

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN
PALLUBASA PAK KASIM DI GOWA**

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2022/2023**

KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA

JUDUL PENELITIAN:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN
PALLUBASA PAK KASIM DI GOWA**

SKRIPSI

Disusun dan Diajukan Oleh:

FITRIA RAHMADANI

105721102419

*Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Makassar*

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR**

2023

MOTTO DAN PERSEMBAHAN MOTTO

Apa yang tertulis dihatimu jauh lebih penting dari pada apa yang orang lain katakan tentang dirimu.

Sabar itu hadiahnya kebahagiaan, kalau gampang hadiahnya kipas angin.

Berdoa dan percaya pada diri sendiri, sebab di ujung sana ada senyum alm.mamah,kakek dan nenek yang menantimu wisuda.

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas Ridho-Nya serta karunianya sehingga skripsi ini telah terselesaikan dengan baik.

Alhamdulillah Rabbil'alamin

Skripsi ini kupersembahkan untuk mamah tercinta (Alm) Sabaria yang mendoakan saya dari surga , kedua untuk kakek/nenek tercinta yang sangat berjasa menyekolahkan,membesarkan, dan mendidik saya sampai saat ini ,serta suami saya tercinta yang telah memberikanku semangat dan kasih sayang yang tidak ada habisnya. Orang-orang yang saya sayang dan almamaterku.

PESAN DAN KESAN

Selama menjalani proses perkuliahan, banyak hal baru yang saya dapatkan baik itu bertambahnya pengalaman dan pengetahuan serta bertemu dengan teman baru dari berbagai daerah tetap semangat dalam menjemput impian capek boleh, menyerah jangan



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No.295 gedung iqra Lt.7 Tel. (0411)866972 Makassar

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap
Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Pallubasa
Pak Kasim di Gowa

Nama Mahasiswa : FITRIA RAHMADANI

No.Stambuk/ NIM : 105721102419

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

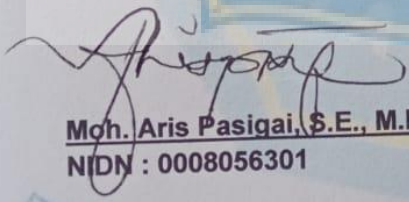
Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa, dan diujikan di depan
panitia Penguji skripsi strata satu (S1) pada tanggal 17 Juni 2023 di Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.


Makassar, 17 Juni 2023

Menyetujui,

Pembimbing I


Pembimbing II

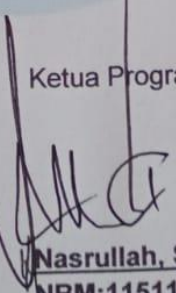

Moh. Aris Pasigai, S.E., M.M
NIDN : 0008056301


Ismail Rasulong, S.E., M.M
NIDN : 0905107302

Mengetahui,

Ketua Program Studi

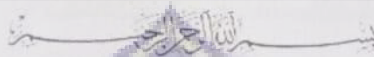

Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si.
NBM:651 507


Nasrullah, SE., MM.
NBM:1151132



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No.295 gedung iqra Lt.7 Tel. (0411)866972 Makassar



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama: Fitria Rahmadani, Nim: 105721102419 diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0006/SK-Y61201/091004/2023 M, Tanggal 28 dzulkaidah 1444 H /17 juni 2023 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 28 dzulkaidah 1444 H
17 Juni 2023 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Prof. Dr. H: Ambo Asse, M.Ag
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si.
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Agusdiwana Suarni, S.E., M.Acc.
(Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Moh. Aris Pasigai, S.E., M.M
2. Aulia, S.IP., M.SI.M
3. Dr. Syarifuddin Sulaiman, M.SI
4. Faidul Adzim, S.E., M.SI

Disahkan Oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar

Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si.
NBM:651 507



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No.295 gedung iqra Lt.7 Tel. (0411)866972 Makassar

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fitria Rahmadani
Stambuk : 105721102419
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap
Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Pallubasa Pak
Kasim Di Gowa

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 17 Juni 2023

Yang Membuat Pernyataan,



Fitria Rahmadani
NIM: 105721102419

Diketahui Oleh:

Ketua Program Studi



Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si.
NBM:651 507

Nasrullah, SE., MM.
NBM:1151132

**HALAMAN PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Makassar, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fitria Rahmadani
NIM : 105721102419
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Makassar **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Nonexclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Pallubasa Pak Kasim Di Gowa.

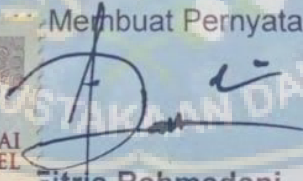
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Makassar, 17 Juni 2023

Membuat Pernyataan,




Fitria Rahmadani
NIM: 105721102419

ABSTRAK

Fitria Rahmadhani, 2023. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Pallubasa Pak Kasim di Gowa. Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I Moh Aris Pasigai dan Pembimbing II Ismail Rasulong

Penelitian ini bertujuan 1) untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Pallubasa Pak Kasim di Gowa, 2) untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Pallubasa Pak Kasim di Gowa. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan sampel sebanyak 97 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik kuesioner. Teknik analisis data menggunakan uji regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Pallubasa Pak Kasim di Gowa.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Konsumen



ABSTRACT

Fitria Rahmadhani, 2023. The Influence of Product Quality and Price on Consumer Satisfaction at Pak Kasim's Pallubasa Restaurant in Gowa. Thesis Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Supervised by Advisor I Moh Aris Pasigai and Advisor II Ismail Rasulong.

This study aims 1) to determine the effect of product quality on customer satisfaction at Pak Kasim's Pallubasa Restaurant in Gowa, 2) to determine the effect of price on consumer satisfaction at Pak Kasim's Pallubasa Restaurant in Gowa. The type of research used in this research is quantitative with a sample of 97 respondents. Data collection techniques using questionnaire techniques. The data analysis technique uses multiple linear regression tests. The results showed that product quality and price had a positive and significant effect on consumer satisfaction at Pallubasa Pak Kasim Restaurant in Gowa.

Keywords: Product Quality, Price and Consumer Satisfaction



KATA PENGANTAR



Puji dan Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Pallubasa Pak Kasim Di Gowa”.

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada alm.mamah, nenek, kakek ,suami serta keluarga besar terutama dari mama yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus. Dan saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, serta dukungan baik materi maupun moral, dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M. Ag, Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Nasrullah, SE.,MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Moh.Aris Pasigai,S.E.,M.M, selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi selesai dengan baik.
5. Bapak Ismail Rasulong,S.E.,M.M, selaku Pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.
6. Bapak/Ibu dan Asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
7. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Angkatan 2019 Terkhususnya Manajemen 19 A dan kelas MM 19 A yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.
9. Terimakasih kepada kakek dan nenek saya yang menjadi semangat saya untuk menyelesaikan skripsi ini, yang begitu luar biasa dukungan dan doanya sehingga saya bisa sampai di titik akhir ini.
10. Terima kasih juga kepada sepupuku Herfina,sulfa nabila azzahrah,Haslinda ,sri anti, dela atrianti AMD.KEB ,yang selalu ada baik suka maupun duka,

yang selalu siap untuk direpotkan kapan pun.

11. Terima kasih juga kepada sahabatku Eka Ramadhani, fitrianingsih, Sitti nur annisa, Jasrah, Nur intan j, Puji Lestari serta partnerku dalam segala hal selama saya kuliah untuk semua cerita yang kita lewati selama menjalani proses pendidikan di bangku perkuliahan dan juga senantiasa kebersamaan dan meluangkan waktu untuk membantu, selalu memberikan saran, serta selalu memberikan semangat.
12. Terima kasih juga kepada Suami saya Mohammad Iqsal P yang selalu ada dan menemani saya Ketika Menyusun skripsi ini dan disegala hal baik ataupun suka duka saya.
13. Terimakasih kepada Bunda saya Kasmawati s.pd, sunniati, serta kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan Skripsi ini.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa Skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan Skripsi ini.

Mudah-mudahan Skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater tercinta Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

Billahi fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khairat, Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Makassar, M 2023

Fitria rahmadani

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat penelitian.....	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A. Landasan Teori.....	5
B. Tinjauan Empiris	11
C. Kerangka Pikir.....	14
D. Hipotesis	15
BAB III. METODE PENELITIAN.....	16
A. Jenis Penelitian	16
B. Lokasi dan waktu Penelitian.....	16
C. Jenis dan Sumber Data.....	16
D. Populasi dan sampel.....	17
E. Metode Pengumpulan Data.....	18
F. Definisi Operasional Variabel.....	19
G. Metode Analisis Data	20
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	26
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	26
B. Penyajian Data(Hasil Penelitian)	27

C. Deskripsi Data Variabel Penelitian	29
D. Uji Instrumen Penelitian	32
E. Pembahasan Hasil Penelitian.....	37
BAB V. PENUTUP	39
A. Kesimpulan	39
B. Saran	39
DAFTAR PUSTAKA.....	40
LAMPIRAN.....	42



DAFTAR TABEL

Table 2.1 penelitian terdahulu.....	11
Tabel 3.1 Definisi operasional.....	19
Tabel 4. 1 Responden berdasarkan jenis kelamin	27
Tabel 4. 2 Responden berdasarkan usia	28
Tabel 4. 3 Responden berdasarkan jenjang pendidikan	29
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X1).....	30
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Harga (X2)	30
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	31
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	31
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X1).....	32
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Harga (X2)	32
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y).....	32
Tabel 4.11 Uji Normalitas.....	33
Tabel 4.12 Uji Regresi Linear Berganda	34
Tabel 4.13 Uji t.....	35

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 kerangka pikir 14



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam dunia bisnis semakin lama semakin berkembang, dimana perkembangan pesat tersebut juga mengalami metamorfosis yang berkesinambungan. Perkembangan bisnis tersebut juga mengakibatkan adanya perubahan pola dan cara pesaing dalam mempertahankan bisnisnya. Oleh karena itu, setiap pelaku bisnis dituntut mempunyai kepekaan terhadap perubahan kondisi persaingan bisnis yang terjadi di lingkungannya dan menempatkan orientasi terhadap kemampuan untuk menarik keputusan pembeli agar mampu berhasil dalam menjalankan usaha-usahanya. Cara yang dipakai untuk mencapai keberhasilan dalam menjalankan usaha bisnis salah satunya dengan melakukan pemasaran.

Sehubungan dengan kebutuhan manusia yang paling mendasar adalah kebutuhan akan pangan yang mana setiap manusia akan berusaha memenuhi kebutuhan tersebut dengan berbagai cara. Berdasarkan tingkat konsumsi makanan yang cukup tinggi, salah satu sektor industri yang berkembang dengan pesat adalah industri makanan. Kekuatan usaha produk makanan adalah bagaimana para konsumennya, setiap perusahaan akan berusaha memberikan kepuasan yang berbeda terhadap produk dan jasa layanan yang diberikan pada konsumennya.

Salah satu kuliner tradisional yang terdapat di kabupaten Gowa, ialah rumah makan pallubasa Pak Kasim. Rumah makan adalah istilah umum untuk menyebut usaha yang menyajikan hidangan kepada masyarakat dan

menyediakan tempat untuk menikmati hidangan tersebut serta menetapkan tarif tertentu untuk makanan dan pelayanannya. Harga yang ditetapkan pada rumah makan pallubasa Pak Kasim ini mulai dari Rp. 20.000- an. Kebijakan harga atau suatu nilai dapat mempengaruhi pola pikir manusia. Seorang pelanggan atau konsumen akan memilih kinerja produk mana yang lebih efektif dan efisien serta cocok dengan kebutuhannya sesuai nilai suatu harga atau biaya, bila kinerja tersebut efektif, efisien dan cocok dengan harapannya, berarti pelanggan akan merasa puas dan akan membuat perhitungan pengeluaran biaya untuk pengadaan produk tersebut, artinya semakin tinggi kelayakan tingkat harga, maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen.

Untuk menciptakan pembelian kembali maka perusahaan harus memberikan kepuasan kepada pelanggan. Berdasarkan fenomena yang ada di Kabupaten Gowa yang terkenal dengan adanya restoran atau rumah makan khas Makassar yang cukup banyak peminatnya yaitu "Pallubasa". Salah satunya adalah rumah makan Pallubasa Pak Kasim, yang berada di Jalan. Poros Manjalling, Kecamatan. Bajeng Barat, Kabupaten. Gowa. Yang menyajikan makanan yang bahan utamanya Daging Sapi. Namun beberapa konsumen merasa tidak puas dengan alasan mereka masing-masing. Dalam hal ini rumah makan pallubasa pak kasim mengukur tingkat kepuasan konsumen dapat terpengaruh terhadap tingkat pendapatan penjualan Pak Kasim.

Harga bukanlah satu-satunya faktor yang mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian. Harga menurut Husein Umar dalam jurnal Ade Syarif Maulana adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Selain harga kualitas produk juga mempengaruhi konsumen dalam mengambil

keputusan pembelian yang berujung pada kepuasan. Produk yang dijual harus mempunyai kualitas yang baik, unik dan berpenampilan menarik, sehingga dapat membuat konsumen tertarik untuk membeli.

Kualitas produk yang baik akan mendorong perusahaan untuk mempertahankan usahanya dan dapat kepercayaan dari konsumen serta mampu bersaing dengan pesaing lainnya. Kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen karena kualitas produk dapat dinilai oleh konsumen dari kemampuan produk tersebut untuk menciptakan kepuasan konsumen Dengan adanya kualitas produk. Hal ini sesuai dengan pendapat Tjiptono menyatakan bahwa kualitas pelayanan berhubungan erat dengan kepuasan konsumen, dengan memperhatikan kualitas pelayanan kepada konsumen akan meningkatkan indeks kepuasan konsumen. Bagi pihak manajemen kepuasan konsumen sangat penting, karena jika semua pelayanan, harga dan kualitas produk itu dapat memuaskan perasaan konsumen yang baik inilah yang akan membuat para konsumen puas dan percaya.

Berdasarkan keadaan rumah makan pallubasa Pak Kasim yang belum Maksimal ,maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “**pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan pallubasa Pak Kasim**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dapat dirumuskan pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen rumah makan pallubasa Pak Kasim Di Gowa?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

rumah makan pallubasa Pak Kasim Di Gowa?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen rumah makan pallubasa Pak Kasim.
2. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen rumah makan pallubasa Pak Kasim

D. Manfaat penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian adalah :

1. Bagi penulis
Penulis peneliti berharap dapat memberikan kontribusi terhadap kalangan akademis yang akan melakukan penelitian, serta menambah pengalaman, wawasan, dan mengaplikasikan pengetahuan teori yang diperoleh selama studi di Universitas Muhammadiyah Makassar, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Pemasaran.
1. Bagi Ilmu Pengetahuan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih terhadap ilmu pengetahuan, khususnya dalam manajemen pemasaran.
2. Bagi rumah makan pallubasa Pak Kasim, penelitian ini dapat dijadikan masukan sekaligus pertimbangan dalam memutuskan hal-hal yang mendukung eksistensi rumah makan untuk tetap bisa memoertahankan loyalitas konsumennya melalui kepuasan konsumen.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Manajemen Pemasaran

A. Pengertian Manajemen Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses dimana seseorang atau sekelompok masyarakat melakukan pertukaran, menciptakan, baik itu barang atau jasa. Dengan pengertian tersebut kita bisa menyimpulkan bahwa pemasaran merupakan keinginan seseorang untuk memuaskan kebutuhannya. (Kotler 2005:4)

Menurut Fandy Tjiptono, pemasaran adalah kontak yang memiliki fungsi paling besar dengan lingkungan luar perusahaan, padahal perusahaan memiliki kendala dengan luar perusahaan. (Risal, 2020:1)

a) Manajemen pemasaran

Menurut Kotler manajemen pemasaran adalah penganalisisan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dituju untuk mencapai tujuan perusahaan. (Fathoni ,2019) Untuk lebih memahami tentang manajemen pemasaran, berikut pengertian manajemen pemasaran menurut beberapa ahli:

1. American Marketing Association menyatakan bahwa manajemen pemasaran adalah total tujuan pemasaran, dan strategi pemasaran yang di tujukan untuk menciptakan pertukaran yang dapat memenuhi tujuan individu maupun organisasi.

2. Kotler dan Amstrong(2013), berpendapat bahwa manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian atas program yang dirancang untuk menciptakan pembangunan dan memepertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dengan maksud untuk mencapai sasaran organisasi.

3. M.Astuti, AR amanda(2020), mengemukakan bahwa manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan serta meumbuhkan pelanggan dengan menciptakan ,mengantarkan dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

4. Alma B (2015),mengemukakan bahwa manajemen pemasaran adalah perencanaan, pengarahan dan pengawasan seluru kegiatan pemasaran perusahaan.

Philip Willim J.Shultz(2005), menyatakan bahwa manajemen pemasaran adalah perencanaan, pengarahan, dan pengawasan seluruh kegiatan pemasaran perusahaan ataupun bagian dari perusahaan.

5. John W.Mullins(2013:5), menyatakan bahwa manajemen pemasaran adalah proses analisis, implementasi, koordinasi, dan control program yang melibatkan konsep,harga, promosi, dan distribusi produk, jasa, dan ide yang di desain untuk menciptakan dan memelihara pertukan yang menguntungkan dengan target pasar untuk mencapai tujuan organisasi.

6. Peter R. Dickson:(2019) menyatakan bahwa manajemen

pemasaran adalah sebagai kegiatan organisasi yang melibatkan pemahaman mengenai kebutuhan konsumen .

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut dapat di simpulkan bahwa manajemen pemasaran meliputi kegiatan perencanaan, penerapan, dan pengendalian program yang di rancang untuk menciptakan, membangun dan memepertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi.

2. Bauran Pemasaran

Pemasaran adalah bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan transaksi produk barang atau jasa. Sehingga pengertian pasar bukan lagi merujuk kepada suatu tempat tapi lebih kepada aktifitas atau kegiatan pertemuan penjual dan pembeli dalam menawarkan suatu produk kepada konsumen. Adapun konsep pemasaran memiliki 4 elemen utama yang dikenal dengan istilah konsep marketing 4p yaitu :

1. Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Adapun produk menurut konsumen atau consumer product, kadang-kadang disebut barang jadi, adalah produk yang dibeli oleh konsumen untuk penggunaan pribadi adapun produk menurut konsumen.

2. Harga

Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau

jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Istilah harga digunakan untuk memberikan nilai finansial pada suatu produk barang atau jasa. Adapun harga menurut konsumen adalah harga yang biasanya didefinisikan sebagai apa yang harus diserahkan konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa .

3. Promosi dan Tujuannya

Promosi adalah sebuah upaya untuk menginformasikan, menyebarluaskan, memengaruhi, menawarkan, dan mengajak masyarakat untuk menjadi pelanggan sebuah produk dari sebuah brand. Tujuan promosi tentu saja untuk penjualan. Bisa dikatakan, tanpa promosi, suatu produk tidak akan pernah dikenal masyarakat luas. Adapun promosi menurut konsumen adalah kegiatan pemasaran yang dirancang untuk merangsang pembelian. Perusahaan menggunakannya untuk mendapatkan pelanggan potensial atau membuat pelanggan saat ini puas.

4. Distribusi

Dalam buku Pengantar Ilmu Ekonomi Makro (2004) oleh Gilarso, pengertian distribusi adalah penyaluran hasil produksi dari produsen yang membuatnya, kepada konsumen yang memerlukannya. Tujuan distribusi merupakan untuk memastikan keberlangsungan kegiatan produksi dan memastikan produk diterima oleh konsumen dengan

baik. Jadi dapat disimpulkan distribusi merupakan proses penyaluran barang atau jasa kepada pihak lain.

3. Kualitas pelayanan

A. Pengertian kualitas pelayanan

Kualitas suatu produk atau jasa identik dengan mutu produk atau jasa tersebut. Menurut American Society for Quality Control, kualitas adalah ciri- ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah di tentukan atau bersifat laten (mutiawati, 2019)

Berdasarkan pendapat tersebut maka dapat di simpulkan bahwa kualitas adalah mutu dari suatu produk atau jasa yang akan memberikan tingkat kepuasan tertentu kepada penggunaanya baik sifatnya pasti atau bersifat persepsi dari pengguna. Apabila yang diukur kualitas barang maka disebut juga kualitas produk sedangkan kualitas jasa , lebih dikenal dengan kualitas pelayanan .

Kotler, (2007) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses, produk dan servis yang di hasilkan perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen.

B. Dimensi Kualitas Pelayanan

Dimensi pengukuran kepuasan menurut pasuraman dan zeithaml (istiatiin 2015), dalam melayani konsumen adalah:

1. Ketanggapan (Responsiveness) Yaitu kemampuan untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani pelanggan dan ketersediaan untuk melayani pelanggan dengan baik.
2. Keandalan (Reliability) Yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai yang di janjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
3. Empati (Empaty) Yaitu rasa peduli untuk memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan, serta pengetahuan untuk di hubungi.
4. Jaminan (Asurance) Yaitu pengetahuan karyawan, kesopanan pegawai atau karyawan serta sifat yang dapat dipercaya sehingga pelanggan terbebas dari resiko dan merasa puas
5. Bukti langsung (Tangibles) yaitu perlengkapan yang bias dirasakan langsung oleh konsumen Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan, dan sarana komunikasi.

4. Kepuasan konsumen

A. Pengertian kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah perusahaan. Sampai saat ini banyak yang mengartikan tentang pengertian kepuasan konsumen antara lain:

1. Hasil penelitian pelanggan terhadap apa yang di harapkan dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Harapan itu di bandingkan dengan harapan terhadap kinerja yang di terimanya dengan mengkonsumsi produk tersebut.
2. Respon dari konsumen terhadap ketidak puasan yang di rasakan terhadap harapan sebelumnya dan kinerja actual produk yang dirasakan.

3. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja outcome yang dirasakan dengan harapan-harapan suatu produk
4. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan.
5. Kepuasan pelanggan merupakan tingkatan suatu kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang terlanjur.

B. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka sehingga perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara memaksimalkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

B. Tinjauan Empiris

Penelitian terdahulu memiliki fungsi sebagai acuan dalam melaksanakan penelitian yang dimana penelitian ini sebelumnya telah mengkaji masalah pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan seperti pada table dibawah ini :

Table 2.1 penelitian terdahulu

No	Penulis & tahun Penelitian	Judul	Variable penelitian	Alat analisis	Hasil penelitian
1.	Jefry F.T.	Pengaruh	harga,	Model analisis	Hasil penelitian

	Bailia1 Agus Supandi Soegoto2 Sjendry Serulo R. Loindong(2013)	kualitas produk,harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada warung-warung makan Lamongan di Kota Manado.	kualitas produk, dan kualitas layanan.	yang digunakan adalah regresi linear berganda	menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada warung makan lamongan di kota manado. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial variabel harga, kualitas produk, dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2.	Brigitte Tombeng1 Ferdy Roring2 Farlane S. Rumokoy3(2019)	Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Raja Oci Manado.	Kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk.	Model penelitian survey, informasi yang dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner.	Dari Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen karena Variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk Terhadap Kepuasan serta loyalitas Pelanggan rumah makan rajaoci di manado.
3.	Nurafina siregar,S.E,M. Sidan Hakim fadillah,S.E (2021)	Pengaruh pencitraan kualitas produk dan harga terhadap	Kualitas produk dan harga terhadap loyalitas	Model analisis data yang digunakan untuk mengetahui	hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil penelitian terdahulu

		loyalitas pelanggan pada rumah makan Deli Medan.	pelanggan	besarnya Analisis Peningkatan Loyalitas Pelanggan berdasarkan Pencitraan, Kualitas Produk, dan Harga adalah model ekonometrik dengan teknik analisis menggunakan model kuadrat terkecil biasa	menunjukkan hasil yang positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan. Penelitian ini menganalisa tentang Pencitraan, Kualitas produk dan Harga terhadap Loyalitas pelanggan pada Rumah Makan Kampoeng Deli Medan.
4.	Ciciek Adhias Putri1 Juni Trisnowati 2)(2021)	Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen di rumah makan SFA Steak dan Resto Karanganyer.	Kualitas produk, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen	Pengujian ini dilakukan dengan dua jenis yaitu uji validitas dan uji reliabilitas	Diperoleh hasil bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,925 > 1,985$) dan sig. sebesar 0,000 lebih kecil dari dari 0,05, berarti H_0 ditolak dan menerima H_a artinya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan SFA Steak & Resto Karanganyer
5.	Jonathan J.J. Mentang1 Imelda W. J. Ogi2 Reitty L. Samadi3(2021)	Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen paa rumah makan Marina Hash in Manado di masa Pandemi Covid -19.	Kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan rumah makan	Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah simple random sampling.	Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Maulidah, Widodo, dan Zulianto (2019), yang menemukan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan

					terhadap kepuasan konsumen. Penelitian serupa dari Diza, Moniharapon, dan Ogi (2016), yang menemukan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
--	--	--	--	--	---

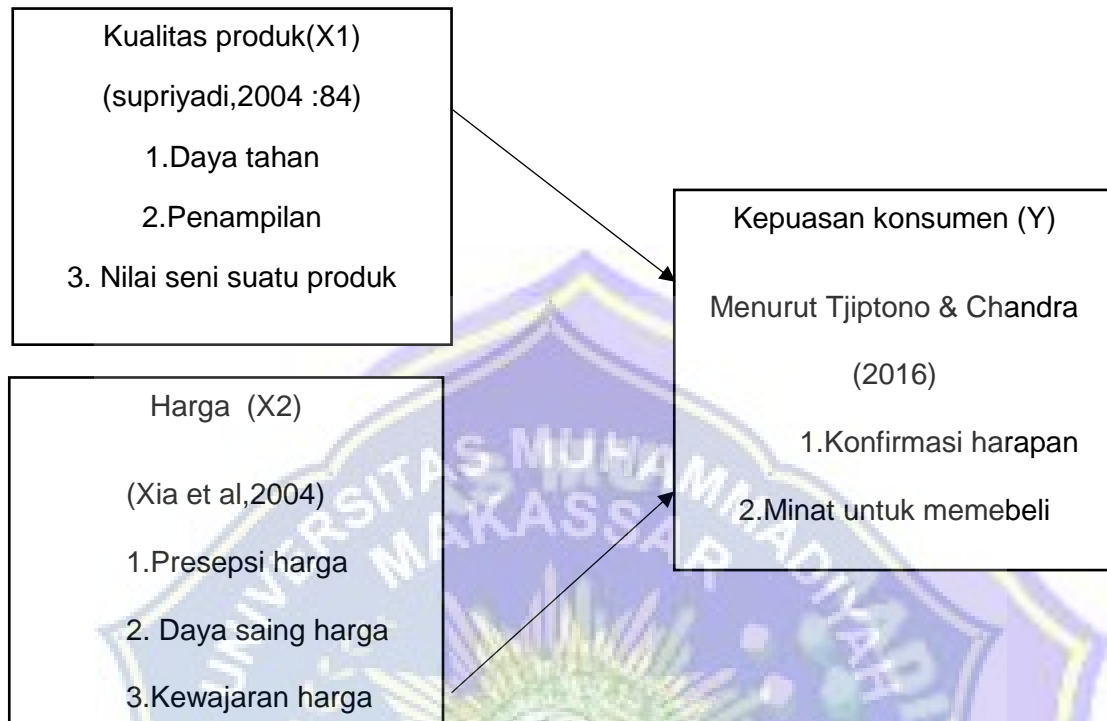
C. Kerangka Pikir

Keinginan konsumen sangat penting oleh karena itu pengusaha atau produsen sangat bergantung pada konsumen. Untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen dapat di lihat dari kualitas pelayanan yang di berikan.

Kualitas produk merupakan segala sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan yang ditawarkan perusahaan untuk diperhatikan, diminta, digunakan oleh konsumen. Kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Kepuasan tergantung oleh kualitas produk perusahaan, karena jika semakin tinggi tingkat kualitas poduk maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen yang dihasilkan. Adapun Harga merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dan juga merupakan faktor penting dalam penjualan.

Berikut kerangka pikir tentang” Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadapkepuasan konsumen pada rumah makan pallubasa Pak Kasim di Gowa.

Gambar 2.1 kerangka pikir



Menurut ahmad Setiawan et.al dalam sugiyono,(2021) mengemukakan “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah,dimana rumusan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan”. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan didasarkan pada teori yang relevan ,belum berdasarkan pada fakta – fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Pallubasa Pak Kasim Di Gowa.

H1 : Diduga kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Pallubasa Pak Kasim Di Gowa.

H2 : Diduga harga produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Pallubasa Pak Kasim Di Gowa.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan (sugiyono 2018 : 11). Berdasarkan tujuan penelitian maka penelitian ini termasuk penelitian Eksplanatori, Eksplanatori bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya.

B. Lokasi dan waktu Penelitian

Lokasi penelitian terletak di warung pallubasa Pak Kasim di Gowa. Tempatnya di jl.poros manjalling ,kec.bajeng barat. Waktu penelitian akan dilaksanakan dua bulan sejak dikeluarkannya izin penelitian, yaitu pada bulan Februari sampai Maret.

C. Jenis Dan Sumber Data

1. Jenis Data

Data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dari konsumen rumah makan pallubasa pak kasim di gowa, menggunakan kuisisioner dan dapat di olah untuk membahas lebih lanjut.

2. Sumber Data

a. Data primer

Pada penelitian ini menggunakan data primer. Data primer adalah data yang di dapatkan peneliti langsung dari sumber aslinya tanpa adanya perantara. (sugiyono,2015:225). Data primer dalam penelitian ini adalah data kuisisioner dari konsumen rumah makan pallubasa pak kasim di gowa.

D. Populasi dan sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian (Arikunto, 2002:108). Sedangkan Husein (2002:145) menyatakan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan atau pembeli pada rumah makan Pallubasa Pak Kasim di Gowa.

2. Sampel

Sampel menurut Sugiyono, (2016:118) sampel ialah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dipunyai oleh populasi tersebut. Menurut Sugiyono, (2017:81) sampel ialah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi.

Di mana :

$$n = (Z^2 pq)/e^2$$

n : jumlah pengtesan yang diperlukan

z : tingkat kepastian yang diharapkan

p : Kemungkinan benar setengah

q : Kemungkinan salah setengah

moe : Ruang goyang atau tingkat kesalahan paling ekstrim yang bisa dibayangkan.

Tingkat kepastian yang digunakan diketahui bahwa 95% dimana nilai Z diketahui bahwa 1,96 dan tingkat kesalahan terbesar diketahui bahwa 10%. Contoh ukuran lengkap dalam penelitian ini diketahui bahwa sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Mengingat perhitungan ini, jumlah dasar tes yang seharusnya yang digunakan penelitian ini diketahui bahwa 97 sumber data.

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah yang dibutuhkan dalam penelitian untuk memperoleh data. Adapun beberapa metode pengumpulan data yang dapat digunakan menurut Hardani, dkk (2020:123) sebagai berikut:

1. Observasi (pengamatan), observasi merupakan suatu metode atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung. Metode observasi boleh dikatakan merupakan keharusan dalam pelaksanaan penelitian kuantitatif. Metode ini juga digunakan untuk mendapatkan data yang bersifat fisik berkaitan dengan penelitian.
2. Kuesioner, kuesioner merupakan metode pengumpulan data melalui daftar pernyataan yang akan diisi langsung oleh responden. Penggunaan kuesioner menggunakan daftar periksa (checklist) dan skala penilaian. Perangkat ini

membantu menyederhanakan dan mengukur perilaku, karakteristik dan sikap responden. Daftar periksa (checklist) adalah daftar perilaku, karakteristik, entitas lain yang dicari peneliti.

3. Dokumentasi, penggunaan dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data dari sumber dokumen yang berasal dari rumah makan pallubasa Pak Kasim di Gowa. Metode dokumntasi mencari data berupa pengambilan gambar saat pembagiaan kuesioner, keadaan rumah makan pallubasa Pak Kasim di Gowa.

F. Definisi Operasional Variabel Dan Pengukuran

1. Definisi Operasional Variabel

Secara teoritis, definisi operasional variabel adalah unsur penelitian yang memberikan penjelasan tentang variabel-variabel organisasi sehingga dapat diamati dan diukur.

Dalam penelitian ini menentukan variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) yang digunakan yaitu variabel motivasi kerja dan lingkungan kerja (independen) dan kinerja karyawan (dependen). Untuk lebih jelasnya yaitu:

Tabel 3.1 Definisi operasional

Variable	Definisi Variable	Indicator	Skala Ukur
Kualitas produk (X1)	Suatu kemampuan produk yang melakukan tugasnya meliputi daya tahan,kehandalan,ketetapan, kekuatan,kemudahan,penegemasan,operasi,perbaikan represi produk dan lain – lainnya.	1.terdapat produk yang berkualitas 2.banyak raga, pilihan 3. bahan yang digunakan 4. tersedia barang dan produk baru	Skala Likert
Harga (X2)	Jumlah yang ditagih atau nilai yang disebutkan dalam rupiah, sebagai nilai tukar untuk manfaat yang ditimbulkan bagi seseorang	1.keterjangkauan harga 2. kesesuaian dengan kualitas 3.daya saing harga	Skala likert

	atau kelompok dan dibutuhkan sebagai kombinasi produk dan pelayanan.	4.kesesuaian harga dengan manfaat	
Kepuasan Konsumen (Y)	Evaluasi pasca pembelian dengan sejauh mana tingkatan produk dan keseluruhan sikap atas barang,atau jasa, sesuai dengan kebutuhan konsumen yang dibandingkan antara persepsi terhadap kinerja	1.kesesuaian harapan 2.kesesuaian dengan kebutuhan 3.minat berkunjung Kembali 4. bersedia merekomendasikan.	Skala likert

2. Pengukuran Variabel

Keterangan penggunaan pengukuran skala likert sebagai berikut:

ST = Sangat Setuju (5 poin)

S = Setuju (4 poin)

KS = Kurang Setuju (3 poin)

TS = Tidak Setuju (2 poin)

STS = Sangat Tidak Setuju (1 poin)

G. Metode Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiono (2017:207) kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Dalam metode analisis data ini penulis mengambil analisis deskriptif yaitu analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan

cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud berbuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

a. Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini adalah 97 orang konsumen pada Rumah Makan Pallubasa Pak kasim. Untuk melihat responden penelitian berdasarkan jenis kelamin.

b. Deskripsi Variabel

Deskripsi variabel digunakan untuk mengetahui jawaban responden terhadap variabel kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen.

2. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017: 125) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak, dengan menggunakan alat ukur yang digunakan (kuesioner). Uji validitas dilakukan pada responden sebanyak 97 konsumen Rumah Makan Pallubasa Pak Kasim

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas (kehandalan) merupakan alat yang digunakan untuk mengukur stabilitas dan konsistensi hasil pengukuran dari kuesioner dalam penggunaan yang berulang. Suatu kuesioner dikatakan handal apabila jawaban dari seseorang terhadap pertanyaan

konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas menggunakan program komputer *Statistical Program for Society Science* (SPSS versi 23) yang memberikan fasilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu pernyataan dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* (α) $> 0,60$. Sebaliknya jika koefisien *Cronbach Alpha* (α) $\leq 0,60$ maka pernyataan dikatakan tidak reliabel (Ghozali 2016).

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016). Uji Normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Jika Nilai Signifikan $> (0,05)$, Maka distribusi data dinyatakan normal dan jika Nilai Signifikan $< (0,05)$ Maka distribusi data dinyatakan tidak normal.

Menurut Buchari (2016). Uji Normalitas bermanfaat untuk memastikan informasi yang sudah dikumpulkan berdistribusi wajar ataupun diambil dari populasi wajar. Nilai residual ialah hasil dari yang dicoba terhadap informasi yang sudah di peroleh ataupun dikumpulkan. Uji normalitas yang banyak digunakan dikala melakukan riset merupakan uji Kolmogorov-smirnov, bentuk z- score ialah informasi yang telah berdistribusi wajar.

1. Bila nilai signifikan terletak di dasar 0,05 hingga informasi tersebut mempunyai banyak perbandingan sehingga informasi tersebut dikatakan tidak wajar ataupun tidak reliable.
2. Nilai signifikan terletak diatas 0,05 hingga informasi tersebut dinyatakan tidak ada perbandingan antara informasi yang diuji dengan informasi baku hingga informasi tersebut dikatakan wajar ataupun reliable.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Uji ini juga bertujuan untuk menghindari kebiasaan dalam pengambilan kesimpulan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji ini dimaksudkan untuk mendeteksi gejala korelasi antara variabel independen yang satu dengan variabel independen yang lain Ghozali (2016)

Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi di antara variabel independen. Uji Multikolinieritas dapat dilakukan dengan 2 cara yaitu dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factors*) dan nilai *tolerance*, dan apabila $VIF > 10$ dan nilai *tolerance* $< 0,10$ maka terbebas gejala multikolinieritas.

4. Uji Heteroskedasiditas

Menurut Ghozali (2016) Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat apakah pada model regresi tidak terjadi kesamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari

residu satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut tidak heterokedastisitas.

Heteroskedastisitas dapat diketahui melalui Uji Glesjer. Jika probabilitas signifikansi masing-masing variabel independen $> 0,05$, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda. Regresi linear berganda Menurut Sugiyono (2010:227), analisis regresi linear berganda adalah hubungan linear antara dua lebih variabel bebas. Maka dari itu diketahui bahwa motivasi kerja (X_1), lingkungan kerja (X_2) dan kinerja karyawan (Y).

Analisis Regresi Linear Berganda Hasil data yang diperoleh dianalisis lebih lanjut dengan analisis regresi linier berganda dengan alat SPSS 25 (Statistik Package for Social Science) (Tasna Nada Zafira, 2020). Dengan model estimasi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana:

Y : Kepuasan Pelanggan

a : Konstanta

b_1, b_2 : Koefisien Regresi

X_1 : Kualitas Produk

X_2 : Harga

6. Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji t merupakan salah satu uji hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dinyatakan signifikan, untuk melakukan uji hipotesis perlu diketahui dasar pengambilan keputusan dalam uji t. Adapun dasar dalam pengambilan keputusan uji t:

- a. Jika nilai p-value (sig) < 0,05, maka terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y atau hipotesis diterima.
- b. Jika nilai p-value (sig) > 0,05, maka tidak ada pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y atau hipotesis ditolak.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Sejarah Singkat Rumah Makan Pallubasa Pak Kasim Di Gowa

Dalam sejarah Rumah Makan Pallubasa Pak Kasim Di Gowa pada awal mula dibuka warung ini pada tanggal 17 juni 2019.dibangun oleh Bapak kasim.Rumah makan pallubasa pak kasim ini berada di jl.tangkeballa,poros desa Manjalling,kec.bajeng barat,kabupaten gowa.

Konon katanya awal dari makanan berkuah yang bercampur kelapa parut goreng ini hanya diperuntukkan untuk semua kalangan masyarakat. Hal ini dikarenakan pallubasa adalah makanan termurah yang bisa dibeli oleh seluruh masyarakat.

Campuran daging yang ada di dalam setiap mangkuknya adalah daging dan bagian yang tidak dibutuhkan oleh pemilik sapi,tetapi diberikan kepada si pemotong sapi,jatah upah (Papolong). Papolong inilah yang kemudia mengolah sisa tersebut menjadi makanan yang disebut Pallubasa.

Kuah kaldu kental plus daging yang empuk. Pallubasa juga dibuat dari daging dan jeroan sapi atau kerbau .Makanan khas Sulawesi selatan ini diracik dengan menggunakan aneka rempah seperti bawang putih,bawang merah, cabai merah,jintan ,ketumbar jahe dan juga pala.racikan bumbu inilah yang menghasilkan kuah kental dan gurih dengan ditambahkan kelapa parut yang sudah di goreng dan disajikan dengan nasi dan cukup dengan harga 20 ribu rupiah seporsinya.

B. Penyajian Data (Hasil penelitian)

A. Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan data primer yang di kumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 97 responden yang merupakan konsumen Pada Rumah Makan Pallubasa Pak Kasim Di Gowa. Pada penelitian ini ada 3 karakteristik responden yang akan diteliti yakni jenis kelamin, umur responden, dan tingkat pendidikan.

1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 36 orang. Berikut ini yang merupakan data responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 4. 1 Responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1.	Laki-Laki	47	48,46%
2.	Perempuan	50	51,54%
Total responden		97	100%

Sumber data: Data Primer (kuesioner) Tahun 2023

Dapat dilihat dari tabel 4.1 di atas, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang di mana laki-laki yaitu sebanyak 47 orang dengan presentase 48,46%, sedangkan perempuan yaitu sebanyak 50 orang dengan presentase 51,54%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada rumah makan pallubasa pak kasim di gowa responden perempuan lebih banyak dari jumlah responden laki-laki.

2. Karakteristik responden berdasarkan usia

Pada Karakteristik ini akan menguraikan identitas responden berdasarkan usia responden yang ditetapkan sebagai sampel dalam penelitian ini. Berikut ini data responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 2 Responden berdasarkan usia

No	Usia	Frekuensi (orang)	Presentase (%)
1.	20-30	17	17,53%
2.	31-40	50	51,54%
3.	41-50	30	30,93%
Total responden		97	100%

Sumber data: Data primer (kuesioner) tahun 2023

Dapat dilihat dari tabel 4.2 di atas, karakteristik responden yang berjumlah 97 orang dengan berdasarkan data usia antara 20-30 tahun yaitu sebanyak 17 orang dengan presentase 17,53%, usia responden antara 31-40 tahun yaitu sebanyak 50 orang dengan presentase 51.54%, serta usia responden antara 41-50 tahun yaitu sebanyak 30 orang dengan presentase 30,93%. Sehingga, dapat ditarik kesimpulan bahwa lebih banyak responden dengan usia antara 31-40 tahun yang berjumlah 50 orang pada Rumah Makan Pallubasa Pak Kasim Di Gowa.

7. Karakteristik responden berdasarkan jenjang pendidikan

Pada karakteristik ini akan menguraikan identitas responden berdasarkan jenjang pendidikan terakhir responden yang ditetapkan sebagai sampel dalam penelitian ini. Oleh demikian, berikut ini data

responden berdasarkan jenjang pendidikan terakhir yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 3 Responden berdasarkan jenjang pendidikan

No	Pendidikan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1.	SMA/SMK	62	63,92%
2.	D3	20	20,61%
3.	S1	15	15,47%
4.	S2	-	-
5.	S3	-	-
Total responden		97	100%

Sumber Data: Data Primer (kuesioner) tahun 2023

Dapat dilihat dari tabel 4.3 di atas, karakteristik responden yang berjumlah 97 orang dengan berdasarkan data jenjang pendidikan terakhir bahwa responden dengan tingkat pendidikan SMA/SMK yaitu 62 orang dengan presentase 63,92% tingkat pendidikan D3 yaitu 20 orang dengan presentase 20,61%, tingkat pendidikan S1 yaitu sebanyak 15 orang dengan presentase 15,47%, tingkat pendidikan S2 0 orang, serta tingkat pendidikan S3 yaitu 0 orang. Sehingga, dapat ditarik kesimpulan bahwa lebih banyak responden dengan jenjang pendidikan SMA/SMK yang berjumlah 62 orang pada Rumah Makan Pallubasa Pak Kasim Di Gowa.

C. Deskripsi Data Variabel Penelitian

1) Frekuensi Jawaban Variabel Kualitas Produk (X1)

Frekuensi jawaban responden pada variabel kualitas produk disajikan pada tabel 4.1. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa distribusi frekuensi variabel kualitas produk terdiri dari 6 pernyataan. Jika dilihat dari hasil analisis diketahui bahwa yang memiliki mean tertinggi yaitu X1.2 dengan angka **4.31%**, sedangkan yang memiliki mean terendah yaitu X1.6 dengan angka **3.57%**

Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X1)

Indikator	Skala Pengukuran											Mean	
	1 (STS)		2 (TS)		3 (KS)		4 (S)		5 (SS)		Total		
	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.		%
X1.1	0	0	0	0	13	13.4	53	54.6	31	32.0	97	100.0	4.19
X1.2	0	0	3	3.1	6	6.2	46	47.4	42	43.3	97	100.0	4.31
X1.3	0	0	4	4.1	8	8.2	47	48.5	38	39.2	97	100.0	4.23
X1.4	0	0	6	6.2	8	8.2	38	39.2	45	46.4	97	100.0	4.26
X1.5	11	11.3	12	12.4	15	15.5	20	20.6	39	40.2	97	100.0	3.66
X1.6	14	14.4	16	16.5	6	6.2	23	23.7	38	39.2	97	100.0	3.57
Rata-rata												4.03	

Sumber : Data diolah, 2023

2) Frekuensi Jawaban Variabel Harga (X2)

Frekuensi jawaban responden pada variabel harga disajikan pada tabel 4.2. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa distribusi frekuensi variabel harga terdiri dari 6 pernyataan. Jika dilihat dari hasil analisis diketahui bahwa yang memiliki mean tertinggi yaitu X2.4 dengan angka **4.43%**, sedangkan yang memiliki mean terendah yaitu X2.3 dengan angka **4.01**

Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Harga (X2)

Indikator	Skala Pengukuran											Mean	
	1 (STS)		2 (TS)		3 (KS)		4 (S)		5 (SS)		Persen (%)		
	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.		%
X2.1	0	0	0	0	12	12.4	38	39.2	47	48.5	97	100.0	4.36
X2.2	0	0	2	2.1	10	10.3	47	48.5	38	39.2	97	100.0	4.25
X2.3	2	2.1	3	3.1	15	15.5	49	50.5	28	28.9	97	100.0	4.01
X2.4	2	2.1	2	2.1	5	5.2	31	32.0	57	58.8	97	100.0	4.43
X2.5	4	4.1	0	0	7	7.2	38	39.2	48	49.5	97	100.0	4.30
X2.6	4	4.1	10	10.3	4	4.1	36	37.1	43	44.3	97	100.0	4.07
Rata-rata												4.23	

Sumber : Data diolah, 2023

3) Frekuensi Jawaban Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Frekuensi jawaban responden pada variabel kepuasan konsumen pada tabel 4.3. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa distribusi frekuensi kepuasan konsumen terdiri dari 6 pernyataan. Jika dilihat dari hasil analisis diketahui bahwa yang memiliki mean tertinggi yaitu

Y.2 dengan angka **4.43%**, sedangkan yang memiliki mean terendah yaitu Y.6 dengan angka **3.72%**

Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Indikator	Skala Pengukuran												Mean
	1 (STS)		2 (TS)		3 (KS)		4 (S)		5 (SS)		Persen (%)		
	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	
Y.1	0	0	1	1.0	15	15.5	44	45.4	37	38.1	97	100.0	4.21
Y.2	0	0	1	1.0	5	5.2	42	43.3	49	50.5	97	100.0	4.43
Y.3	2	2.1	4	4.1	11	11.3	49	50.5	31	32.0	97	100.0	4.06
Y.4	2	2.1	5	5.2	12	12.4	39	40.2	39	40.2	97	100.0	4.11
Y.5	12	12.4	6	6.2	10	10.3	36	37.1	33	34.0	97	100.0	3.74
Y.6	8	8.2	14	14.4	9	9.3	32	33.0	34	35.1	97	100.0	3.72
Rata-rata													4.04

Sumber : Data diolah, 2023

D. Uji Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kriteria yang digunakan untuk menyatakan suatu instrument valid atau layak digunakan dalam pengujian hipotesis apabila *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r-tabel atau $df = (N-2) = 0.199$

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Corrected item-total correlation	r-tabel	Ket.
Kualitas Produk (X ₁)	X1.1	0.307	0.199	Valid
	X1.2	0.486	0.199	Valid
	X1.3	0.518	0.199	Valid
	X1.4	0.475	0.199	Valid
	X1.5	0.678	0.199	Valid
	X1.6	0.520	0.199	Valid
Harga (X ₂)	X2.1	0.597	0.199	Valid
	X2.2	0.531	0.199	Valid
	X2.3	0.615	0.199	Valid
	X2.4	0.543	0.199	Valid
	X2.5	0.513	0.199	Valid
	X2.6	0.679	0.199	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Y.1	0.350	0.199	Valid
	Y.2	0.505	0.199	Valid
	Y.3	0.540	0.199	Valid
	Y.4	0.507	0.199	Valid
	Y.5	0.546	0.199	Valid
	Y.6	0.598	0.199	Valid

Sumber : Data diolah, 2023

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Reliabilitas diukur dengan uji statistik *cronbach's alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach's alpha* (α) > 0.60. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.677	7

Sumber: Output SPSS, 2023

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas variabel X1 di atas, 6 pernyataan memiliki nilai *cronbach's alpha* (α) yang lebih besar dari 0.60 yaitu sebesar **0.677**. Berdasarkan ketentuan di atas maka indikator atau pernyataan dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Harga (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.729	7

Sumber: Output SPSS, 2023

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas variabel X2 di atas, 6 pernyataan memiliki nilai *cronbach's alpha* (α) yang lebih besar dari 0.60 yaitu sebesar **0.729**. Berdasarkan ketentuan di atas maka indikator atau pernyataan dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.683	7

Sumber: Output SPSS, 2023

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas variabel Y di atas, 6 pernyataan memiliki nilai *cronbach's alpha* (α) yang lebih besar dari 0.60 yaitu sebesar **0.683**. Berdasarkan ketentuan di atas maka indikator atau pernyataan dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

3). Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas Kolmogorov smirnov merupakan bagian dari uji asumsi klasik. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Jika nilai sig. > 0.05, maka nilai residual berdistribusi normal dan jika nilai sig. < 0.05, maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.11 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.62031625
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.081
	Negative	-.084
Test Statistic		.084
Asymp. Sig. (2-tailed)		.089^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Output SPSS, 2023

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas, diketahui nilai sig. **0.089** > 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal

4). Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.12 Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.912	3.256		1.816	.073
	kualitas produk	.285	.088	.288	3.243	.002
	Harga	.451	.089	.450	5.059	.000

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber: Output SPSS, 2023

Dari tabel di atas diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 5.912 + 0.285 X_1 + 0.451 X_2$$

Persamaan di atas dijelaskan sebagai berikut :

$a = 5.912$ merupakan nilai konstanta, jika nilai X_1 dan X_2 dianggap 0 maka nilai dari kepuasan konsumen adalah sebesar **5.912**.

$\beta_1 = 0.285$ artinya variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dan apabila variabel kepuasan konsumen meningkat satu satuan, maka kualitas produk akan meningkat sebesar **0.285** satuan.

$\beta_2 = 0.451$ artinya variabel harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dan apabila variabel kepuasan konsumen meningkat satu satuan, maka harga akan meningkat **0.451** satuan.

5). Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari setiap variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen. Diketahui t-tabel sebesar **1.661**. Nilai ini didapatkan dari

rumus $df = n - k = 1.661$. Hasil uji t pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.13 Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.912	3.256		1.816	.073
	kualitas produk	.285	.088	.288	3.243	.002
	Harga	.451	.089	.450	5.059	.000

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber: Output SPSS, 2023

Dasar pengambilan keputusan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ (**1.661**) dan nilai sig < 0.05 maka dapat dikatakan variabel X berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y.

Berdasarkan tabel di atas, berikut ini dijelaskan pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial:

a. Kualitas Produk (X_1)

Hasil pengujian dengan SPSS untuk variabel kualitas produk (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y) diperoleh nilai t_{hitung} **3.243** $> t_{tabel}$ **1.661** dan nilai sig. **0.002** < 0.05 . Hal ini berarti variabel kualitas produk (X_1) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

b. Harga (X_2)

Hasil pengujian dengan SPSS untuk variabel harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) diperoleh nilai t_{hitung} **5.059** $> t_{tabel}$ **1.661** dan nilai sig. **0.000** < 0.05 . Hal ini berarti variabel harga (X_2) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y)

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Kotler, (2007) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses, produk dan servis yang di hasilkan perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Hasan (2008: 298) berpendapat bahwa harga adalah segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk.

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat terlihat dengan jelas bahwa semua variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Pengaruh yang diberikan kedua variabel bebas tersebut bersifat signifikan. Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis yang telah diajukan. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya. Penjelasan dari masing-masing pengaruh variabel dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ini mengambil sampel sebanyak 97 responden dari kuesioner yang disebar yang terdiri dari 47 orang responden laki-laki dan 50 orang responden perempuan. Berdasarkan data di atas maka mayoritas berjenis kelamin perempuan.

Frekuensi jawaban variabel X1 memiliki rata-rata (mean) nilai sebesar 4.03%, yang tertinggi adalah pernyataan X1.2 yaitu sebesar 4.31%, dan yang terendah adalah item pernyataan X1.6 sebesar 3.57%.

Berdasarkan hasil analisis untuk variabel kualitas produk menunjukkan bahwa uji t menghasilkan nilai $t_{hitung} 3.243 > t_{tabel} 1.661$ dan nilai sig. $0.002 < 0.05$. Hal ini berarti variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Pallubasa Pak Kasim di Gowa.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jonathan J.J. Mentang¹ Imelda W. J. Ogi² Reitty L. Samadi³(2021), Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Maulidah, Widodo, dan Zulianto (2019), yang menemukan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian serupa dari Diza, Moniharapon, dan Ogi (2016), yang menemukan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ini mengambil sampel sebanyak 97 responden dari kuesioner yang disebar yang terdiri dari 47 orang responden laki-laki dan 50 orang responden perempuan. Berdasarkan data di atas maka mayoritas berjenis

Frekuensi jawaban variabel X2 memiliki rata-rata (mean) nilai sebesar 4.23%, yang tertinggi adalah pernyataan X2.4 yaitu sebesar 4.43%, dan yang terendah adalah item pernyataan X2.3 sebesar 4.01%.

Berdasarkan hasil analisis untuk variabel harga menunjukkan bahwa uji t menghasilkan nilai $t_{hitung} 5.059 > t_{tabel} 1.661$ dan nilai sig. $0.000 < 0.05$. Hal ini berarti variabel harga mempunyai pengaruh yang positif

dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Pallubasa Pak Kasim di Gowa.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jefry F.T. Bailia¹ Agus Supandi Soegoto² Sjendry Serulo R. Loindong(2013). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada warung makan lamongan di kota manado. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial variabel harga, kualitas produk, dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Pallubasa Pak Kasim di Gowa. Berdasarkan analisis data serta pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Pallubasa Pak Kasim di Gowa.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Pallubasa Pak Kasim di Gowa.

B. Saran

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan terkhusus dibidang pemasaran agar peneliti bisa menerapkan dan menjalankannya suatu perusahaan atau penjualan bidang pemasaran.

2. Bagi Rumah Makan Pallubasa Pak Kasim

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan, saran maupun masukan bagi Rumah Makan Pallubasa Pak Kasim di Gowa mengenai kualitas produk(porsi makanan ,cita rasa) dan harga pada rumah makan tersebut sudah cukup baik dan diharapkan dapat mempertahankannya dengan cara tetap memperhatikan terus kualitas produk dan harga agar kedepannya lebih baik dan terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

Bailia, J. F., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado. *EMBA*, 1768-1780.

- Buchari, A. (2011). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Gozali. (2018). Aplikasi Analisis Kebijakan Multivarite Dengan Program IBM SPSS. *BADAN PENERBIT UNIVERSITAS DIPONEGORO*.
- I, G. (2018). Analisis Kebijakan Pembentukan Sovereign Wealth Fund Di Indonesia Bekasi. *fakultas jababeka*.
- J. F., supandi, B. a., Serulo R, S. S., & Loindong. (2013). Pengaru Kualitas Produk Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung - Warung Makan Lamongan Di Kota Manado. *Manajemen pemasaran*, 1-56.
- J. I., & Manurung . (2014). Metodeologi Penelitian Bisnis. *umsupress*.
- Kotler , & Keller. (2016). *Marketing Management*. New York: Prentice Hall.
- Mentang, J. J., Ogi, I. W., & Samadi, R. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Marina Hash In Manado Di Masa Pandemi Covid-19. *EMBA*, 680-690.
- Philip, & Kotler. (2002). *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium* . Jakarta: PT. Prehallindo.
- Prasetio, A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal*, 1-8.
- Putri, C. A., & Trisnowati, J. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Sfa Steak & Resto Karanganyar. *Surakarta Management Journal*, 11-19.
- R, E. (2021). Analisis Pengaruh Promosi,Harga,Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Situs e-commerce zalora*, 80-80.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Hasan (2008). *Marketing Media utama* ,YOGYAKARTA
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2010). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Ofset.
- Tombeng, B., Roring, F., & Rumokoy, F. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado. *EMBA*, 891-900.
- Tombeng1, B., Roring2, F., & Rumokoy, F. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado. *pemasaran*, 1-61.

Widjaja, Y. R., & Rahmat, F. D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Kampoeng Sawah Kab.Bandung. *Ekspansi*, 71-95.



LAMPIRAN



Lampiran 1. Kuesioner



KUESIONER

PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RUMAH MAKAN PALLUBASA PAK KASIM

DI GOWA

Kepada Yth,

Bapak/Ibu Pelanggan Rumah Makan Pallubasa Pak Kasim Di Gowa

**Jl. Tangkeballa/Poros Manjalling
Kecamatan Bajeng Barat
Kabupaten Gowa
Provinsi Sulawesi Selatan.**

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Perkenalkan nama saya Fitria Rahmadani, mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar Fakultas Ekonomi dan Bisnis, jurusan Manajemen Pemasaran. Saat ini sedang menyusun skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Pallubasa Pak Kasim Di Gowa". Sehubungan dengan hal itu, dengan hormat saya memohon kesediaan dari Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner penelitian yang telah saya lampirkan. Informasi yang telah didapatkan dari hasil pengisian kuesioner akan digunakan untuk mendukung kelancaran penyusunan data skripsi ini.

Perlu saya informasikan bahwa informasi yang telah diberikan oleh Bapak/Ibu kepada peneliti bertujuan untuk kepentingan akademik semata. Kerahasiaan data identitas responden sepenuhnya akan dijamin oleh peneliti. Demikian atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu yang telah memberi kontribusi meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini, saya ucapkan banyak terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. W

Peneliti

Fitria Rahmadani

NIM. 105721102419

I. Petunjuk Penilaian

1. Isilah data diri Bapak/Ibu pada bagian identitas responden yang tersedia.
2. Keterangan alternatif jawaban yang tersedia, sebagai berikut:
 - a. Sangat Setuju (SS) : 5
 - b. Setuju (S) : 4
 - c. Kurang Setuju (KS) : 3
 - d. Tidak Setuju (TS) : 2
 - e. Sangat Tidak Setuju : 1
3. Isilah kolom pernyataan-pernyataan kuesioner berdasarkan dengan pendapat Bapak/Ibu. Pilihlah jawaban dengan memberi tanda (X) atau (✓) pada kolom alternatif jawaban.

II. Identitas Responden

- No. responden :
- Nama :
- Jenis Kelamin : Laki-Laki
 Perempuan
- Usia :
- Pendidikan terakhir : SMA/SMK S2
 D3 S3
- Pekerjaan :
- Lama berlangganan :

KUESIONER

Variabel Kualitas Produk (X_1)

KUALITAS PRODUK (X_1)						
No	Pernyataan	Alternatif jawaban				
Daya tahan		STS	TS	KS	S	ST
1	Makanan pallubasa dapat bertahan selama 3 sampai 4 hari					
2	Tidak mengandung bahan pengawet dan bahan lainnya yang berbahaya bagi tubuh.					
Penampilan						
3	Kebersihan warung makan pallubasa pak kasim sangat bersih dan tertata rapih					
4	Warung makan pallubasa pak kasim terletak dipinggir jalan raya sehingga memudahkan anda ketika ingin menuju ke warung tersebut					
Nilai seni suatu produk						
5	Memiliki cita rasa yang khas dilidah					
6	Porsi yang disajikan pas (tidak berlebihan maupun kurang).					

Variabel Harga (X_2)

HARGA (X_2)						
No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
PRESEPSI HARGA		STS	TS	KS	S	ST
1	Harga yang diterapkan pada warung pallubasa pak kasim sesuai dengan kualitas makanan yang dibeli					
2	Harga pallubasa pada warung pallubasa pak kasim sesuai dengan daya beli saya					
DAYA SAING HARGA						
3	Harga pallubasa pada warung pallubasa pak kasim dapat bersaing dengan warung makan lain					
4	Harga pallubasa pak kasim					

	cukup bersaing bila dibandingkan dengan warung makan lain yang harganya sama					
KEWAJARAN HARGA						
5	Harga sesuai dengan manfaat dan yang diperoleh oleh konsumen					
6	Saya membeli karna rasanya enak					

Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

KEPUASAN KONSUMEN (Y)						
No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	ST
KONFIRMASI HARAPAN						
1	Perhatian karyawan dalam menanggapi konsumen bisa lebih baik					
2	Kemampuan dan keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan					
MINAT UNTUK MEMBELI						
3	Saya memutuskan membeli pallubasa pada warung pallubasa pak kasim karna makanan yang dijual sesuai dengan kebutuhan saya					
4	Saya ingin membeli pallubasa pada warung pallubasa pak kasim karena terdorong ingin membeli					
KESEDIAAN UNTUK MEREKOMENDASIKAN						
5	Saya akan memberikan informasi kepada teman/keluarga/saudara untuk membeli pallubasa pada warung pallubasa pak kasim					
6	Saya akan membeli lagi pallubasa diwarung pallubasa pak kasim di lain waktu					

Lampiran 2 Tabulasi Data

NO	KUALITAS PRODUK (X1)							HARGA (X2)							KEPUASAN KONSUMEN (Y)						
1	3	4	4	4	2	5	22	5	5	4	5	4	5	28	4	5	4	4	4	5	26
2	4	5	5	5	3	1	23	4	4	4	4	5	2	23	5	4	4	5	5	4	27
3	4	4	5	5	5	5	28	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	2	22	4	5	5	5	5	5	29	4	5	5	5	5	5	29
5	4	2	3	4	3	4	20	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
6	3	4	4	4	3	4	22	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
7	5	5	5	5	5	3	28	3	3	3	4	4	4	21	3	4	4	4	4	4	23
8	5	3	5	5	1	1	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
9	5	4	4	5	5	5	28	5	4	3	3	4	4	23	5	4	3	3	4	4	23
10	5	5	4	4	1	3	22	4	5	4	5	5	5	28	4	5	4	5	5	5	28
11	5	5	5	5	3	4	27	3	3	3	5	3	1	18	3	3	3	5	5	1	20
12	4	5	2	5	5	1	22	4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	4	4	5	25
13	4	4	4	4	1	5	22	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
14	3	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
15	4	5	5	5	5	2	26	3	4	4	4	4	4	23	3	4	4	4	4	4	23
16	4	4	5	5	5	5	28	4	4	1	4	4	4	21	4	4	1	4	4	4	21
17	4	4	4	4	4	2	22	5	5	5	2	5	1	23	5	5	5	2	5	1	23
18	3	4	4	4	2	5	22	4	3	4	4	4	4	23	4	3	4	4	4	4	23
19	4	5	5	5	3	1	23	4	4	4	4	5	2	23	4	4	4	4	5	2	23
20	4	4	5	5	5	5	28	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	4	3	4	23
21	5	5	5	5	5	5	30	4	4	3	4	3	5	23	4	4	3	4	3	5	23
22	5	4	3	3	4	4	23	5	5	5	5	1	2	23	5	5	5	5	1	2	23
23	4	5	4	5	5	5	28	5	5	4	5	4	5	28	5	5	4	4	4	4	26
24	3	3	3	5	5	1	20	4	4	1	5	4	2	20	4	4	1	5	4	2	20
25	4	4	4	4	4	5	25	4	5	5	4	5	5	28	4	5	5	4	5	5	28
26	4	4	4	4	4	4	24	3	4	3	3	4	5	22	3	4	3	3	4	5	22
27	5	5	4	4	5	5	28	5	5	4	4	4	4	26	5	5	4	4	4	4	26
28	4	5	4	2	2	5	22	5	5	4	5	1	2	22	5	5	4	5	1	2	22
29	4	5	5	5	5	2	26	3	5	3	5	1	5	22	3	5	3	5	1	5	22
30	4	4	5	5	5	5	28	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	4	4	3	23
31	4	4	4	4	4	2	22	3	4	4	1	5	3	20	3	4	4	1	5	3	20
32	3	4	4	4	2	5	22	4	5	5	5	4	5	28	4	5	5	5	4	5	28
33	4	5	5	5	3	1	23	4	4	4	1	3	4	20	4	4	4	1	3	4	20
34	4	4	5	5	5	5	28	5	5	5	5	5	4	29	5	5	5	5	5	4	29
35	5	5	5	3	5	5	28	5	5	5	3	5	5	28	5	5	5	3	5	5	28
36	5	3	2	3	5	2	20	5	3	2	3	5	2	20	5	3	2	3	5	2	20
37	5	5	4	4	5	5	28	4	4	4	4	5	2	23	5	5	4	4	5	5	28
38	4	5	4	2	2	5	22	4	4	4	4	4	4	24	4	5	4	2	2	5	22

39	4	5	5	5	5	2	26	4	5	5	5	5	5	29	4	5	5	5	5	2	26
40	4	4	5	5	5	5	28	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	5	5	5	28
41	4	4	4	4	4	2	22	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	2	22
42	3	4	4	4	2	5	22	3	3	3	4	4	4	21	3	4	4	4	2	5	22
43	4	5	5	5	3	1	23	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	5	3	1	23
44	4	4	5	5	5	5	28	5	4	3	3	4	4	23	4	4	5	5	5	5	28
45	4	4	4	4	4	2	22	4	5	4	5	5	5	28	4	4	4	4	4	2	22
46	4	2	3	4	3	4	20	3	3	3	5	3	1	18	4	2	3	4	3	4	20
47	3	4	4	4	3	4	22	4	4	4	4	4	5	25	3	4	4	4	3	4	22
48	5	5	5	5	5	3	28	5	5	5	2	5	1	23	5	5	5	5	5	3	28
49	5	3	5	5	1	1	20	4	3	4	4	4	4	23	5	3	5	5	1	1	20
50	5	4	4	5	5	5	28	4	4	4	4	5	2	23	5	4	4	5	5	5	28
51	5	5	4	4	1	3	22	4	4	4	4	3	4	23	5	5	4	4	1	3	22
52	5	5	5	5	3	4	27	4	4	3	4	3	5	23	5	5	5	5	3	4	27
53	4	5	2	5	5	1	22	5	5	5	5	1	2	23	4	5	2	5	5	1	22
54	4	4	4	4	1	5	22	5	5	4	5	4	5	28	4	4	4	4	1	5	22
55	3	4	4	4	4	4	23	4	5	4	4	4	4	25	3	4	4	4	4	4	23
56	4	4	3	3	4	2	20	5	4	4	5	5	4	27	4	4	3	3	4	2	20
57	5	5	2	5	1	4	22	5	5	2	5	5	4	26	5	5	2	5	1	4	22
58	4	4	4	3	3	4	22	5	4	4	5	5	5	28	4	4	4	3	3	4	22
59	5	5	5	5	5	2	27	4	5	4	5	5	5	28	5	5	5	5	5	2	27
60	5	4	4	4	2	1	20	5	5	4	5	5	5	29	5	4	4	4	2	1	20
61	4	5	4	5	5	5	28	5	4	4	5	5	4	27	4	5	4	5	5	5	28
62	4	5	5	3	1	2	20	5	5	4	5	5	5	29	4	5	5	3	1	2	20
63	4	4	4	4	2	4	22	5	4	5	5	5	4	28	4	4	4	4	2	4	22
64	5	4	5	2	3	3	22	5	4	3	5	4	4	25	5	4	5	2	3	3	22
65	5	5	4	2	2	4	22	5	5	4	5	5	5	29	5	5	4	2	2	4	22
66	5	5	5	3	1	4	23	5	5	5	5	4	5	29	5	5	5	3	1	4	23
67	4	5	5	5	5	5	29	4	5	5	5	5	5	29	4	5	5	5	5	5	29
68	4	4	4	4	4	1	21	5	2	5	5	5	5	27	4	4	4	4	4	1	21
69	4	5	5	5	5	5	29	5	5	4	5	5	5	29	4	5	5	5	5	5	29
70	5	5	5	5	1	2	23	3	4	3	5	5	4	24	5	5	5	5	1	2	23
71	5	5	4	4	5	5	28	5	4	5	5	5	5	29	5	5	3	3	3	3	22
72	4	5	4	2	2	5	22	5	4	4	5	5	4	27	5	5	4	2	4	5	25
73	4	5	5	5	5	2	26	4	4	4	5	4	5	26	5	5	5	5	4	5	29
74	4	4	5	5	5	5	28	5	5	5	4	5	5	29	2	4	4	3	5	4	22
75	4	4	4	4	4	2	22	5	4	5	5	4	4	27	5	5	3	5	5	5	28
76	3	4	4	4	2	5	22	5	5	4	5	5	5	29	5	5	5	5	5	4	29
77	4	5	5	5	3	1	23	5	2	5	5	4	5	26	5	5	4	4	4	5	27
78	4	4	5	5	5	5	28	3	5	2	5	5	4	24	5	5	3	4	4	5	26
79	4	4	4	4	4	2	22	4	4	4	5	5	5	27	3	4	5	5	5	5	27

80	4	2	3	4	3	4	20	5	4	4	5	5	4	27	3	5	4	5	2	4	23
81	3	4	4	4	3	4	22	5	4	4	5	5	3	26	4	3	4	5	4	3	23
82	5	5	5	5	5	3	28	5	3	5	5	4	5	27	3	5	4	4	4	2	22
83	5	3	5	5	1	1	20	5	4	4	5	5	4	27	3	5	5	3	4	3	23
84	5	4	4	5	5	4	27	5	3	3	5	4	5	25	5	5	4	4	1	3	22
85	4	4	4	4	4	4	24	5	4	5	5	4	3	26	5	5	5	5	4	5	29
86	4	5	5	5	5	5	29	3	4	3	5	5	4	24	4	5	2	5	5	1	22
87	4	4	4	4	4	4	24	5	4	5	5	5	5	29	4	4	4	4	1	5	22
88	5	5	5	5	5	5	30	5	4	4	5	5	4	27	3	4	4	4	4	4	23
89	3	4	4	4	4	4	23	4	4	4	5	4	5	26	4	4	3	3	4	2	20
90	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	5	4	5	28	4	5	4	4	4	5	26
91	5	4	3	3	4	4	23	4	4	4	4	5	2	23	5	4	4	5	5	4	27
92	4	5	4	5	5	5	28	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
93	3	3	3	5	5	1	20	4	5	5	5	5	5	29	4	5	5	5	5	5	29
94	4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
95	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
96	5	5	4	4	5	5	28	3	3	3	4	4	4	21	3	4	4	4	4	4	23
97	4	5	4	2	2	5	22	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30

Lampiran 2 Distribusi Jawaban Variabel Kualitas Produk (X1)

FREQUENCIES VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6 TOTAL

/STATISTICS=MEAN MEDIAN MODE SUM

/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Notes

Output Created		08-APR-2023 11:53:42
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	DataSet0 <none> <none> <none>
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6 TOTAL /STATISTICS=MEAN MEDIAN MODE SUM /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time Elapsed Time	00:00:00.02 00:00:00.03

Statistics

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL
N	Valid	97	97	97	97	97	97	97
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4.19	4.31	4.23	4.26	3.66	3.57	24.21
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	23.00
Mode		4	4	4	5	5	5	22
Sum		406	418	410	413	355	346	2348

Frequency Table

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	13	13.4	13.4	13.4
	4	53	54.6	54.6	68.0
	5	31	32.0	32.0	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.1	3.1	3.1
	3	6	6.2	6.2	9.3
	4	46	47.4	47.4	56.7
	5	42	43.3	43.3	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	4.1	4.1	4.1
	3	8	8.2	8.2	12.4
	4	47	48.5	48.5	60.8
	5	38	39.2	39.2	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	6	6.2	6.2	6.2
	3	8	8.2	8.2	14.4
	4	38	39.2	39.2	53.6
	5	45	46.4	46.4	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	11	11.3	11.3	11.3
	2	12	12.4	12.4	23.7
	3	15	15.5	15.5	39.2
	4	20	20.6	20.6	59.8
	5	39	40.2	40.2	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	14	14.4	14.4	14.4
	2	16	16.5	16.5	30.9
	3	6	6.2	6.2	37.1
	4	23	23.7	23.7	60.8
	5	38	39.2	39.2	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

TOTAL

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20	12	12.4	12.4	12.4
	21	1	1.0	1.0	13.4
	22	30	30.9	30.9	44.3
	23	12	12.4	12.4	56.7
	24	4	4.1	4.1	60.8
	25	2	2.1	2.1	62.9
	26	4	4.1	4.1	67.0
	27	4	4.1	4.1	71.1
	28	22	22.7	22.7	93.8
	29	3	3.1	3.1	96.9
	30	3	3.1	3.1	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Lampiran 3 Distirbusi Jawaban Variabel Harga (X2)

FREQUENCIES VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5 X2.6 TOTAL

/STATISTICS=MEAN MEDIAN MODE SUM

/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

		Notes	
Output Created			08-APR-2023 11:55:34
Comments			
Input	Active Dataset	DataSet0	
	Filter	<none>	
	Weight	<none>	
	Split File	<none>	
	N of Rows in Working Data File		97
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.	
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.	
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5 X2.6 TOTAL /STATISTICS=MEAN MEDIAN MODE SUM /ORDER=ANALYSIS.	
Resources	Processor Time		00:00:00.05
	Elapsed Time		00:00:00.53

Statistics

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL
N	Valid	97	97	97	97	97	97	97
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4.36	4.25	4.01	4.43	4.30	4.07	25.42
Median		4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	26.00
Mode		5	4	4	5	5	5	23
Sum		423	412	389	430	417	395	2466

Frequency Table

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	12	12.4	12.4	12.4
	4	38	39.2	39.2	51.5
	5	47	48.5	48.5	100.0
Total		97	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.1	2.1	2.1
	3	10	10.3	10.3	12.4
	4	47	48.5	48.5	60.8
	5	38	39.2	39.2	100.0
Total		97	100.0	100.0	

X2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.1	2.1	2.1
2	3	3.1	3.1	5.2
3	15	15.5	15.5	20.6
4	49	50.5	50.5	71.1
5	28	28.9	28.9	100.0
Total	97	100.0	100.0	

X2.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.1	2.1	2.1
2	2	2.1	2.1	4.1
3	5	5.2	5.2	9.3
4	31	32.0	32.0	41.2
5	57	58.8	58.8	100.0
Total	97	100.0	100.0	

X2.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	4	4.1	4.1	4.1
3	7	7.2	7.2	11.3
4	38	39.2	39.2	50.5
5	48	49.5	49.5	100.0
Total	97	100.0	100.0	

X2.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	4	4.1	4.1	4.1
2	10	10.3	10.3	14.4
3	4	4.1	4.1	18.6
4	36	37.1	37.1	55.7
5	43	44.3	44.3	100.0
Total	97	100.0	100.0	

TOTAL

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 18	2	2.1	2.1	2.1
20	4	4.1	4.1	6.2
21	4	4.1	4.1	10.3
22	3	3.1	3.1	13.4
23	19	19.6	19.6	33.0
24	11	11.3	11.3	44.3
25	5	5.2	5.2	49.5
26	7	7.2	7.2	56.7
27	10	10.3	10.3	67.0

28	12	12.4	12.4	79.4
29	14	14.4	14.4	93.8
30	6	6.2	6.2	100.0
Total	97	100.0	100.0	

Lampiran 4 Distribusi Jawaban Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

FREQUENCIES VARIABLES=Y.1 Y.2 Y.3 Y.4 Y.5 Y.6 TOTAL

/STATISTICS=MEAN MEDIAN MODE SUM

/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

		Notes	
Output Created			08-APR-2023 11:56:59
Comments			
Input	Active Dataset	DataSet0	
	Filter	<none>	
	Weight	<none>	
	Split File	<none>	
	N of Rows in Working Data File		97
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.	
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.	
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=Y.1 Y.2 Y.3 Y.4 Y.5 Y.6 TOTAL /STATISTICS=MEAN MEDIAN MODE SUM /ORDER=ANALYSIS.	
Resources	Processor Time		00:00:00.02
	Elapsed Time		00:00:00.03

		Statistics						
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	TOTAL
N	Valid	97	97	97	97	97	97	97
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4.21	4.43	4.06	4.11	3.74	3.72	24.28
Median		4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	23.00
Mode		4	5	4	4 ^a	4	5	22
Sum		408	430	394	399	363	361	2355

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Frequency Table

Y.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	15	15.5	15.5	16.5
	4	44	45.4	45.4	61.9
	5	37	38.1	38.1	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Y.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	1.0	1.0	1.0
3	5	5.2	5.2	6.2
4	42	43.3	43.3	49.5
5	49	50.5	50.5	100.0
Total	97	100.0	100.0	

Y.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.1	2.1	2.1
2	4	4.1	4.1	6.2
3	11	11.3	11.3	17.5
4	49	50.5	50.5	68.0
5	31	32.0	32.0	100.0
Total	97	100.0	100.0	

Y.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.1	2.1	2.1
2	5	5.2	5.2	7.2
3	12	12.4	12.4	19.6
4	39	40.2	40.2	59.8
5	39	40.2	40.2	100.0
Total	97	100.0	100.0	

Y.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	12	12.4	12.4	12.4
2	6	6.2	6.2	18.6
3	10	10.3	10.3	28.9
4	36	37.1	37.1	66.0
5	33	34.0	34.0	100.0
Total	97	100.0	100.0	

Y.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	8	8.2	8.2	8.2
2	14	14.4	14.4	22.7
3	9	9.3	9.3	32.0
4	32	33.0	33.0	64.9
5	34	35.1	35.1	100.0
Total	97	100.0	100.0	

TOTAL

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20	11	11.3	11.3	11.3
	21	2	2.1	2.1	13.4
	22	22	22.7	22.7	36.1
	23	19	19.6	19.6	55.7
	24	6	6.2	6.2	61.9
	25	2	2.1	2.1	63.9
	26	6	6.2	6.2	70.1
	27	6	6.2	6.2	76.3
	28	11	11.3	11.3	87.6
	29	8	8.2	8.2	95.9
	30	4	4.1	4.1	100.0
Total		97	100.0	100.0	

Lampiran 5 Uji Validitas Kualitas Produk (X1)

CORRELATIONS

/VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6 TOTAL

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/STATISTICS DESCRIPTIVES

/MISSING=PAIRWISE.

Correlations

Notes

Output Created		08-APR-2023 11:53:03
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	DataSet0 <none> <none> <none> 97
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6 TOTAL /PRINT=TWOTAIL NOSIG /STATISTICS DESCRIPTIVES /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time Elapsed Time	00:00:00.02 00:00:00.11

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X1.1	4.19	.651	97
X1.2	4.31	.727	97
X1.3	4.23	.771	97
X1.4	4.26	.857	97
X1.5	3.66	1.406	97
X1.6	3.57	1.499	97
TOTAL	24.21	3.092	97

Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.274**	.164	.025	.024	-.056	.307**
	Sig. (2-tailed)		.007	.107	.805	.814	.589	.002
	N	97	97	97	97	97	97	97
X1.2	Pearson Correlation	.274**	1	.357**	.055	.114	.076	.486**
	Sig. (2-tailed)	.007		.000	.595	.265	.457	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
X1.3	Pearson Correlation	.164	.357**	1	.321**	.062	.068	.518**
	Sig. (2-tailed)	.107	.000		.001	.544	.509	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
X1.4	Pearson Correlation	.025	.055	.321**	1	.402**	-.172	.475**
	Sig. (2-tailed)	.805	.595	.001		.000	.093	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
X1.5	Pearson Correlation	.024	.114	.062	.402**	1	.132	.678**
	Sig. (2-tailed)	.814	.265	.544	.000		.197	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
X1.6	Pearson Correlation	-.056	.076	.068	-.172	.132	1	.520**
	Sig. (2-tailed)	.589	.457	.509	.093	.197		.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
TOTAL	Pearson Correlation	.307**	.486**	.518**	.475**	.678**	.520**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97

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

Lampiran 6 Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X1)

RELIABILITY

/VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6 TOTAL

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA

/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE

/SUMMARY=TOTAL.

Reliability

Notes

Output Created		08-APR-2023 11:53:17
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File Matrix Input	DataSet0 <none> <none> <none>
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.

Syntax	RELIABILITY /VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6 TOTAL /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE /SUMMARY=TOTAL.	
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.02

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	97	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	97	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.677	7

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X1.1	4.19	.651	97
X1.2	4.31	.727	97
X1.3	4.23	.771	97
X1.4	4.26	.857	97
X1.5	3.66	1.406	97
X1.6	3.57	1.499	97
TOTAL	24.21	3.092	97

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	44.23	36.198	.207	.681
X1.2	44.10	34.406	.388	.658
X1.3	44.19	33.903	.418	.652
X1.4	44.15	33.945	.357	.658
X1.5	44.75	28.438	.522	.605
X1.6	44.85	30.840	.310	.662
TOTAL	24.21	9.561	1.000	.384

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
48.41	38.245	6.184	7

Lampiran 7 Uji Validitas Harga (X2)

CORRELATIONS

/VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5 X2.6 TOTAL

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/STATISTICS DESCRIPTIVES

/MISSING=PAIRWISE.

Correlations

Notes

Output Created		08-APR-2023 11:55:04
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	DataSet0 <none> <none> <none> 97
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5 X2.6 TOTAL /PRINT=TWOTAIL NOSIG /STATISTICS DESCRIPTIVES /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time Elapsed Time	00:00:00.03 00:00:00.06

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X2.1	4.36	.695	97
X2.2	4.25	.722	97
X2.3	4.01	.872	97
X2.4	4.43	.853	97
X2.5	4.30	.926	97
X2.6	4.07	1.130	97
TOTAL	25.42	3.041	97

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.277**	.424**	.243	.187	.152	.597**
	Sig. (2-tailed)		.006	.000	.016	.067	.137	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
X2.2	Pearson Correlation	.277**	1	.294**	.146	.091	.208	.531**
	Sig. (2-tailed)	.006		.004	.155	.377	.041	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
X2.3	Pearson Correlation	.424**	.294**	1	.120	.164	.211	.615**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004		.242	.109	.038	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
X2.4	Pearson Correlation	.243	.146	.120	1	.045	.335**	.543**
	Sig. (2-tailed)	.016	.155	.242		.659	.001	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97

X2.5	Pearson Correlation	.187	.091	.164	.045	1	.228*	.513**
	Sig. (2-tailed)	.067	.377	.109	.659		.025	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
X2.6	Pearson Correlation	.152	.208	.211	.335*	.228	1	.679**
	Sig. (2-tailed)	.137	.041	.038	.001	.025		.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
TOTAL	Pearson Correlation	.597**	.531**	.615**	.543**	.513**	.679**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 * . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 8 Uji Reliabilitas Harga (X2)

RELIABILITY

```

/VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5 X2.6 TOTAL
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE
/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

		Notes
Output Created		08-APR-2023 11:55:14
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File Matrix Input	DataSet0 <none> <none> <none>
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5 X2.6 TOTAL /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE /SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time Elapsed Time	00:00:00.03 00:00:00.06

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	97	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	97	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.729	7

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X2.1	4.36	.695	97
X2.2	4.25	.722	97
X2.3	4.01	.872	97
X2.4	4.43	.853	97
X2.5	4.30	.926	97
X2.6	4.07	1.130	97
TOTAL	25.42	3.041	97

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	46.48	32.419	.516	.704
X2.2	46.60	32.847	.437	.712
X2.3	46.84	31.223	.513	.696
X2.4	46.41	32.078	.433	.708
X2.5	46.55	32.063	.388	.713
X2.6	46.77	28.927	.558	.677
TOTAL	25.42	9.247	1.000	.600

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
50.85	36.986	6.082	7

Lampiran 9 Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

CORRELATIONS

```

/VARIABLES=Y.1 Y.2 Y.3 Y.4 Y.5 Y.6 TOTAL
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/STATISTICS DESCRIPTIVES
/MISSING=PAIRWISE.
    
```

Correlations

Notes

Output Created		08-APR-2023 11:56:30
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	DataSet0 <none> <none> <none>
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	97 User-defined missing values are treated as missing. Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.

Syntax	CORRELATIONS	
	/VARIABLES=Y.1 Y.2 Y.3 Y.4 Y.5 Y.6	
	TOTAL	
	/PRINT=TWOTAIL NOSIG	
	/STATISTICS DESCRIPTIVES	
	/MISSING=PAIRWISE.	
Resources	Processor Time	00:00:00.03
	Elapsed Time	00:00:00.05

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y.1	4.21	.735	97
Y.2	4.43	.644	97
Y.3	4.06	.888	97
Y.4	4.11	.956	97
Y.5	3.74	1.325	97
Y.6	3.72	1.305	97
TOTAL	24.28	3.051	97

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	.338**	.156	.115	-.073	-.026	.350**
	Sig. (2-tailed)		.001	.127	.264	.476	.797	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Y.2	Pearson Correlation	.338**	1	.317**	.156	-.002	.170	.505**
	Sig. (2-tailed)	.001		.002	.126	.983	.097	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Y.3	Pearson Correlation	.156	.317**	1	.127	.058	.186	.540**
	Sig. (2-tailed)	.127	.002		.216	.573	.068	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Y.4	Pearson Correlation	.115	.156	.127	1	.155	.067	.507**
	Sig. (2-tailed)	.264	.126	.216		.130	.512	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Y.5	Pearson Correlation	-.073	-.002	.058	.155	1	.151	.546**
	Sig. (2-tailed)	.476	.983	.573	.130		.140	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Y.6	Pearson Correlation	-.026	.170	.186	.067	.151	1	.598**
	Sig. (2-tailed)	.797	.097	.068	.512	.140		.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
TOTAL	Pearson Correlation	.350**	.505**	.540**	.507**	.546**	.598**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97

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

Lampiran 10 Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y)

RELIABILITY

/VARIABLES=Y.1 Y.2 Y.3 Y.4 Y.5 Y.6 TOTAL

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA

/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE

/SUMMARY=TOTAL.

Reliability

		Notes
Output Created		08-APR-2023 11:56:39
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File Matrix Input	DataSet0 <none> <none> <none> 97
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=Y.1 Y.2 Y.3 Y.4 Y.5 Y.6 TOTAL /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE /SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time Elapsed Time	00:00:00.02 00:00:00.30

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	97	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	97	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.683	7

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y.1	4.21	.735	97
Y.2	4.43	.644	97
Y.3	4.06	.888	97
Y.4	4.11	.956	97
Y.5	3.74	1.325	97

Y.6	3.72	1.305	97
TOTAL	24.28	3.051	97

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	44.35	34.626	.238	.684
Y.2	44.12	33.672	.420	.665
Y.3	44.49	32.169	.424	.654
Y.4	44.44	32.229	.376	.660
Y.5	44.81	30.153	.366	.656
Y.6	44.84	29.410	.432	.640
TOTAL	24.28	9.307	1.000	.411

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
48.56	37.229	6.102	7

Lampiran 11 Regresi Linear

REGRESSION

```

/DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Y
/METHOD=ENTER X1 X2
/RESIDUALS DURBIN.

```

Regression

Notes

Output Created		08-APR-2023 11:51:21
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	DataSet0 <none> <none> <none>
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax		REGRESSION /DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT Y /METHOD=ENTER X1 X2 /RESIDUALS DURBIN.

Resources	Processor Time	00:00:00.03
	Elapsed Time	00:00:00.09
	Memory Required	2912 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	0 bytes

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
kepuasan konsumen	24.28	3.051	97
kualitas produk	24.21	3.092	97
Harga	25.42	3.041	97

Correlations

		kepuasan konsumen	kualitas produk	harga
Pearson Correlation	kepuasan konsumen	1.000	.248	.424
	kualitas produk	.248	1.000	-.090
	harga	.424	-.090	1.000
Sig. (1-tailed)	kepuasan konsumen	.	.007	.000
	kualitas produk	.007	.	.190
	harga	.000	.190	.
N	kepuasan konsumen	97	97	97
	kualitas produk	97	97	97
	harga	97	97	97

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	harga, kualitas produk ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.512 ^a	.262	.247	2.648	2.172

a. Predictors: (Constant), harga, kualitas produk

b. Dependent Variable: kepuasan konsumen

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	234.343	2	117.172	16.710	.000 ^b
	Residual	659.141	94	7.012		
	Total	893.485	96			

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

b. Predictors: (Constant), harga, kualitas produk

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics

		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.912	3.256		1.816	.073		
	kualitas produk	.285	.088	.288	3.243	.002	.992	1.008
	harga	.451	.089	.450	5.059	.000	.992	1.008

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	kualitas produk	harga
1	1	2.979	1.000	.00	.00	.00
	2	.016	13.520	.00	.51	.40
	3	.005	25.638	1.00	.49	.60

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	19.73	27.26	24.28	1.562	97
Residual	-4.973	4.852	.000	2.620	97
Std. Predicted Value	-2.911	1.907	.000	1.000	97
Std. Residual	-1.878	1.832	.000	.990	97

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Lampiran 12 Normalitas

NPAR TESTS

/K-S(NORMAL)=RES_1
/MISSING ANALYSIS.

NPar Tests

Notes

Output Created		08-APR-2023 11:46:29
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	DataSet0 <none> <none> <none> 97
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics for each test are based on all cases with valid data for the variable(s) used in that test.
Syntax		NPAR TESTS /K-S(NORMAL)=RES_1 /MISSING ANALYSIS.
Resources	Processor Time Elapsed Time Number of Cases Allowed ^a	00:00:00.02 00:00:00.02 786432

a. Based on availability of workspace memory.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.62031625
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.081
	Negative	-.084
Test Statistic		.084
Asymp. Sig. (2-tailed)		.089 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

r tabel

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974

26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903

67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258

t Tabel

df	Pr	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
1		1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2		0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3		0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4		0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5		0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6		0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7		0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8		0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9		0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10		0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11		0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12		0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13		0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14		0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15		0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16		0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17		0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18		0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19		0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20		0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21		0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22		0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23		0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24		0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25		0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26		0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27		0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28		0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29		0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30		0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31		0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32		0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33		0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34		0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35		0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36		0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37		0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38		0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39		0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40		0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688
41		0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42		0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595

43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434

90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639



Lampiran 13 dokumentasi







BIOGRAFIS PENULIS

Fitria Rahmadani di panggil Dani, lahir di Makassar pada tanggal 19 Desember 1999 dari pasangan suami istri Bapak Rahman dan Alm.Ibu Sabaria. Peneliti adalah anak tunggal. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Bontobila, Kelurahan Tubajeng, Kecamatan Bajeng, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan.

Pendidikan yang ditempuh oleh peneliti yaitu SD Inpres Bontobila lulus tahun 2012, SMP Negeri 1 Bajeng lulus tahun 2015, SMK negeri 1 limbung/Gowa lulus tahun 2018, dan mulai tahun 2019 mengikuti program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sampai sekarang. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa program S1 fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

