

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN HONDA PCX 150 (STUDI KASUS PADA PENGGUNA
HONDA PCX 150 DI KECEMATAN KUBU BABUSSALAM ROKAN
HILIR)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat-Syarat Mengikuti Sidang Meja Hijau
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera
Utara

DIAJUKAN OLEH :

NAMA MAHASISWA : SANTIKA
NPM : 71170312002
PROGRAM PENDIDIKAN : STRATA SATU
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
KONSENTRASI : PEMASARAN



**UNIVERSITAS ISLAM SUMATRA UTARA
MEDAN**

2021



UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

Jl. Sisingamangaraja Teladan Medan

Telp.Fax. (061)7169880

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Santika
Npm : 71170312002
Program Pendidikan : Strata Satu (S1)
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
JUDUL : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan
Konsumen Honda PCX 150 (Studi Kasus Pada
Pengguna Honda PCX 150 Di Kecamatan Kubu
Babusslam Rokan Hilir)

Disetujui Oleh :

Pembimbing 1

*file di pulin
ace rida
4/16/2021*

H. Bakhtiar, SE, M.SI

Pembimbing II

[Handwritten signature]

Ilham Sunata, SE, M.SI

*Ace. Pub. II.
08/6-2021*

Ketua Program Studi

[Handwritten signature]

Dr. Supriadi, S.E., M.M., M.SI

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmatnya yang sampai detik ini tak putus mencurahkan segala nikmat-Nya sehingga dengan perasaan yang senang dan bangga penulis dapat mengerjakan proposal ini yang berjudul "PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN HONDA PCX 150 (STUDI KASUS PADA PENGGUNA HONDA PCX 150 DI KECEMATAN KUBU BABUSSALAM ROKAN HILIR)" sebagai tahap awal dan syarat utama menuju sidang meja hijau untuk mendapatkan gelar sarjana Fakultas Ekonomi di Universitas Islam Sumatra Utara.

Selama Proses pembuatan skripsi ini penulis menyadari bahwa tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang senantiasa memberikan dukungan moral maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karna itu, dalam kesempatan ini penulis menghaturkan rasa hormat dan mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Hj. Safrida, SE., M.Si selaku Dekan beserta Pembantu Dekan I, Pembantu Dekan II, dan Pembantu Dekan III Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara Medan.
2. Bapak Supriadi,, S.E., M.M., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Bapak Syafrizal, S.E., M.M selaku Sekretaris Program Studi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara Medan.

3. Bapak H. Bakhtiar, SE,M.SI selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan ilmu pengetahuannya kepada penulis.
4. Bapak Ilham Sonata,SE,M.SI selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan ilmu pengetahuannya kepada penulis.
5. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara Medan yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang luas kepada penulis dalam perkuliahan, semoga ilmu yang diberikan memberikan manfaat untuk penulis dimasa mendatang

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan proposal skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik materi maupun cara penulisannya. Namun demikian penulis telah berupaya dengan segala kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki sehingga dapat selesai dengan baik dan oleh karenanya penulis dengan kerendahan hati dan dengan tangan terbuka menerima masukan, saran dan usul guna penyempurnaan proposal skripsi ini. Akhirnya penulis berharap semoga proposal skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca .

Medan, Maret 2021

Santika

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Batasan dan Rumus Masalah.....	3
1.3.1 Batasan Masalah.....	3
1.3.2 Rumusan masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	5
2.1 Uraian Teoritis.....	5
2.1.1 Pemasaran.....	5
a. Pengertian Pemasaran.....	5
b. Konsep Inti dalam Pemasaran.....	5
c. Prinsip Bauran Pemasaran.....	6
2.1.2 Kualitas Produk.....	6
a. Pengertian Kualitas Produk.....	6
b. Indikator Kualitas Produk.....	7
2.1.3 Kepuasan Konsumen.....	7
a. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	7
b. Dimensi Kepuasan Konsumen.....	8

	c. Kebutuhan Konsumen	9
	d. Indikator Kepuasan Konsumen	10
	2.2 Penelitian Terdahulu	10
	2.3 Kerangka Konseptual	12
	2.4 Hipotesis.....	12
BAB III	METODE PENELITIAN.....	13
	3.1 Lokasi, Objek dan Waktu Penelitian.....	13
	3.1.1 Lokasi Penelitian.....	13
	3.1.2 Objek Penelitian.....	13
	3.1.3 Waktu Penelitian.....	13
	3.2 Populasi dan Sampel	14
	3.2.1 Populasi Penelitian.....	14
	3.2.2 Sampel Penelitian	14
	3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	14
	3.4 Skala Pengukuran.....	15
	3.5 Defenisi Operasional Variabel	16
	3.6 Teknik Pengujian Instrument	17
	3.6.1 Uji Validitas	17
	3.6.2 Uji Reabilitas	18
	3.7 Teknik Analisis Data	18
	3.7.1 Teknik Analisis Deskriptif.....	18
	3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda	19
	3.8 Uji Asumsi Klasik.....	19
	3.8.1 Uji Normalitas.....	20

3.8.2 Uji Multikolinearitas.....	20
3.8.3 Uji Heterokedastisitas	20
3.9 Uji Hipotesis	21
3.9.1 Uji F.....	21
3.9.2 Uji t	22
3.9.3 Koefisien Determinasi	22
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	24
4.1 Sejarah Singkat Kampus Universitas Islam Sumatera Utara	24
4.1.1 Visi dan Misi Fakultas Ekonomi UISU	25
4.1.2 Sejarah Singkat Honda PCX 150.....	26
4.1.3 Visi dan Misi PT Astra Honda Motor.....	28
4.2 Struktur Organisasi	28
4.3 Uraian Fungsi PT. ASTRA HONDA MOTOR (AHM)	29
BAB V ANALISIS DAN EVALUASI	30
5.1 Metode Analisis Deskriptif.....	30
5.1.1 Analisis Statistik deskriptif Karakteristik Responden	30
5.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	31
5.2.1 Analisis Deskriptif Berdasarkan Jawaban Responden Untuk Variabel Kualitas produk (X)	31
5.2.2 Berdasarkan Jawaban Responden Untuk Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	37
5.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	43

5.3. Uji Validitas	43
5.4 Uji Reliabilitas	44
5.5 Uji Asumsi Klasik.....	46
5.5.1 Uji Normalitas Data.....	46
5.5.2 Uji Heterokedastisitas	48
5.5.3 Uji Multikolinearitas	50
5.6 Regresi Linear Berganda	51
5.7 Uji Hipotesis	52
5.7.1 Uji F (Silmutan).....	52
5.7.2 Uji t (parsial).....	53
5.7.3 Koefisien Determinasi (R ²).....	54
5.8 Evaluasi.....	55
BAB VI KESIMPULAN.....	56
6.1 Kesimpulan	56
6.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Konseptual	12
Gambar IV.I Honda PCX 150	27
Gambar IV.II Struktur Organisasi PT. Astra Honda Motor	28
Gambar V.I Uji Normalitas Data (Scater Plot)	47
Gambar V.II Uji Normalitas Data (Histrogram)	48
Gambar V.III Heterokedastisitas	49

DAFTAR TABEL

Tabel II.1	Penelitian Terdahulu	11
Tabel III.1	Waktu Penelitian	13
Tabel III.2	Operasional Variabel.....	16
Tabel V.I	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	31
Tabel V. II	Distribusi Jawaban Reponden Kualitas Produk	32
Tabel V.III	Distribusi Jawaban Responden Kualitas Produk.....	32
Tabel V.IV	Distribusi Jawaban Responden Kualitas Produk.....	33
Tabel V.V	Distribusi Jawaban Responden Kualitas Produk.....	33
Tabel V.VI	Distribusi Jawaban Responden Kualitas Produk.....	34
Tabel V.VII	Distribusi Jawaban Responden Kualitas Produk.....	34
Tabel V.VIII	Distribusi Jawaban Responden Kualitas Produk.....	35
Tabel V.IX	Distribusi Jawaban Responden Kualitas Produk.....	35
Tabel V.X	Distribusi Jawaban Responden Kualitas Produk.....	36
Tabel V.XI	Distribusi Jawaban Responden Kualitas Produk.....	36
Tabel V.XII	Distribusi Jawaban Responden Kepuasan Konsumen	37
Tabel V.XIII	Distribusi Jawaban Responden Kepuasan Konsumen	38
Tabel V.XIV	Distribusi Jawaban Responden Kepuasan Konsumen	38
Tabel V.XV	Distribusi Jawaban Responden Kepuasan Konsumen	39
Tabel V.XVI	Distribusi Jawaban Responden Kepuasan Konsumen	39
Tabel V.XVII	Distribusi Jawaban Responden Kepuasan konsumen	40
Tabel V.XVIII	Distribusi Jawaban Responden Kepuasan Konsumen	40

Tabel V.XIX	Distribusi Jawaban Responden Kepuasan Konsumen	41
Tabel V.XX	Distribusi Jawaban Responden Kepuasan Konsumen	42
Tabel V.XXI	Distribusi Jawaban Responden Kepuasan Konsumen	42
Tabel V.XXII	Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X).....	43
Tabel V.XXIII	Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	44
Tabel V.XXIV	Uji Reabilitas Kualitas Produk (X)	45
Tabel V.XXV	Uji Reabilitas Kepuasan Konsumen (Y).....	45
Tabel V.XXVI	Uji Multikolinearitas	51
Tabel V.XXVII	Uji Analisis Linear Berganda	51
Tabel. V.XXVIII	Uji F (Silmutan)	52
Tabel V.XXIX	Uji t (Parsial)	53
Tabel V.XXX	Koefisien Deteriminasi (R ²).....	54

DAFTAR PUSTAKA

- J. Warren Keegan, *Manajemen Pemasaran Global*, PT. Prenhallindo, Jakarta
1996
- Boyd dan kotler, *Manajemen Pemasaran* , Jakarta 2009.
- Barsky. DJ (1992) “ *A Strategy for customer Statisfication : The Comell Hotel
and Restaurant Administrasi Quartery*”.
- Daryanto dan Ismanto Setyabudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*,
Yogyakarta :Gava Media.
- Dwi Priyatno, 2009, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data
Penelitian dengan SPSS dan Tanyak Jawab Ujian Pendadaran*,
Yogyakarta : Gaya media
- Suharsimi, 1998, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi IV*,
PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, Jakarta,2011
- Kotler Philip, Susanto, A.B, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*,Salemba Empat,
2000
- Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Penerbit CV
Alfabeta, Bandung
- Sugiyono, (2011), *Metode Penilaian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung
Alfabeta.
- Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kualitatif,
Kuantitatif, dan R&AD)*. Bandung :Alfabeta

Gunawan, 2013, *Metode penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*, Jakarta : PT. Bumi Aksara.

Abdullah Majid, *Pengaruh Produk Tempe Terhadap Kepuasan Konsumen Tempe Barokah di Kecamatan Pamotan Kabupaten Rembang Jawa Tengah Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan: Lampung, 2019

Eryanto Prasetyo, *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer, (Studi Kasus Mahasiswa Unnes Fakultas Ekonomi)*, Skripsi, Universitas Negeri Semarang; Semarang, 2011.

Monica Maria, *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake*, Jurnal Manajemen Teori dan Terapan, No 1 April 2013.

Rachmasari Mety, *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan Karet PT. Perkebunan Nusantara IX Semarang*, Jurnal Agriecobs, Vol 02 No. 02, 2019

Rahman Pratama, *Pengaruh Harga Jual, Kualitas Produk, dan Periklanan Terhadap Volume Penjualan Mobil Toyota Avanza Pada PT Hadji Kalla di Kota Makasar*, Skripsi, Universitas Islam Negeri Alauddin: Makasar, 2012

“Pengertian Produk”, dalam <http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/07/produk-definisi-klasifikasi-dimensi-30.html> (25 januari 2021).

“Sejarah Honda PCX”. Dalam <http://gridoto.com/23/2020/>(1 juni 2021).

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

Saya Mahasiswi Universitas Islam Sumatera Utara Jurusan Manajemen Pemasaran, saya sedang menyusun sebuah laporan akhir sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata 1 dari Universitas Islam Sumatera Utara dengan judul:

“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Honda PCX-150 ”

Besar saya kiranya Bapak/Ibu bersedia mengisi kuesioner ini dengan sejujurnya tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Identitas Responden

1. Nama/Inisial :
2. Jenis Kelamin :
3. Nomor Telepon :

PERTANYAAN KUESIONER

Berikanlah tanda checklist (√) pada sekor jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan keadaan anda untuk masing masing item pertanyaan .

Keterangan :

- SS : Sangat Setuju*
S : Setuju
KS :Kurang Setujul
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju

A. Kuesioner Kualitas Produk

Kualitas Produk	Tanggapan				
<i>Performance</i> (kinerja)					
1. Saya merasa motor Honda PCX-150 dapat memberikan kenyamanan berkendara secara maksimal	SS	S	KS	TS	STS
2. Saya merasa motor Honda PCX-150 irit bensin	SS	S	KS	TS	STS
<i>Durability</i> (daya tahan)					
3. Saya merasa motor Honda PCX-150 dapat digunakan lebih dari 5 tahun	SS	S	KS	TS	STS
<i>Comformance to Specification</i> (kesesuaian dengan spesifikasi)					
4. Saya merasa motor Honda PCX-150 sesuai dengan standart dan kualitas yang ditawarkan	SS	S	KS	TS	STS
<i>Features</i> (fitur)					
5. Saya merasa <i>body</i> motor Honda PCX-150 menarik perhatian	SS	S	KS	TS	STS
Estetika					
6. Saya merasa <i>spare part</i> yang digunakan motor Honda PCX-150 dapat bertahan lama/tidak gampang rusak	SS	S	KS	TS	STS
7. Saya merasa desain motor Honda PCX-150 menarik	SS	S	KS	TS	STS
8. Saya merasa pemilihan warna motor Honda PCX-150 inovatif	SS	S	KS	TS	STS
<i>Reability</i> (reabilitas)					
9. Saya merasa motor Honda PCX-150 memberikan reputasi yang baik	SS	S	KS	TS	STS
10. Saya merasa motor Honda PCX-150 bisa dipercaya	SS	S	KS	TS	STS

B. Kuesioner Kepuasan Konsumen

Kepuasan Konsumen	Tanggapan				
1. Apakah harga motor Honda PCX-150 sesuai dengan yang didapatkan konsumen?	SS	S	KS	TS	STS
2. Apakah harga <i>spare part</i> motor Honda PCX-150 sesuai dengan kualitasnya?	SS	S	KS	TS	STS
3. Apakah <i>spare part</i> motor Honda PCX-150 yang digunakan kualitasnya baik?	SS	S	KS	TS	STS
4. Apakah anda merasa puas dengan motor Honda PCX-150?	SS	S	KS	TS	STS
5. Apakah anda merasa puas dengan kualitas yang diberikan Honda PCX-150?	SS	S	KS	TS	STS
6. Apakah anda tidak merasa kecewa dengan apa yang diberikan motor Honda PCX-150?	SS	S	KS	TS	STS
7. Apakah anda merasa terkesan dengan produk Honda PCX-150?	SS	S	KS	TS	STS
8. Apakah anda menyukai berbagai model Honda PCX-150?	SS	S	KS	TS	STS
9. Apakah anda tidak menemukan kekurangan dari motor Honda PCX-150?	SS	S	KS	TS	STS
10. Apakah anda akan merekomendasikan motor Honda PCX-150 kepada orang lain?	SS	S	KS	TS	STS

Lampiran 2

NO RESPONDEN	Kualitas Produk (X)										TABEL (X)
	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	X.10	
1	4	3	5	4	3	3	4	4	4	4	38
2	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	44
3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	40
4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	44
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
6	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	39
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
8	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	38
9	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	45
10	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
11	5	4	5	3	4	4	3	4	4	4	40
12	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	45
13	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38
14	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
15	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
16	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	46
17	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	40
18	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	46
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
20	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
21	5	4	4	4	4	4	4	5	2	2	38
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
23	5	5	4	5	5	5	4	4	4	3	44
24	5	5	4	4	5	5	4	4	3	4	43
25	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	42
26	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	43
27	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	40
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
29	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	44
30	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41

NO RESPONDEN	Kepuasan Konsumen										TABEL (Y)
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	
1	3	4	4	2	3	3	4	3	4	3	33
2	5	4	4	4	3	4	3	5	5	3	40
3	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	37
4	3	4	3	4	5	5	4	4	4	4	40
5	4	4	4	3	4	4	5	5	3	4	40
6	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
7	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	40
8	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	39
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
10	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	45
11	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	40
12	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	48
13	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	39
14	3	4	4	4	5	3	3	3	4	5	38
15	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	38
16	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	47
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
19	5	4	4	4	3	3	4	5	4	4	40
20	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	40
21	5	3	3	4	3	4	3	4	4	4	37
22	5	4	5	3	5	3	4	5	4	4	42
23	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	42
24	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	44
25	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	44
26	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	44
27	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	38
28	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
29	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	39
30	5	4	4	4	4	3	4	3	3	4	38

Lampiran 3

Uji Validitas X

Correlations

		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	item_7	item_8	item_9	item_10	total_X1
item_1	Pearson Correlation	1	,560**	,141	,069	,224	,484**	,156	,103	-,106	,103	,427*
	Sig. (2-tailed)		,001	,457	,718	,234	,007	,412	,587	,576	,587	,019
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_2	Pearson Correlation	,560**	1	,062	,352	,518**	,789**	,374*	,290	,099	,315	,697**
	Sig. (2-tailed)	,001		,744	,057	,003	,000	,041	,120	,601	,090	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_3	Pearson Correlation	,141	,062	1	,198	,040	,127	,168	,298	,332	,298	,431*
	Sig. (2-tailed)	,457	,744		,294	,832	,504	,374	,109	,073	,110	,017
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_4	Pearson Correlation	,069	,352	,198	1	,472**	,429*	,257	,163	,317	,100	,531**
	Sig. (2-tailed)	,718	,057	,294		,009	,018	,170	,389	,088	,601	,003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_5	Pearson Correlation	,224	,518**	,040	,472**	1	,605**	,458*	,249	,395*	,266	,681**
	Sig. (2-tailed)	,234	,003	,832	,009		,000	,011	,185	,031	,156	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_6	Pearson Correlation	,484**	,789**	,127	,429*	,605**	1	,428*	,436*	,293	,427*	,811**
	Sig. (2-tailed)	,007	,000	,504	,018	,000		,018	,016	,116	,019	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_7	Pearson Correlation	,156	,374*	,168	,257	,458*	,428*	1	,317	,416*	,475**	,664**
	Sig. (2-tailed)	,412	,041	,374	,170	,011	,018		,088	,022	,008	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_8	Pearson Correlation	,103	,290	,298	,163	,249	,436*	,317	1	,225	,286	,550**
	Sig. (2-tailed)	,587	,120	,109	,389	,185	,016	,088		,233	,125	,002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_9	Pearson Correlation	-,106	,099	,332	,317	,395*	,293	,416*	,225	1	,686**	,631**
	Sig. (2-tailed)	,576	,601	,073	,088	,031	,116	,022	,233		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_10	Pearson Correlation	,103	,315	,298	,100	,266	,427*	,475**	,286	,686**	1	,683**
	Sig. (2-tailed)	,587	,090	,110	,601	,156	,019	,008	,125	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
total_X1	Pearson Correlation	,427*	,697**	,431*	,531**	,681**	,811**	,664**	,550**	,631**	,683**	1
	Sig. (2-tailed)	,019	,000	,017	,003	,000	,000	,000	,002	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Uji Validitas Y

Correlations

		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	item_7	item_8	item_9	item_10	total_X1
item_1	Pearson Correlation	1	,100	,203	,269	-,197	,036	-,064	,443*	,056	,059	,348
	Sig. (2-tailed)		,598	,282	,150	,296	,850	,737	,014	,770	,759	,060
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_2	Pearson Correlation	,100	1	,461*	,287	,312	,375*	,295	,160	,241	,349	,547**
	Sig. (2-tailed)	,598		,010	,123	,093	,041	,113	,400	,199	,059	,002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_3	Pearson Correlation	,203	,461*	1	,386*	,416*	,127	,441*	,360	,387*	,354	,664**
	Sig. (2-tailed)	,282	,010		,035	,022	,505	,015	,051	,035	,055	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_4	Pearson Correlation	,269	,287	,386*	1	,352	,532**	,188	,309	,483**	,604**	,736**
	Sig. (2-tailed)	,150	,123	,035		,057	,002	,319	,096	,007	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_5	Pearson Correlation	-,197	,312	,416*	,352	1	,241	,336	,043	,161	,540**	,510**
	Sig. (2-tailed)	,296	,093	,022	,057		,199	,069	,822	,395	,002	,004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_6	Pearson Correlation	,036	,375*	,127	,532**	,241	1	,420*	,428*	,411*	,501**	,683**
	Sig. (2-tailed)	,850	,041	,505	,002	,199		,021	,018	,024	,005	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_7	Pearson Correlation	-,064	,295	,441*	,188	,336	,420*	1	,314	,176	,350	,572**
	Sig. (2-tailed)	,737	,113	,015	,319	,069	,021		,091	,353	,058	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_8	Pearson Correlation	,443*	,160	,360	,309	,043	,428*	,314	1	,374*	,386*	,662**
	Sig. (2-tailed)	,014	,400	,051	,096	,822	,018	,091		,042	,035	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_9	Pearson Correlation	,056	,241	,387*	,483**	,161	,411*	,176	,374*	1	,299	,592**
	Sig. (2-tailed)	,770	,199	,035	,007	,395	,024	,353	,042		,108	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_10	Pearson Correlation	,059	,349	,354	,604**	,540**	,501**	,350	,386*	,299	1	,723**
	Sig. (2-tailed)	,759	,059	,055	,000	,002	,005	,058	,035	,108		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
total_X1	Pearson Correlation	,348	,547**	,664**	,736**	,510**	,683**	,572**	,662**	,592**	,723**	1
	Sig. (2-tailed)	,060	,002	,000	,000	,004	,000	,001	,000	,001	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Lampiran 4

Uji Reliabilitas X Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,813	10

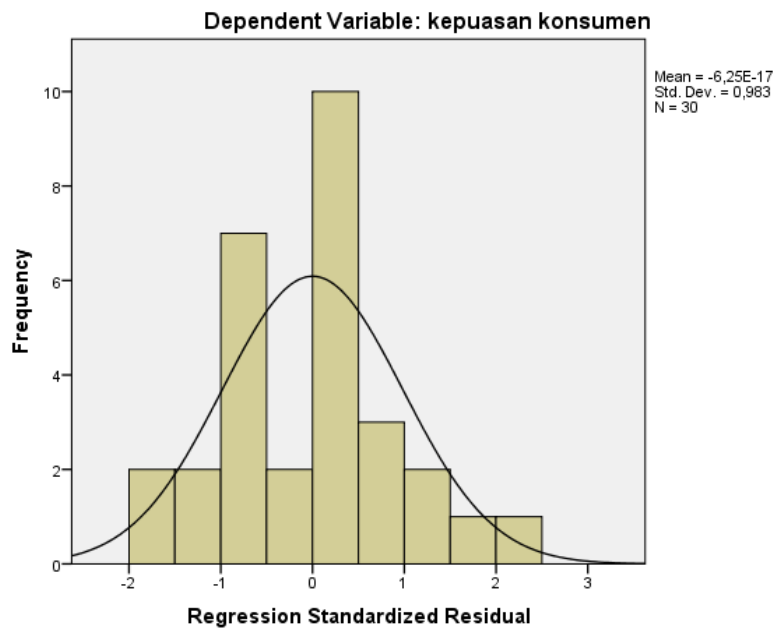
Uji Reliabilitas Y Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,796	10

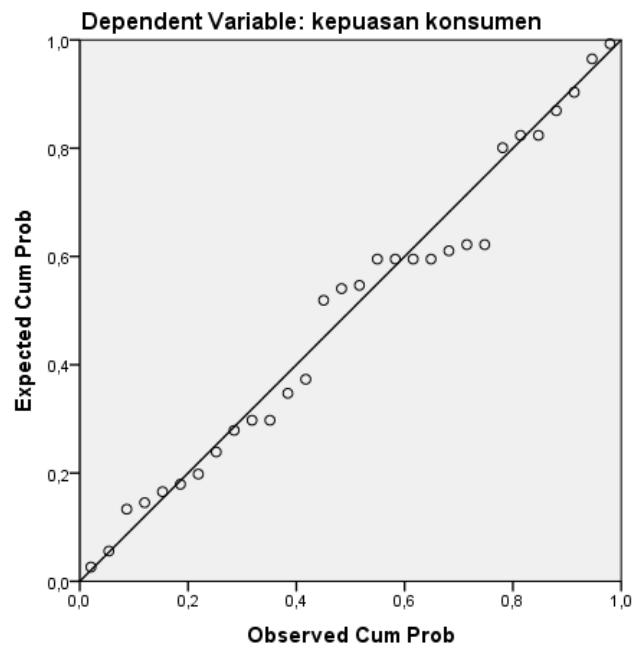
Lampiran 5

Uji Normalitas

Histogram



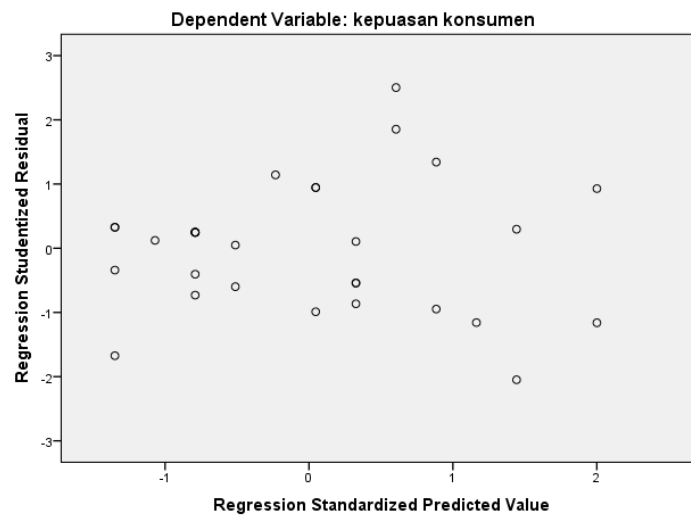
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Lampiran 6

Uji Multikolinearitas

Scatterplot



**Hasil Uji Glejser Multikolinearitas
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	14,860	7,029		2,114	,044
kualitas produk	,609	,164	,576	3,727	,001

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Lampiran 7

**Uji Multikolinearitas
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	14,860	7,029		2,114	,044		
kualitas produk	,609	,164	,576	3,727	,001	1,000	1,000

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Lampiran 8

Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji-f)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	138,254	1	138,254	13,889	,001 ^b
	Residual	278,713	28	9,954		
	Total	416,967	29			

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

b. Predictors: (Constant), kualitas produk

Lampiran 9

Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji-t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,860	7,029	2,114	,044
	kualitas produk	,609	,164	3,727	,001

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Lampiran 10

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,576 ^a	,332	,308	3,15500

a. Predictors: (Constant), Kualitas produk