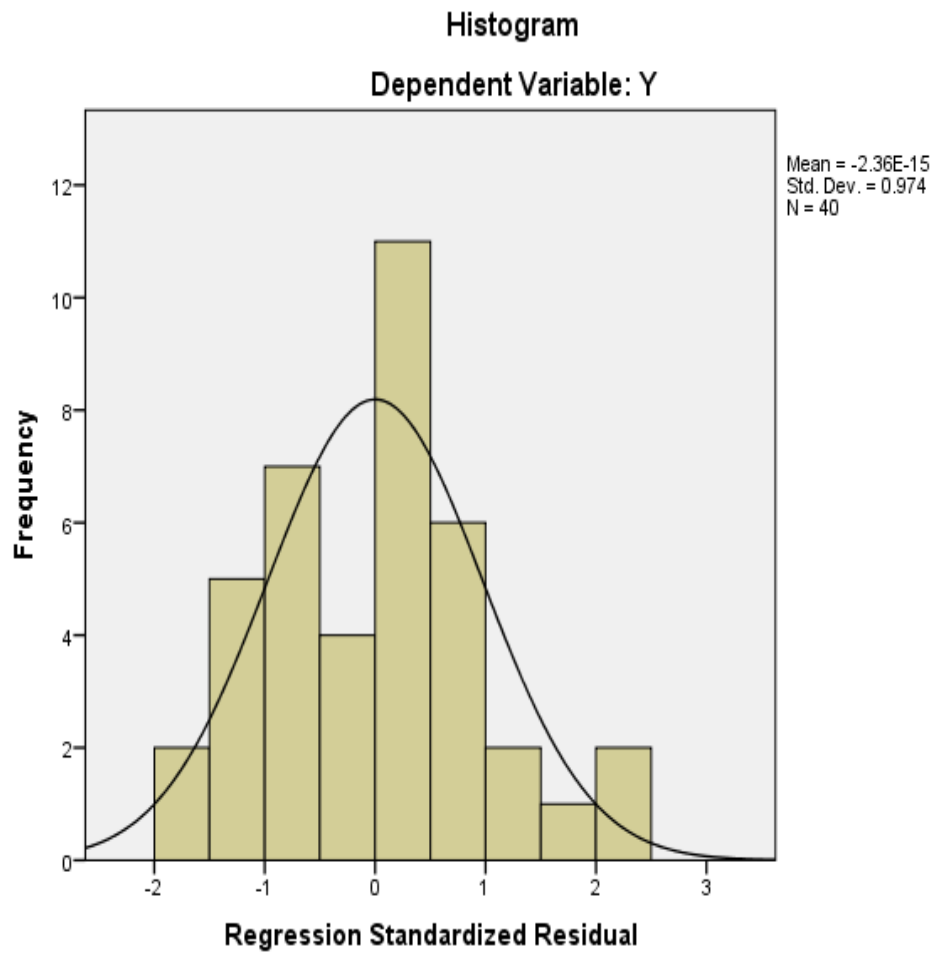
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	X1	X2
1	1	2.985	1.000	.00	.00	.00
	2	.011	16.762	.93	.21	.05
	3	.004	26.795	.07	.79	.95

a. Dependent Variable: Y

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	28.27	43.50	35.58	3.603	40
Residual	-2.733	3.593	.000	1.566	40
Std. Predicted Value	-2.028	2.199	.000	1.000	40
Std. Residual	-1.700	2.235	.000	.974	40

a. Dependent Variable: Y



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

