

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN TOKO ASTUTI BULUKUMBA**

**SKRIPSI**



**ROIDAH RAFIFATUL MUFLIHUN  
105721121819**

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

**KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA**

**JUDUL PENELITIAN:**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO ASTUTI  
BULUKUMBA**

**SKRIPSI**

**Disusun dan Diajukan Oleh:**

**ROIDAH RAFIFATUL MUFLIHUN**

**105721121819**

*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**

**Untuk mendapatkan kesuksesan, keberanianmu harus lebih besar  
dari pada ketakutanmu**

**-Han Juno-**

### **PERSEMBAHAN**

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

**alhamdulillah Rabbil'amin**

**Skripsi ini kupersembahkan untuk kedua orang tuaku tercinta orang-  
orang yang saya sayang dan almamaterku**

## HALAMAN PERSETUJUAN



PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Telp. (0411) 866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

### HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Astuti Bulukumba  
Nama Mahasiswa : Roidah Rafifatul Muflihun  
NIM : 105721121819  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan didepan panitia penguji skripsi strata satu (S1) pada tanggal 12 Agustus 2023 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 21 Agustus 2023

Menyetujui,

Pembimbing I

Dr. Buyung Romadhoni, S.E., M.Si  
NIDN: 0028087801

Pembimbing II

Sherry Adelia Natsir Kalla, S.E., M.MK  
NIDN: 0916018603

Mengetahui,



Dekan

Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si  
NBM: 651 057

Ketua Program Studi

Masrullah, S.E., MM.  
NBM: 1151 132

## HALAMAN PENGESAHAN



PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972 Makassar

### HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama : Roidah Rafifatul Muflihun, Nim 105721121819 diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor 0011/SK-Y/61201/091004/2023 M, Tanggal 25 Dzul Hijjah 1444 H/ 12 Agustus 2023 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Manajemen** pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 4 Muharram 1445 H  
21 Agustus 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 Suwarni, S.E., M.ACC  
(Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. DR. Andi Mappatempo Badawi, SE., MM.  
2. Dr. Buyung Romadhoni, SE., M.Si.  
3. Syarthini Indrayani, SE., M.Si.  
4. Aulia, S.IP., M.Si.M.

Disahkan Oleh,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Makassar

Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si  
NBM : 651 057

## SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN



PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

### SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Roidah Rafifatul Muflihun  
Stambuk : 105721121819  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap  
Kepuasan Konsumen Toko Astuti Bulukumba

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, 21 Agustus 2023

embuat Pernyataan,

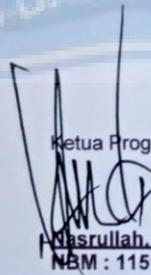


**Roidah Rafifatul Muflihun**  
NIM: 105721121819

Diketahui Oleh:



**Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si**  
NBM : 651 057



**Hasrullah, S.E., M.M**  
NBM : 1151 132

## HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI

### HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

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

Nama : Roidah Raffatul Muflihun  
NIM : 105721121819  
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 (Non-exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**"Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Astuti Bulukumba"**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalih media/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, 21 Agustus 2023

buat Pernyataan,  
  
10000  
MET  
TANSEL  
DTA48A0X637365383

**Roidah Raffatul Muflihun**  
NIM: 105721121819

## 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 Toko Astuti Bulukumba”.

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 kedua orang tua penulis bapak Muflihuddin dan Ibu Astuti 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 ilbadah 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. S.E.,M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Dr. Buyung Romadhoni, S.E., M.Si. selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi selesai dengan baik.
5. Ibu Sherry Adelia Natsir Kalla, S.E., M.MK, selaku Pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.
6. Bapak/Ibu Dosen 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 khususnya manajemen 19 G dan MM 19 A yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.

9. Terima kasih untuk semua kerabat serta sahabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi dan dukungan sehingga penulis dapat merampungkan penulisan skripsi ini.

Akhirnya, sungguh penulis sangat meyakini 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.

Makassar, 18 Juni 2023

Roidah Rafifatul Muflihun



## ABSTRAK

**ROIDAH RAFIFATUL M. 2023. Pengaruh Kualitas dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Astuti Bulukumba. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh: Buyung Romadhoni dan Sherry Adelia Natsir Kalla.**

Tujuan penelitian ini merupakan jenis penelitian bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen Toko Astuti Bulukumba. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan dan berhubungan dengan masalah yang diteliti. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan pembagian kuesioner. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan dalam pengumpulan data mencakup data primer dan data sekunder. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode skala likert. Berdasarkan hasil penelitian data dengan menggunakan perhitungan statistik melalui aplikasi *Statistical Package for the Social Science* (SPSS) versi 20 mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen Toko Astuti Bulukumba yang telah dibahas dari bab sebelumnya. Maka penulis menarik kesimpulan penting yaitu kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Astuti Bulukumba sedangkan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Astuti Bulukumba.

***Kata kunci*** : *Kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen.*

## ABSTRACT

**ROIDAH RAFIFATUL M. 2023. *The Influence of Quality and Price on Consumer Satisfaction at Astuti Bulukumba Stores. Thesis. Department of Management, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Supervised by: Buyung Romadhoni and Sherry Adelia Natsir Kalla.***

*The purpose of this research is a type of quantitative research with the aim of knowing the effect of product quality and price on customer satisfaction at Astuti Bulukumba Stores. The type of data used in this study is quantitative data obtained from questionnaires distributed and related to the problem under study. Data collection was carried out by observation and distribution of questionnaires. In this study, the data sources used in data collection include primary data and secondary data. The research instrument used in this study uses the Likert scale method. Based on the results of data research using statistical calculations through the Statistical Package for the Social Science (SPSS) version 20 application regarding the effect of product quality and price on customer satisfaction at Astuti Bulukumba Stores which has been discussed from the previous chapter. So the authors draw an important conclusion, namely product quality has a significant effect on customer satisfaction at the Astuti Bulukumba Stores, while prices have a significant effect on customer satisfaction at the Astuti Bulukumba Stores.*

**Keywords:** *Product quality, price and consumer satisfaction.*

## DAFTAR ISI

<b>SAMPUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
A. Tinjauan Teori .....	6
1. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	6
2. Kualitas Produk .....	7
3. Harga .....	9
4. Kepuasan Konsumen .....	11

B.	Tinjauan Empiris .....	13
C.	Kerangka Pikir .....	18
D.	Hipotesis .....	18
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>19</b>
A.	Jenis Penelitian .....	19
B.	Lokasi dan Waktu Penelitian .....	19
C.	Jenis dan Sumber Data .....	19
D.	Populasi dan Sampel .....	20
E.	Teknik Pengumpulan Data .....	21
F.	Definisi Operasional Variabel .....	22
G.	Metode Analisis Data .....	23
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>30</b>
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	30
B.	Penyajian Data (Hasil Penelitian) .....	31
C.	Pembahasan Hasil Penelitian .....	40
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>43</b>
A.	Kesimpulan .....	43
B.	Saran .....	43
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>44</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>47</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan.....	3
Tabel 2.1 Tinjauan Empiris .....	13
Tabel 3.1 Skor Jawaban Skala Likert.....	24
Tabel 4. 1 Presentase Usia.....	32
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin.....	32
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi dan Jawaban Kualitas Produk (X1).....	33
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi dan Jawaban Harga (X2).....	34
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi dan Jawaban Kepuasan Konsumen (Y).....	35
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas.....	36
Tabel 4. 7 Uji Reabilitas.....	37
Tabel 4. 8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	38



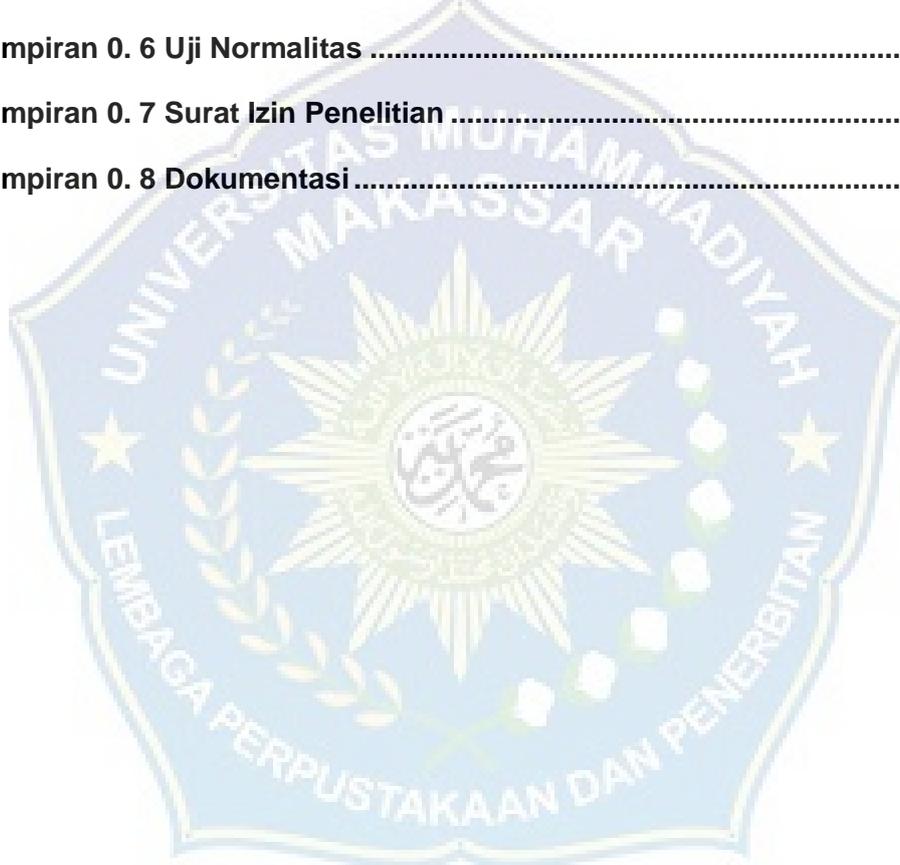
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pikir .....	18
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Toko.....	31
Gambar 4. 2 Uji Normalitas .....	37



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 0. 1 Kuesioner Penelitian.....	48
Lampiran 0. 2 Karakteristik Responden dan Distribusi Frekuensi .....	51
Lampiran 0. 3 Uji Statistik Deskriptif .....	56
Lampiran 0. 4 Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	57
Lampiran 0. 5 Regresi Linear Berganda.....	62
Lampiran 0. 6 Uji Normalitas .....	63
Lampiran 0. 7 Surat Izin Penelitian .....	64
Lampiran 0. 8 Dokumentasi .....	69



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Trend sandal, sepatu dan tas yang saat ini sedang terjadi sebenarnya tidak lebih dari perputaran dari bentuk sandal, sepatu dan tas yang pernah ada pada masa lalu. Sandal, sepatu dan tas mengalami perubahan, baik dari segi bahan maupun desainnya, seiring berjalannya waktu, bentuk sandal, sepatu dan tas mengalami banyak perkembangan sesuai kebutuhan lalu menjadi salah satu hal penting bagi manusia.

Banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan dan harapan mengenai desain produk sandal, sepatu dan tas apa yang akan dibeli oleh konsumen, kualitas produk dan dengan harga berapa produk tersebut dijual, keputusan untuk membeli suatu produk sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor tersebut.

Konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk yang dijual di pasar adalah untuk memaksimalkan kepuasan total (*total satisfaction*). Herman Heinrich Gossen, William Stanley Jevons dan Leon Walras menyebut kepuasan total ini sebagai utilitas total (*total utility*) dan konsumen yang diperoleh ketika mengkonsumsi suatu produk. Demikian utilitas total yang diperoleh konsumen ketika mengkonsumsi produk itu dapat didefinisikan sebagai kepuasan total yang diperoleh dan sejumlah item per periode waktu. Sehingga fungsi utilitas total (*total utility function*) menunjukkan hubungan antara kepuasan total yang diterima melalui konsumsi produk dan tingkat konsumsi dari konsumen itu.

Konsep utilitas pada kepuasan konsumen yang berkaitan dengan pemilikan, penggunaan, konsumsi, atau manfaat dari suatu produk. Utilitas melekat dalam produk itu yang mencerminkan kemampuan kualitas untuk memberikan kepuasan total kepada konsumen yang mengkonsumsi produk itu. Jadi keunggulan sumber dan penyebab dan utilitas adalah kualitas dalam arti luas yang dapat bersifat obyektif maupun subyektif tergantung dan pandangan konsumen itu. Karena utilitas merupakan hal yang berkaitan langsung dengan kualitas.

Kualitas berfokus pada kepuasan konsumen, perlu dipahami yang berkaitan dengan kepuasan konsumen itu. Pada dasarnya kepuasan konsumen dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu keadaan di mana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi. Kualitas dapat diartikan kemampuan dari produk untuk menjalankan fungsinya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk dan ciri-ciri lainnya (Luthfia 2012). Produk didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Mutu atau kualitas produk dipengaruhi oleh faktor yang akan menentukan bahwa mutu barang dapat memenuhi tujuannya, yaitu untuk meningkatkan volume penjualan (Iswayanti 2010).

Harga jual pada hakikatnya merupakan tawaran kepada para konsumen. Apabila konsumen menerima harga tersebut pada saat akan melakukan pembelian, maka produk tersebut akan laku, sebaliknya bila konsumen menolaknya pada saat akan melakukan pembelian, maka diperlukan peninjauan kembali harga jualnya. Ada kemungkinan bahwa

konsumen memiliki ketidaksesuaian setelah melakukan pembelian karena mungkin harganya dianggap terlalu mahal atau karena tidak sesuai dengan keinginan dan gambaran sebelumnya. Dengan demikian diperlukan strategi penetapan harga yang tepat. Rani Handoko, 1987:32 dalam (Kusumastuti 2011 :2).

Strategi penetapan harga sangat penting untuk menarik perhatian konsumen. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Para pemasar berusaha untuk mencapai sasaran tertentu melalui komponen-komponen penetapan harga. Beberapa perusahaan mencoba untuk meningkatkan keuntungan dengan menetapkan harga rendah untuk menetapkan bisnis baru.

**Tabel 1.1**

**Data penjualan Sandal Sepatu dan Tas Toko Astuti  
Dari Bulan Januari – Agustus Tahun 2022**

Bulan	Sandal	Sepatu	Tas	Jumlah
Januari	35	34	37	106
Februari	53	38	63	154
Maret	70	67	69	206
April	77	71	70	218
Mei	96	89	93	278
Juni	125	105	127	357
Juli	145	122	172	439
Agustus	325	134	246	705

*Sumber : Data Penjualan Toko Astuti Tahun (2022)*

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa data penjualan sendal, sepatu dan tas Toko Astuti dari bulan Januari – Agustus tahun 2022. Pada bulan Januari mendapatkan jumlah 106 pembeli, bulan Februari mendapatkan jumlah 154 pembeli, bulan Maret mendapatkan jumlah 206 pembeli, bulan April mendapatkan jumlah 218 pembeli, bulan Mei mendapatkan jumlah 278 pembeli, bulan Juni mendapatkan jumlah 357 pembeli, bulan Juli mendapatkan jumlah 439 pembeli dan bulan Agustus mendapatkan jumlah 705 pembelian sendal, sepatu dan tas. Dapat dilihat bahwa penjualan pada bulan Januari – April 2022 mengalami penurunan dan pada bulan Mei – Agustus 2022 mengalami peningkatan. Oleh karena itu, kepuasan konsumen dalam membeli produk sendal, sepatu dan tas efisien dapat menjaga atau mempertahankan penjualannya.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Astuti Bulukumba”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan di awal, maka rumusan masalah yang dapat diangkat yaitu :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Toko Astuti Bulukumba.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Toko Astuti Bulukumba.

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi penulis, dapat melatih cara berpikir, menganalisis data dan menambah ilmu pengetahuan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan atau referensi serta menambah wawasan bagi peneliti selanjutnya.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Tinjauan Teori**

##### **1. Pengertian Manajemen Pemasaran**

Grand Theory pada penelitian ini adalah mengenai Manajemen Pemasaran. Menurut Kotler dan Abu Bakar, pemasaran pada umumnya dipandang sebagai tugas untuk menciptakan, memperkenalkan dan menyerahkan barang dan jasa kepada konsumen dan perusahaan. Sedangkan menurut Abdullah dan Tantri pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang direncanakan untuk merencanakan menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk-produk yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun potensial!

Menurut Kotler dan Keller, manajemen pemasaran adalah sebuah ilmu yang mempelajari tentang tata cara pemilihan dan memperoleh target pasar, mempertahankan dan mengembangkan pelanggan dengan menciptakan, menyampaikan dan mengkomunikasikan keunggulan suatu nilai kepada pelanggan. Orang-orang pemasaran memasarkan 10 tipe entitas, barang, jasa, acara, pengalaman, orang, tempat, property (hak kepemilikan), organisasi, informasi dan ide.

Dalam kondisi bisnis seperti pada masa sekarang ini konsep pemasaran harus digunakan untuk mencapai sukses bagi perusahaan. Pemasaran berawal dari suatu ide bahwa untuk mencapai laba jangka panjang perusahaan harus dapat memahami konsumen beserta

keinginannya. Sehingga perusahaan harus membagi konsumen kedalam beberapa segmen dan menganalisis keinginan dari masing-masing segmen tersebut.

Peter Drucker dalam Philip Kotler, salah seorang ahli yang terkenal dalam bidang manajemen mengatakan sebagai berikut: Tujuan pemasaran adalah membuat agar penjualan berlebih-lebihan dan mengetahui dan memahami konsumen dengan baik sehingga produk atau pelayanan cocok dengan konsumen tersebut dan laku dengan sendirinya. Konsep pemasaran yaitu untuk mencapai tujuan perusahaan maka harus mengetahui dan menentukan kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang efektif dan efisien disbanding dengan perusahaan pesaing.

## **2. Kualitas Produk**

Para peminat beli pelanggan potensial menginginkan agar produk harus dibuat berkualitas, terutama dalam memenuhi harapan konsumen agar menjadi puas dan loyal pada perusahaan. Kotler dan Armstrong (2010:27) mengemukakan bahwa: Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya. Setiap perusahaan yang menginginkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan berusaha membuat produk yang berkualitas, yang ditampilkan baik melalui ciri-ciri luar (*design*) produk maupun inti (*core*) produk itu sendiri.

Kualitas produk adalah karakteristik sebuah produk atau jasa yang memberikan kemampuan untuk mencukupi kebutuhan pelanggan (Kotler dan Amstrong, 2010:229).

Wijaya (2011) menyatakan kualitas produk adalah gabungan dari keseluruhan karakteristik produk yang dihasilkan dari bagian pemasaran, hasil rekayasa produksi dan pemeliharaan sehingga menjadi barang (produk) yang dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Bagian dari kebijakan produk adalah perihal kualitas produk. Kualitas suatu produk baik berupa barang maupun jasa perlu ditentukan melalui dimensi-dimensinya. Dimensi kualitas produk berupa barang yaitu

Menurut David Garvin yang dikutip Vincent Gasperz, untuk menentukan dimensi kualitas barang, dapat melalui delapan dimensi yang dipaparkan berikut ini.

1. Performance, hal ini berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut.
2. Features, yaitu aspek performansi yang berguna untuk menambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya.
3. Reliability, hal yang berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula.
4. Conformance, hal ini berkaitan dengan tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan. Konfirmasi merefleksikan derajat antara karakteristik

desain produk dengan karakteristik kualitas standar yang telah ditetapkan.

5. Durability, yaitu suatu refleksi umur ekonomis berupa ukuran daya tahan atau masa pakai barang.
6. Serviceability, yaitu karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan, kompetensi, kemudahan, dan akurasi dalam memberikan layanan untuk perbaikan barang.
7. Aesthetics, merupakan karakteristik yang bersifat subyektif mengenai nilai-nilai estetika yang berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari preferensi individual.
8. Fit and Finish, sifat subyektif, berkaitan dengan perasaan pelanggan mengenai keberadaan produk tersebut sebagai produk yang berkualitas.

### **3. Harga**

Harga adalah suatu nilai tukar yang biasa 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 (Menurut Wikipedia).

Harga adalah segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Saladin (2008:95) mengemukakan bahwa harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa atau dapat juga dikatakan penentuan nilai suatu produk dibenak konsumen. Merupakan aspek yang tampak jelas (*visible*) bagi para pembeli, bagi konsumen yang tidak terlalu paham hal-hal teknis pada pembelian jasa, sering kali harga menjadi satu-satunya faktor yang biasa mereka pahami, tidak jarang pula harga dijadikan semacam indicator untuk kualitas jasa.

Kotler dan Keller (2007) mendefinisikan harga adalah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan sedangkan yang lainnya menghasilkan biaya. 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. Perusahaan harus menetapkan harga jual untuk yang pertamakalinya, terutama pada saat mengembangkan produk baru. Penetapan harga jual berpotensi menjadi suatu masalah karena keputusan penetapan harga jual cukup kompleks dan harus memperhatikan berbagai aspek yang mempengaruhinya.

Harga merupakan sesuatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang maupun jasa. Harga khususnya merupakan pertukaran uang bagi barang atau jasa. Juga pengorbanan waktu karena menunggu untuk memperoleh barang atau jasa (Lupiyoadi, 2001). Harga merupakan salah satu factor penentu pembeli dalam menentukan suatu keputusan pembelian terhadap suatu produk maupun jasa. Apalagi apabila produk atau jasa yang akan dibeli tersebut

merupakan kebutuhan sehari-hari seperti makanan, minuman dan kebutuhan pokok lainnya, pembeli akan sangat memperhatikan harganya. Pengusaha perlu untuk memperhatikan hal ini, karena dalam persaingan usaha, harga yang ditawarkan oleh pesaing bisa lebih rendah dengan kualitas yang sama atau bahkan dengan kualitas yang lebih baik. Sehingga dalam penentuan harga produk atau jasa yang dijual, baik perusahaan besar maupun usaha kecil sekalipun harus memperhatikan pembelinya dan para pesaingnya.

#### **4. Kepuasan Konsumen**

Kepuasan pelanggan adalah persepsi individual terhadap performa barang atau jasa yang berhubungan dengan ekspektasi pelanggan (Schiffman dan Kanuk, 2007:9).

Kepuasan merupakan ungkapan dari perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul dari perbandingan hasil kinerja suatu produk dengan harapan yang diyakini tersebut (Kotler dan Keller, 2009). Sedangkan Lovelock dan Wright (2007) mendefinisikan bahwa kepuasan adalah reaksi seseorang pasca pembelian sebuah produk atau kondisi emosional yang ditunjukkan berupa kemarahan, ketidakpuasan, netralitas, kegembiraan dan kesenangan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan yaitu situasi kognitif pembeli yang berhubungan dengan kesepadanan (kesesuaian/kesenangan) atau ketidaksepadanan (tidak senang) dari hasil yang diperoleh dengan dibandingkan pengorbanan yang telah dilakukan (Tjiptono, 2014).

Kepuasan pelanggan menurut Kotler et al. (dalam Tjiptono, 2008: 169) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan harapannya. Menurut Park (dalam Hasan, 2009: 57) kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan konsumen sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Secara umum kepuasan dapat diartikan sebagai suatu perbandingan antara layanan atau hasil yang diterima konsumen dengan harapan konsumen, layanan atau hasil yang diterima itu paling tidak harus sama dengan harapan konsumen, atau bahkan melebihinya.

Oliver dalam Peter dan Olson (1996:159) kepuasan adalah suatu evaluasi terhadap surprise yang melekat pada suatu pengakuisian produk dan atau pengalaman mengkonsumsi.

Peter and Olson (2000:157) menyatakan kepuasan konsumen adalah konsep penting dalam konsep pemasaran dan penelitian konsumen, sudah menjadi pendapat umum bahwa jika konsumen merasa puas dengan suatu produk atau merek, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya serta memberitahu orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut. Mowen and Minor (2002:89) kepuasan konsumen adalah sebagai keseluruhan.

## B. Tinjauan Empiris

Penelitian terdahulu merupakan upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya disamping itu kajian terdahulu membantu penelitian dapat memposisikan penelitian serta menunjukkan orsinalitas dari penelitian.

Beberapa penelitian yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang dibahas dan dapat dijadikan sebagai sumber dan bahan penelitian ini, yaitu :

**Tabel 2.1 Tinjauan Empiris**

No.	Nama Peneliti Dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel (Kuantitatif)	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1.	Dedy Kartarim Pada Tahun (2016)	Pengaruh Citra Merk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Sepatu Diana Bandung (Suatu Survey Pada Konsumen Di Toko Sepatu Diana Bandung)	Citra Merk (x1), Harga (x2), Kepuasan Konsumen (y)	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan Menunjukkan Bahwa Kedua Variabel Berpengaruh Secara Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Secara Parsial Pun Menunjukkan Bahwa Variabel Citra Merek Dan Harga Mempunyai Pengaruh Yang Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen.
2.	Muhammad Yovi Saputra Pada Tahun	Pengaruh Persepsi Harga, Variasi	Harga (X1), Variasi Produk (X2), Citra Merek	Regresi Linier Berganda.	(Keputusan Pembelian). Dan Koefisien Determinasi (R

	(2020)	Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Kickers Man Di Matahari Ptc. Mall Palembang	(X3), Keputusan Pembelian (Y)		2)Yaitu Diperoleh Sebesar 0,934. Hal Ini Berarti 90,30% Keputusan Pembelian Dipengaruhi Oleh Variabel Persepsi Harga, Variasi Produk, Dan Citra Merek. Dan Sisanya 9,7% Dipengaruhi Oleh Variable Lain.
3.	Arfiani Bahar & Herman Sjahrudin (2015)	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang	Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Kepuasan Konsumen (X3), Minat Beli Ulang (Y).	analisis jalur melalui SPSS Versi 21.0	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli ulang. Hal ini terbukti bahwa t-hitung lebih besar dari t-tabel ( $3.659 > 3.423$ ) dan tingkat signifikan lebih kecil dari 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ).
4.	Jackson R.S. Weenas (2013)	Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed	Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Promosi (X3), Kualitas Pelayanan (X4), Keputusan Pembelian (Y)	Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Regresi Berganda Dan Pengujian Hipotesis	Hasil Uji Membuktikan Bahwa Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Mempunyai Pengaruh Positif Terhadap Variabel Dependen Yaitu Keputusan Pembelian.

		Comforta			Keempat Variabel Independen Dianggap Penting Ketika Akan Membeli Spring Bed Comforta.
5.	Resty Avita Haryanto (2013)	Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Mcdonald' s Manado	Promosi (X1), Kualitas Produk (X2), Kualitas Layanan (X3), Kepuasan Pelanggan (Y).	Regresi Linear Berganda.	Hasil Penelitian Menunjukkan Secara Simultan Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan.
6.	Sarini Kodu (2013)	Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruh nya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza	Harga (X1), Kualitas Produk (X2) Kualitas Pelayanan (X3), Keputusan Pembelian (Y)	Regresi Linier Berganda.	Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Maupun Parsial Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian.
7.	Freekey Steyfli Maramis, Jantje L. Sepang, Agus Supandi Soegoto (2018)	Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado	Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X3), Kepuasan Konsumen (Y)	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil Pengujian Hipotesis Menunjukkan Bahwa Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Dan Parsial Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen.
8.	Siti Hanila, Rahmad	Hubungan Harga	Harga (X1), Kualitas	Analisis Korelasi	Hasil ini diperkuat

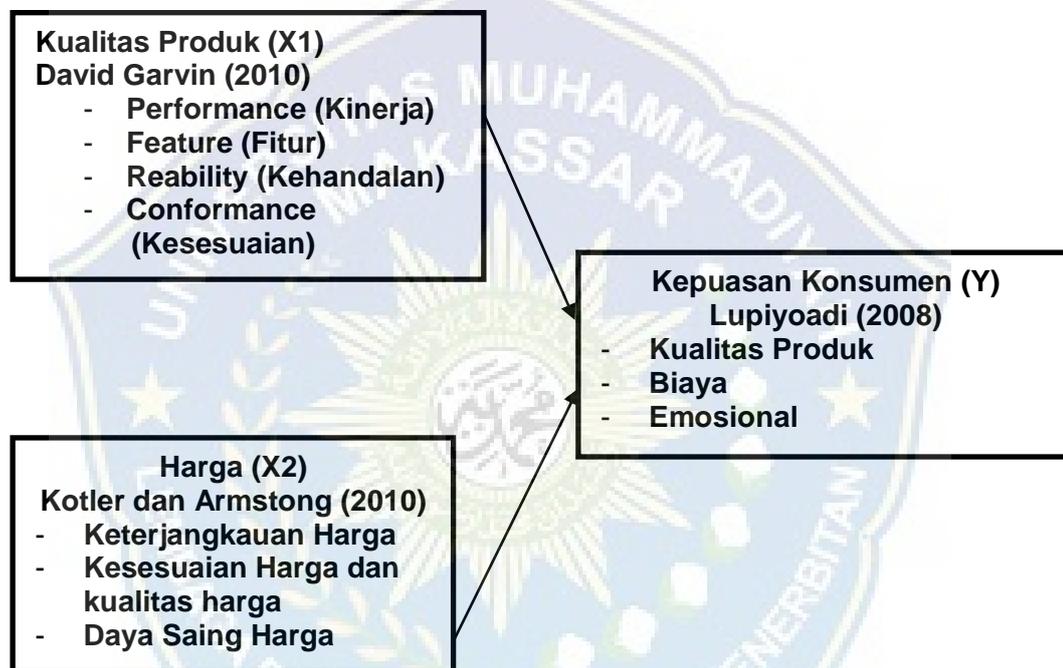
	Hidayat (2019)	Dan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Pelanggan Pada Toko Perlengkapan Baju Sekolah Elis Kota Bengkulu	Produk (X2), Kepuasan Pelanggan (Y)	Rank Spearman Dan Pengujian Kebenaran Data Dengan Uji T.	dengan hasil uji hipotesis bahwa lebih besar dari (4,408 > 1,677). Artinya harga mempunyai hubungan yang signifikan dengan kepuasan pelanggan pada toko perlengkapan baju sekolah Elis Kota Bengkulu
9.	Amrullah, Pamasang S. Siburian, Saida Zainurossalamia ZA. (2016)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda	Kualitas Produk (X1), Kualitas Layanan (X2), Keputusan Pembelian (Y)	Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
10.	Made Laksmi Saraswati, Ari Pradhanawati and Wahyu Hidayat (2015)	Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupate Pekalonga	Desain Produk (X1), Kualitas Produk (X2), Harga (X3), Keputusan Pembelian (Y)	kualitatif dan kuantitatif. Analisis kuantitatif menggunakan tabulasi silang, uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi	Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa desain produk, kualitas produk, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan. Berdasarkan kesimpulan

		n		si, analisis regresi sederhana dan berganda, serta uji signifikansi (uji t dan uji F) dan juga menggunakan bantuan program aplikasi SPSS 20.0	tersebut maka saran yang diberikan untuk pemilik UKM adalah memperhatikan hal-hal mengenai pengembangan desain produk agar lebih bervariasi corak, warna dan modelnya, meningkatkan kualitas dari produk yang ditawarkan, serta memberikan harga yang sesuai dengan kualitas dari produk.
--	--	---	--	---	---

### C. Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran merupakan rancangan atau garis besar yang telah digagas oleh peneliti dalam merancang proses penelitian. Kerangka pemikiran merupakan penjelasan sementara terhadap gejala yang menjadi objek permasalahan.

Adapun kerangka pikir dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2. 1 Kerangka Pikir

### D. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan, maka hipotesis yang di ajukan, yaitu :

1. Diduga kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Astuti Bulukumba.
2. Diduga kepuasan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Astuti Bulukumba.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Jenis penelitian yang digunakan berdasarkan karakteristik masalah adalah penelitian kuantitatif yang merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui derajat hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini variabel bebas  $X_1$  yaitu kualitas produk,  $X_2$  yaitu harga dan variabel terikat  $Y$  yaitu kepuasan konsumen. Dimana dengan penelitian ini maka akan dibangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan dan mengontrol suatu gejala.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian akan dilaksanakan di Toko Astuti, Jl. Sam Ratulangi Bulukumba. Waktu pelaksanaan penelitian direncanakan selama 1 bulan dimulai 27 April – 31 Mei 2023.

#### **C. Jenis dan Sumber Data**

##### **1. Jenis Data**

Emzir (2009:28), menjelaskan pengertian pendekatan kuantitatif adalah suatu pendekatan yang secara pokok menggunakan post positivist dalam mengembangkan ilmu pengetahuan (seperti misalnya berkaitan sebab akibat, reduksi kepada variabel, hipotesis serta pertanyaan spesifik dengan pengukuran, pengamatan, serta uji teori), menggunakan strategi penelitian seperti survei dan eksperimen yang memerlukan data statistik.

## 2. Sumber Data

Menurut Husein Umar (2013:42) data primer adalah: “Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti”.

Menurut Husein Umar (2013:42) data sekunder adalah: Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram”.

## D. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015: 117).

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Toko Astuti, Jl. Sam Ratulangi Kabupaten Bulukumba. Jumlah konsumen yang telah membeli sandal, sepatu dan tas yaitu 58 pelanggan.

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015: 118). Adapun penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling dengan

penarikan sampel secara accidental sampling yaitu penarikan sampel dengan memilih siapa yang kebetulan dijumpai dan sesuai dengan persyaratan sampel yang ditentukan.

Adapun syarat yang di maksud sebagai berikut :

1. Seluruh Konsumen yang melakukan transaksi pembelian pada Toko Astuti Bulukumba.
2. Konsumen yang berdomisili di kota Bulukumba.
3. Berkenaan mengisi kuesioner.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ilmiah dimaksudkan untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan, akurat dan terpercaya. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah :

1. Metode Kuisisioner atau Angket. Pengumpulan data dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian kepada para responden yang ada. Hal ini dimaksudkan agar penulis mendapatkan respon balik dari para konsumen untuk kepentingan penelitian.
2. Metode Dokumentasi. Suatu metode pengumpulan data dengan menelaah dan mengkaji dokumen-dokumen yang dipublikasikan oleh perusahaan yang bersangkutan.
3. Studi Pustaka. Membaca, mencermati, mengenali dan membahas bahan bacaan (pustaka) untuk memperoleh referensi sesuai dengan kebutuhan peneliti melalui sumber-sumber ilmiah seperti buku-buku, jurnal dan lainnya.

## F. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian, indikator dan item, serta skala pengukuran yang dipergunakan.

### 1. Kualitas Produk (X1)

Kualitas produk didefinisikan sebagai segala sesuatu yang ditawarkan sesuai dengan kriteria yang dicari dan diminta konsumen terkait produk sandal, sepatu dan tas. Kualitas produk dalam penelitian ini adalah tanggapan konsumen yang didapatkan dari kuesionar dengan indikator :

1. *Performance* (Kinerja)
2. *Features* (Fitur)
3. *Reliability* (Kehandalan)
4. *Conformance* (Kesesuaian)

### 2. Harga (X2)

Harga didefinisikan sebagai tingkat kesesuaian harga sebuah produk dan manfaat produk. Pada penelitian ini data mengenai variabel harga didapatkan dari kuesionar dengan indikator :

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dan kualitas produk
3. Daya saing harga

### 3. Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Kepuasan konsumen dalam penelitian ini adalah tanggapan konsumen yang didapatkan dari kuesioner dengan indikator :

1. Kualitas Produk
2. Biaya
3. Emosional

### G. Metode Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yakni berupa angket yang digunakan untuk mengukur pengaruh antara variabel  $X_1$  (kualitas produk), variabel  $X_2$  (harga), dengan variabel Y (kepuasan konsumen).

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kuesioner skala pengukuran yang digunakan pada kuesioner adalah skala likert 1-5, yang terdiri dari pilihan jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan (statement) yang diajukan oleh peneliti. Pilihan jawaban dari skala tersebut antara lain Setuju, Cukup Setuju, Kurang Setuju, dan Tidak Setuju (Sugiyono, 2006). Adapun skor tiap jawaban dari setiap pertanyaan atau pernyataan mempunyai gradasi dari yang paling besar hingga kecil. Adapun skor untuk masing-masing jawaban pada skala Likert dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 3.1**  
**Skor Jawaban Skala Likert**

Jawaban	Kode	Skor
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Kurang Setuju	KS	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian agar dapat diinterpretasikan dan mudah dipahami adalah :

### 1. Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif adalah membahas cara-cara pengumpulan, peringkasan, penyajian data sehingga diperoleh informasi yang lebih mudah dipahami, informasi yang diperoleh antara lain pemusatan data (mean, median, modus).

### 2. Uji Kualitas Data

Kualitas data penelitian ditentukan oleh kualitas instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data. Instrumen yang valid adalah alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data yang valid dan dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Suatu penelitian akan menghasilkan kesimpulan yang bias jika datanya kurang reliabel dan kurang valid. Untuk itu diperlukan uji kualitas data agar data yang akan digunakan valid dan reliabel. Ada dua konsep untuk mengukur kualitas data, yaitu : uji validitas dan uji reliabilitas.

### **a. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dapat dilakukan dengan melihat nilai correlated item.

Uji validitas dilakukan terhadap 58 responden. Valid berarti metode dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Sebuah item dikatakan valid apabila memiliki koefisien korelasi  $> 0,3$  dan sebaliknya apabila koefisien  $< 0,3$  maka item tersebut dikatakan tidak valid. Pengujian validitas terhadap variabel penelitian dilakukan dengan bantuan pengolah data SPSS.

### **b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk menguji konsistensi kuesioner dalam mengukur suatu kontrak yang sama atau stabilitas kuesioner. Uji reliabilitas dilakukan dengan metode internal consistency. Reliabilitas instrument penelitian dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha diperoleh dengan teknik reliability analysis dengan menggunakan bantuan pengolah data SPSS. Jika nilai koefisien alpha lebih besar dari 0,6 maka disimpulkan bahwa instrument penelitian tersebut handal atau reliable.

### 3. Uji Normalitas

Bertujuan untuk mengetahui apakah data yang terkumpul berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dimaksudkan untuk mendeteksi apakah data yang akan digunakan sebagai pangkal tolak pengujian hipotesis merupakan data empirik yang memenuhi hakikat naturalistik. Hakikat naturalistik menganut paham bahwa fenomena (gejala) yang terjadi di alam ini berlangsung secara wajar dan dengan kecenderungan berpola. Uji normalitas data digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Deteksi normal dilakukan dengan penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Dasar pengambilan keputusan :

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

#### 4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda yaitu model regresi untuk menganalisis lebih dari satu variabel independen. Persamaan regresi yang dirumuskan berdasarkan hipotesis yang dikembangkan sebagai berikut:

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

Keterangan :

- Y : Kepuasan Konsumen
- X1 : Kualitas Produk
- X2 : Harga
- a : Konstanta
- b1 : koefisien regresi kualitas produk
- b2 : koefisien regresi harga
- e : standar error

#### 5. Uji Model (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah model regresi yang dibangun menggambarkan fakta ditempat penelitian atau dapat digeneralisasikan ditempat penelitian. Apabila signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka model diterima, artinya model regresi menggambarkan fakta dan apabila signifikansi lebih besar dari 0,05 maka model regresi tidak menggambarkan fakta atau penelitian dianggap gagal.

## 6. Uji T

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan atau tidak dari variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Jika t hitung lebih besar daripada t tabel berarti terdapat pengaruh signifikan dari hasil kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian secara parsial. Demikian pula sebaliknya, jika t hitung lebih kecil daripada t tabel berarti tidak terdapat pengaruh signifikan dari hasil kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian secara parsial. Pengujian dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Bila  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  (taraf signifikan 5%, kriteria pengujian dua arah), maka hipotesis tidak ditolak. Dengan demikian ada pengaruh yang signifikan dari hasil kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen.
2. Bila  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  (taraf signifikan 5%, kriteria pengujian dua arah), maka hipotesis ditolak, dengan demikian tidak ada pengaruh yang signifikan dari hasil kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen.

## 7. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Ghazali (2016:95), koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk menilai kapasitas model dalam menjelaskan variansi bebas. Sedangkan koefisien determinasi ( $R^2$ ) menurut Sugiyono (2017) dapat digunakan untuk memperkirakan seberapa besar kemampuan variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Besarnya nilai  $R$  bervariasi dari 0 sampai 1, dengan semakin tinggi nilai  $R$  maka semakin baik variabel bebas ( $X$ ) dapat menjelaskan variabel terikat ( $Y$ ).



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 1. Sejarah Singkat Toko Astuti Bulukumba

Toko Astuti Bulukumba adalah sebuah toko yang bergerak di bidang penjualan sendal, sepatu dan tas. Awal berdirinya Toko Astuti Bulukumba pada tahun 2013 sampai sekarang yang berlokasi di Provinsi Sulawesi Selatan, Kabupaten Bulukumba, Kecamatan Ujung Bulu, Jl. Sam Ratulangi. Pada awalnya, usaha ini didirikan oleh Ibu Astuti Bunawan sebagai pemilik dan pengelola usaha. Usaha awal Ibu Astuti dimulai pada tahun 2001 dipasar sentral Bulukumba dan pada tahun 2013 Ibu Astuti membuka toko di Jl. Sam Ratulangi, Bulukumba.

##### 2. Visi dan Misi

###### a. Visi

1. Menjadikan Toko Astuti Bulukumba yang terpercaya dan mengutamakan pada kepuasan konsumen.
2. Menjadikan Toko Astuti Bulukumba yang bisa memenuhi kebutuhan konsumen.

###### b. Misi

1. Memberikan kualitas produk yang sesuai dengan harga pada konsumen.

### 3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah suatu susunan atau hubungan antara komponen bagian-bagian dan posisi dalam suatu organisasi, komponen-komponen yang ada didalam organisasi mempunyai ketergantungan. Sehingga jika terdapat satu komponen baik maka akan berpengaruh kepada komponen yang lainnya dan tentunya akan berpengaruh juga terhadap tumbuh dan berkembangnya organisasi tersebut. Adapun bentuk struktur organisasi Toko Astuti Bulukumba dapat kita lihat dibawah ini.



**Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Toko**

#### B. Penyajian Data (Hasil Penelitian)

##### 1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan untuk mengetahui keragaman dari responden berdasarkan usia/umur dan jenis kelamin. Hal tersebut bertujuan memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai kondisi dari responden dan kaitannya dengan tujuan penelitian.

a. Karakteristik responden berdasarkan usia/umur

Berikut ini adalah karakteristik responden berdasarkan usia dengan rentan usia 20-49 tahun yang berjumlah 58 responden yang di distribusikan pada tabel 4.1 Berikut :

**Tabel 4. 1 Presentase Usia**

Usia	Jumlah	Persentase %
20-29	17	29%
30-39	26	45%
40-49	15	26%
<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data primer diolah tahun 2023*

Berdasarkan tabel 4.1, dapat diketahui dari 58 responden yang diteliti terdapat 17 individu (29%) berusia 20-29 tahun, 26 individu (45%) berusia 30-39 tahun, 15 individu (26%) berusia 40-49 tahun.

b. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Berikut ini adalah karakteristik responden menurut jenis kelamin pada penelitian yang berjumlah 58 responden yang di distribusikan pada tabel 4. Berikut:

**Tabel 4. 2 Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase %
Laki-laki	15	26%
Perempuan	43	74%
<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data primer diolah tahun 2023*

Berdasarkan tabel 4.2 Dapat diketahui dari 58 responden yang diteliti yang berjenis kelamin laki-laki terdapat 15 orang (26%), perempuan 43 orang (74%).

## 2. Analisis Deskriptif Variabel

Dalam penelitian ini menggunakan 3 (tiga) variabel, diantaranya dua variabel X (X1 & X2) dan satu variabel Y. Untuk melihat tanggapan responden terhadap indikator-indikator yang menjadi item pernyataan pada kuesioner dan juga perhitungan skor bagi variabel setelah ada tanggapan mengenai Pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Toko Astuti Bulukumba, sebagai berikut:

### a. Deskriptif Kualitas Produk

Berdasarkan hasil olah data SPSS 20 yang dilakukan oleh peneliti dari kuesioner yang telah disebar maka hasil deskriptif kualitas produk (X1) adalah sebagai berikut.

**Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi dan Jawaban Kualitas Produk (X1)**

Indikator	Skor Jawaban Responden										Mean
	1		2		3		4		5		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X1.1.1	0	0%	1	1,7%	2	3,4%	48	82,8%	7	12,1%	4,05
X1.1.2	0	0%	1	1,7%	1	1,7%	31	53,4%	25	43,1%	4,38
X1.2.1	0	0%	0	0%	5	8,6%	41	70,7%	12	20,7%	4,12
X1.2.2	0	0%	1	1,7%	5	8,6%	34	58,6%	18	31,0%	4,19
X1.3.1	0	0%	1	1,7%	9	15,5%	30	51,7%	18	31,0%	4,12
X1.3.2	0	0%	1	1,7%	9	15,5%	30	51,7%	18	31,0%	4,12
X1.4.1	0	0%	0	0%	5	8,6%	41	70,7%	12	20,7%	4,12
X1.4.2	0	0%	1	1,7%	5	8,6%	34	58,6%	18	31,0%	4,19
X1.4.3	0	0%	1	1,7%	11	19,0%	23	39,7%	23	39,7%	4,17
X1.4.4	0	0%	2	3,4%	11	19,0%	31	53,4%	14	24,1%	3,98
X1											
<b>Rata-rata variabel kualitas produk</b>											<b>41,45</b>

Lampiran 2

Berdasarkan tabel 4.3 diatas tentang jawaban mengenai variabel kualitas produk dapat diketahui bahwa nilai rata-rata variabel kualitas produk adalah sebesar 41,45. Indikator yang memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu indikator X1.1.2 dengan angka sebesar 4,38 sedangkan yang memiliki nilai rata-rata terendah yaitu indikator X1.4.4 sebesar 3,98.

b. Deskriptif Harga

Berdasarkan hasil olah data SPSS 20 yang dilakukan oleh peneliti dari kuesioner yang telah disebar maka hasil deskriptif harga (X2) adalah sebagai berikut.

**Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi dan Jawaban Harga (X2)**

Indikator	Skor Jawaban Responden										Mean
	1		2		3		4		5		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X2.1.1	0	0%	1	1,7%	1	1,7%	31	53,4%	25	43,1%	4,38
X2.2.1	0	0%	0	0%	4	6,9%	34	58,6%	20	34,5%	4,28
X2.3.1	0	0%	0	0%	5	8,6%	41	70,7%	12	20,7%	4,12
X2.3.2	0	0%	1	1,7%	5	8,6%	34	58,6%	18	31,0%	4,19
X2.3.3	0	0%	1	1,7%	9	15,5%	30	51,7%	18	31,0%	4,12
X2											
<b>Rata-rata variabel harga</b>											<b>21,09</b>

Lampiran 2

Berdasarkan tabel 4.4 diatas tentang jawaban mengenai harga dapat diketahui bahwa nilai rata-rata variabel harga adalah sebesar 21,09. Indikator yang memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu indikator X2.1.1 dengan angka sebesar 4,38 sedangkan yang memiliki nilai rata-rata terendah yaitu indikator X2.3.1 dan X2.3.3 sebesar 4,12.

### c. Deskriptif Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil olah data SPSS 20 yang dilakukan oleh peneliti dari kuesioner yang telah disebar maka hasil deskriptif kepuasan konsumen (Y) adalah sebagai berikut.

**Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi dan Jawaban Kepuasan Konsumen (Y)**

Indikator	Skor Jawaban Responden										Mean
	1		2		3		4		5		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Y1.1.1	0	0%	0	0%	4	6,9%	34	58,6%	20	34,5%	4,28
Y1.1.2	0	0%	0	0%	5	8,6%	41	70,7%	12	20,7%	4,12
Y1.2.1	0	0%	1	1,7%	5	8,6%	34	58,6%	18	31,0%	4,19
Y1.3.1	0	0%	1	1,7%	9	15,5%	30	51,7%	18	31,0%	4,12
Y											
<b>Rata-rata variabel kepuasan konsumen</b>											<b>16,71</b>

Lampiran 2

Berdasarkan tabel 4.5 diatas tentang jawaban mengenai variabel kepuasan konsumen dapat diketahui bahwa nilai rata-rata variabel kepuasan konsumen adalah sebesar 16,71. Indikator yang memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu indikator Y1.1.1 dengan angka sebesar 4,28 sedangkan yang memiliki nilai rata-rata terendah yaitu indikator Y1.1.1 dan Y1.3.1 sebesar 4,12.

### 3. Pengujian Instrumen

#### a. Uji Validitas

Uji Validitas suatu instrumen penelitian, penelitian menggunakan alat bantu SPSS (*Statistic Package for Social Science*). Dimana dalam penelitian ini menggunakan nilai signifikan 5% dari seluruh responden yang berjumlah 58 orang, dapat diperoleh r tabel sebesar 0,260. Dengan syarat suatu instrumen dapat dikatakan valid apabila r hitung > r tabel.

Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	X1.1.1	339	0,260	Valid
	X1.1.2	416	0,260	Valid
	X1.2.1	697	0,260	Valid
	X1.2.2	724	0,260	Valid
	X1.3.1	747	0,260	Valid
	X1.3.2	747	0,260	Valid
	X1.4.1	697	0,260	Valid
	X1.4.2	724	0,260	Valid
	X1.4.3	387	0,260	Valid
	X1.4.4	345	0,260	Valid
Harga (X2)	X2.1.1	656	0,260	Valid
	X2.2.1	777	0,260	Valid
	X2.3.1	704	0,260	Valid
	X2.3.2	670	0,260	Valid
	X2.3.3	744	0,260	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Y1.1.1	714	0,260	Valid
	Y1.1.2	705	0,260	Valid
	Y1.2.1	754	0,260	Valid
	Y1.3.1	799	0,260	Valid

Lampiran 4

Berdasarkan hasil Uji Validitas menggunakan SPSS 20 semua item pernyataan kuesioner pada variabel kualitas produk (X1), harga (X2) dan kepuasan konsumen (Y) dapat dikatakan valid. Dikarenakan r hitung > r tabel dan dapat digunakan dalam uji selanjutnya.

#### b. Uji Reabilitas

Pengujian dalam uji reabilitas ini untuk memperoleh informasi terhadap jawaban yang konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pada umumnya seluruh instrumen dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha*  $\geq 0.6$  berikut adalah hasil dan uraiannya:

**Tabel 4. 7 Uji Reabilitas**

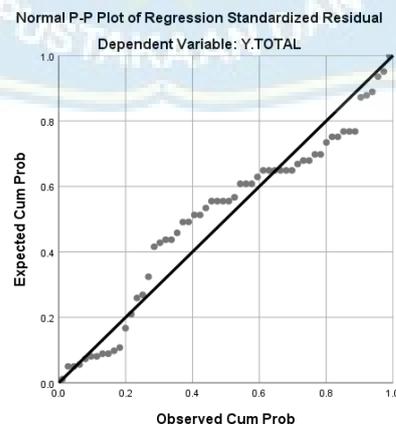
No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reabilitas	Keterangan
1	Kualitas Produk (X1)	774	>0,60	Reliabel
2	Harga (X2)	749	>0,60	Reliabel
3	Kepuasan Konsumen (Y)	728	>0,60	Reliabel

*Lampiran 4*

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat bahwa nilai reabilitas untuk setiap variabel dalam penelitian ini memiliki nilai lebih dari 0,60 artinya seluruh variabel dalam penelitian ini adalah variabel yang reliabel.

#### c. Uji Normalitas

Uji normalitas data digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Deteksi normal dilakukan dengan penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Dasar pengambilan keputusan :

**Gambar 4. 2 Uji Normalitas**

*Lampiran 6*

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

#### 4. Uji Linear Regresi Berganda

Pengujian dalam uji analisis regresi linear berganda ini adalah peneliti memperoleh kualitas produk (X1), Harga (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) berikut adalah hasil dan uraiannya:

**Tabel 4. 8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Variabel Bebas	Variabel Terikat	B	Beta	t	Sig.	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	Kepuasan Konsumen	0,105	0,211	3,415	0,001	Positif Signifikan
Harga (X2)	Kepuasan Konsumen	0,662	0,052	12,672	0,000	Positif Signifikan
R = 0,974 R. Square = 0,949 F = 512.447      Sig. = 0,000 Y = -1,609 + 0,105 + 0,662						

Lampiran 5

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 4.8 dapat diperoleh persamaan regresi:  $Y = 1.609 + 0,105X_1 + 0,662X_2 + 0,05$ .

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diperoleh hasil bahwa variabel kualitas produk (X1) dan variabel harga (X2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) secara linier. Dalam hasil perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa jika variabel kualitas produk (X1) mengalami kenaikan sebesar 0,105, maka akan mempengaruhi kenaikan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,105. Dan jika variabel harga (X2)

mengalami kenaikan sebesar 0,662, maka akan mempengaruhi kenaikan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,662.

## 5. Uji F

Berdasarkan data pada tabel 4.8 dapat dilihat bahwa nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $512.447 > 3,165$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dibangun atau diteliti menggambarkan fakta ditempat penelitian atau dapat digeneralisasikan ditempat penelitian.

## 6. Uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari setiap variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen. Diketahui t-tabel sebesar 2,004. Nilai n didapatkan dari rumus  $df=n-1-k=2,004$ . Hasil uji t pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.8. Penelitian ini menggunakan nilai signifikan ( $\alpha$ ) sebesar 5% atau 0,05. Penentuan t hitung diperoleh melalui output SPSS dan t tabel yang dicari dengan signifikan ( $\alpha$ )= 5% atau 0,05 yaitu  $n-1 -k=55$  didapat t tabel sebesar 2,004. Kesimpulan, berdasarkan tabel 4.9 diketahui sig. untuk pengaruh kualitas produk (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah  $0,001 < 0,05$  dan nilai t hitung  $3,415 > t$  tabel 2,004, sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  terdapat pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Untuk diketahui sig. untuk pengaruh harga (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $12,672 > t$  tabel 2,004 sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima yang berarti terdapat pengaruh harga (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

## 7. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinan adalah hasil nilai akhir yang menunjukkan variasi variabel yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya. Dengan kata lain, koefisien determinan ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel bebas kualitas produk dan harga dalam menerangkan variabel berikutnya yaitu kepuasan konsumen.

Berdasarkan tabel 4.8 di atas menunjukkan bahwa hasil yang diperoleh senilai *R-square* sebesar 0,949 atau 94,9%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) memberikan kontribusi atau pengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) sebesar 94,9%.

### C. Pembahasan Hasil Penelitian

Pembahasan dalam penelitian ini menjelaskan mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen Toko Astuti Bulukumba. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap variabel dependennya yaitu kepuasan konsumen.

#### 1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Toko

##### Astuti Bulukumba

Hasil uji analisis regresi linier berganda pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Astuti Bulukumba. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan

signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Astuti Bulukumba dinyatakan diterima. Hal ini berarti bahwa temuan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Made Laksmi Saraswati, Ari Pradhanawati dan Wahyu Hidayat 2015) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Ketika konsumen percaya terpuaskan oleh sebuah kualitas produk dan memperlihatkan keinginannya untuk mempercayai kualitas produk tertentu, maka pelanggan tersebut akan cenderung melakukan pembelian yang positif terhadap kualitas produk tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk terhadap suatu produk, maka konsumen akan semakin tertarik untuk melakukan pembelian.

Fakta penelitian mengatakan bahwa antara hasil penelitian dengan kejadian dilapangan sudah sesuai. Dimana terjadi kepuasan konsumen Toko Astuti Bulukumba. Hal ini membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Toko Astuti Bulukumba.

## **2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Astuti Bulukumba**

Hasil uji analisis regresi linier berganda pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Astuti Bulukumba. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Astuti Bulukumba dinyatakan diterima. Hal ini berarti bahwa temuan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sarini Kodu, 2013) Hasil

Penelitian Menunjukkan Bahwa Harga Secara Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian.

Salah satu hal yang menjadi pertimbangan konsumen adalah harga. Selain kualitas produk, harga yang dapat dijangkau oleh pelanggan akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen..

Fakta penelitian menyatakan bahwa antara hasil penelitian dengan kejadian di lapangan sudah sesuai. Dimana terjadi kepuasan konsumen Toko Astuti Bulukumba. Hal ini membuktikan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Toko Astuti Bulukumba.



## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Hasil penelitian dengan judul pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen Toko Astuti Bulukumba ini menyimpulkan bahwa:

1. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Toko Astuti Bulukumba. Hal ini berarti bahwa semakin bagus kualitas produk maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat.
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Toko Astuti Bulukumba. Hal ini berarti bahwa harga murah pada suatu produk maka tingkat pembelian dan kepuasan pelanggan akan semakin meningkat.

#### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti dapat menyarankan hal-hal sebagai berikut :

1. Bagi Toko Astuti Bulukumba, diharapkan lebih memperhatikan faktor kualitas produk dan harga , sehingga akan memberikan dampak yang baik dan positif dalam peningkatan kepuasan konsumen.
2. Untuk Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah atau mengganti variabel lain yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amrullah, A., Siburian, P. S., & Zainurossalamia, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Kinerja*, 13(2), 99-118.
- Arianty, N. (2016). Pengaruh Kualitas pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Samsung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(2).
- Bahar, A., & Sjahrudin, H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang.
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 3(1), 1-17.
- Bailia, J. F., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3).
- Emzir. 2009. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta. Pt Raja Grafindo Persada.
- Ghanimata, F., & Kamal, M. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 1(4), 13-22.
- Hanila, S., & Hidayat, R. (2019). Hubungan Harga Dan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Pelanggan Pada Toko Perlengkapan Baju Sekolah Elis Kota Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 50-57.
- Haryanto, R. A. (2013). Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Mcdonaldâ€™™ S Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4).
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Harga>
- Husein Umar, *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. (N.D.). (N.P.) : Gramedia Pustaka Utama. ISBN :9789796559022, 9796559021, Penerbit :Gramedia Pustaka Utama, Bahasa:Indonesia.
- Husein Umar. 2013. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis*. Jakarta: Rajawali
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175-182.

- Kodu, S. (2013). Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*.
- Lailatus Sa'adah, Kualitas Layanan, Harga, Citra Merk Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen. (2020). (N.P.): LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah. ISBN:9786236794241, 6236794243, Jumlah Halaman:69, Tanggal Publikasi:10 November 2020, Format:Bukel, Penerbit:LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, Bahasa:Indonesia.
- Luthfia, W. E., & Sri, R. T. A. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Kofisyop Tembalang. Universitas Diponegoro.
- Malhotra, Naresh K. 2006. *Marketing Research An Applied Orientation*. Prestice Hall, United State Of America.
- Normasari, S., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(2).
- Rahmat, A. H., & Juju, H. U. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kartu Kuota Smartfren (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung) (Doctoral Dissertation, Perpustakaan FEB-UNPAS BANDUNG).
- Runtunuwu, J. G., Oroh, S., & Taroreh, R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Café Dan Resto Cabana Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3).
- Saputra, M. Y. Pengaruh Persepsi Harga, Variasi Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Kickers Man Di Matahari Ptc Mall Palembang.
- Saraswati, Made Laksmi, Ari Pradhanawati, And Wahyu Hidayat. "Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 4.2 (2015): 137-146.
- Sholikin, M. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Servis Motor Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer Putra Utama Motor Sukoharjo (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono.2006.Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D.Bandung:Alfabeta.
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2002). Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty.
- Vincent Gaspers, Ekonomi Manajerial. (1996). Indonesia: Gramedia Pustaka Utama. ISBN :9789796054695, 9796054698, Tanggal Publikasi:1996, Penerbit :Gramedia Pustaka Utama, Bahasa:Indonesia.
- Weenas, J. R. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 1(4).
- WEENAS, Jackson RS. Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 2013, 1.4.
- Yudita, M. A., & Sugiyono, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM), 10(10).





**Lampiran 0. 1 Kuesioner Penelitian**  
**ANGKET INSTRUMEN PENELITIAN**

**Identitas Responden**

- i. Nama : .....
- ii. Pekerjaan : .....
- iii. Jenis Kelamin :Laki-laki/Perempuan\*)
- iv. Usia :.....tahun

**Daftar Kuesioner**

Mohon untuk memberikan tanda (√) pada setiap pernyataan yang Anda pilih  
Keterangan :

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

NO.	VARIABLE	INDIKATOR	DAFTAR PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
				ST	TS	KS	S	SS
				S				
				1	2	3	4	5
1.	Kualitas Produk (X1)	Performance (Kinerja)	Produk dari Toko Astuti Bulukumba puas dan nyaman.					
			Produk Toko Astuti Bulukumba bebas dari kekurangan stock.					
		Features (Fitur)	Saya tertarik dengan desain produk yang ditawarkan Toko Astuti Bulukumba.					
			Produk yang ditawarkan Toko Astuti Bulukumba sebanding dengan toko pesaing lainnya.					
		Reliability (Kehandalan)	Saya sering menggunakan produk dari Toko Astuti Bulukumba.					

			Produk yang dibeli dari Toko Astuti Bulukumba kuat dan tahan lama digunakan.					
		Conformance (Kesesuaian)	Produk dari Toko Astuti Bulukumba sesuai dengan ekspektasi.					
			Saya membeli produk di Toko Astuti Bulukumba karena sesuai dengan keinginan.					
			Saya memakai produk dari Toko Astuti Bulukumba ± 3 kali karena daya tahan bahan yang digunakan kuat.					
			Saya memakai Produk dari Toko Astuti Bulukumba ± 1 tahun.					
2.	Harga (X2)	Keterjangkauan Harga	Harga pada produk yang ditawarkan Toko Astuti Bulukumba dapat dijangkau oleh semua kalangan.					
		Kesesuaian Harga	Harga yang ditawarkan di Toko Astuti Bulukumba sebanding dengan kualitas produk.					
		Daya Saing Harga	Harga yang ditawarkan Toko Astuti Bulukumba sebanding dengan Toko pesaing lainnya.					
			Harga pada produk Toko Astuti Bulukumba sudah dapat memenuhi kebutuhan Saya.					
			Manfaat yang dirasakan membeli produk di Toko Astuti Bulukumba					

			sesuai dengan harga yang Saya rasakan.					
3.	Kepuasan Konsumen (Y)	Kualitas Produk	Toko Astuti Bulukumba selalu menyediakan produk original dengan kualitas terbaik.					
			Saya tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan dan tidak membutuhkan waktu yang lama untuk mendapatkan suatu produk di Toko Astuti Bulukumba.					
		Harga	Harga pada produk Toko Astuti Bulukumba murah dibanding dengan pembelian di online shop.					
		Emosional	Saya merekomendasikan Toko Astuti Bulukumba kepada orang terdekat Saya bahwa produknya berkualitas baik dan harganya murah.					

## Lampiran 0. 2 Karakteristik Responden dan Distribusi Frekuensi

### 1. Karakteristik Responden

Umur Responden		
Usia	Jumlah	Persentase %
20-29	17	29%
30-39	26	45%
40-49	15	26%
<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>100%</b>

Jenis Kelamin Responden		
Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase %
Laki-laki	15	26%
Perempuan	43	74%
<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>100%</b>

### 2. Distribusi Frekuensi

#### a. Distribusi Frekuensi Kualitas Produk

Statistics												
		X1.1 .1	X1.1 .2	X1.2 .1	X1.2 .2	X1.3 .1	X1.3 .2	X1.4 .1	X1.4 .2	X1.4 .3	X1.4 .4	X1
N	Valid	58	58	58	58	58	58	58	58	58	58	58
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Mean	4,05	4,38	4,12	4,19	4,12	4,12	4,12	4,19	4,17	3,98	41,45

X1.1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,7	1,7	1,7
	Kurang Setuju	2	3,4	3,4	5,2
	Setuju	48	82,8	82,8	87,9
	Sangat Setuju	7	12,1	12,1	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

X1.1.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,7	1,7	1,7
	Kurang Setuju	1	1,7	1,7	3,4
	Setuju	31	53,4	53,4	56,9
	Sangat Setuju	25	43,1	43,1	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

X1.2.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	5	8,6	8,6	8,6
	Setuju	41	70,7	70,7	79,3
	Sangat Setuju	12	20,7	20,7	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

X1.2.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,7	1,7	1,7
	Kurang Setuju	5	8,6	8,6	10,3
	Setuju	34	58,6	58,6	69,0
	Sangat Setuju	18	31,0	31,0	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

X1.3.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,7	1,7	1,7
	Kurang Setuju	9	15,5	15,5	17,2
	Setuju	30	51,7	51,7	69,0
	Sangat Setuju	18	31,0	31,0	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

X1.3.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,7	1,7	1,7
	Kurang Setuju	9	15,5	15,5	17,2
	Setuju	30	51,7	51,7	69,0
	Sangat Setuju	18	31,0	31,0	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

X1.4.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	5	8,6	8,6	8,6
	Setuju	41	70,7	70,7	79,3
	Sangat Setuju	12	20,7	20,7	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

X1.4.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,7	1,7	1,7
	Kurang Setuju	5	8,6	8,6	10,3
	Setuju	34	58,6	58,6	69,0
	Sangat Setuju	18	31,0	31,0	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

X1.4.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,7	1,7	1,7
	Kurang Setuju	11	19,0	19,0	20,7
	Setuju	23	39,7	39,7	60,3
	Sangat Setuju	23	39,7	39,7	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

X1.4.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	3,4	3,4	3,4
	Kurang Setuju	11	19,0	19,0	22,4
	Setuju	31	53,4	53,4	75,9
	Sangat Setuju	14	24,1	24,1	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

#### b. Distribusi Frekuensi Harga

Statistics							
		X2.1.1	X2.2.1	X2.3.1	X2.3.2	X2.3.3	X2
N	Valid	58	58	58	58	58	58
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		4,38	4,28	4,12	4,19	4,12	21,09

X2.1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,7	1,7	1,7
	Kurang Setuju	1	1,7	1,7	3,4
	Setuju	31	53,4	53,4	56,9
	Sangat Setuju	25	43,1	43,1	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

X2.2.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	4	6,9	6,9	6,9
	Setuju	34	58,6	58,6	65,5
	Sangat Setuju	20	34,5	34,5	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

X2.3.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	5	8,6	8,6	8,6
	Setuju	41	70,7	70,7	79,3
	Sangat Setuju	12	20,7	20,7	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

X2.3.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,7	1,7	1,7
	Kurang Setuju	5	8,6	8,6	10,3
	Setuju	34	58,6	58,6	69,0
	Sangat Setuju	18	31,0	31,0	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

X2.3.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,7	1,7	1,7
	Kurang Setuju	9	15,5	15,5	17,2
	Setuju	30	51,7	51,7	69,0
	Sangat Setuju	18	31,0	31,0	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

### c. Distribusi Frekuensi Kepuasan Konsumen

Statistics						
		Y1.1.1	Y1.1.2	Y1.2.1	Y1.3.1	Y
N	Valid	58	58	58	58	58
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4,28	4,12	4,19	4,12	16,71
Median		4,00	4,00	4,00	4,00	16,00
Sum		248	239	243	239	969

Y1.1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	4	6,9	6,9	6,9
	Setuju	34	58,6	58,6	65,5
	Sangat Setuju	20	34,5	34,5	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

Y1.1.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	5	8,6	8,6	8,6
	Setuju	41	70,7	70,7	79,3
	Sangat Setuju	12	20,7	20,7	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

Y1.2.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,7	1,7	1,7
	Kurang Setuju	5	8,6	8,6	10,3
	Setuju	34	58,6	58,6	69,0
	Sangat Setuju	18	31,0	31,0	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

Y1.3.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,7	1,7	1,7
	Kurang Setuju	9	15,5	15,5	17,2
	Setuju	30	51,7	51,7	69,0
	Sangat Setuju	18	31,0	31,0	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

### Lampiran 0. 3 Uji Statistik Deskriptif

Variabel Kualitas Produk	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	58	2	5	4.05	.475
X1.2	58	2	5	4.38	.616
X1.3	58	3	5	4.12	.532
X1.4	58	2	5	4.19	.661
X1.5	58	2	5	4.12	.727
X1.6	58	2	5	4.12	.727
X1.7	58	3	5	4.12	.532
X1.8	58	2	5	4.19	.661
X1.9	58	2	5	4.17	.798
X1.10	58	2	5	3.98	.761
X1.TOTAL	58	32	50	41.45	3.775
Valid N (listwise)	58				

Variabel Harga	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.1	58	2	5	4.38	.616
X2.2	58	3	5	4.28	.586
X2.3	58	3	5	4.12	.532
X2.4	58	2	5	4.19	.661
X2.5	58	2	5	4.12	.727
X2.TOTAL	58	17	25	21.09	2.219
Valid N (listwise)	58				

Variabel Kepuasan Konsumen	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y.1	58	3	5	4.28	.586
Y.2	58	3	5	4.12	.532
Y.3	58	2	5	4.19	.661
Y.4	58	2	5	4.12	.727
Y.TOTAL	58	13	20	16.71	1.873
Valid N (listwise)	58				



X1.7	Pearson Correlation	.044	.393**	1.000**	.382**	.415**	.415**	1	.382**	.239	.005	.697**
	Sig. (2-tailed)	.741	.002	.000	.003	.001	.001		.003	.070	.969	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58	58	58
X1.8	Pearson Correlation	.080	.122	.382**	1.000**	.462**	.462**	.382**	1	.203	.076	.724**
	Sig. (2-tailed)	.551	.363	.003	.000	.000	.000	.003		.126	.569	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58	58	58
X1.9	Pearson Correlation	.208	-.135	.239	.203	.024	.024	.239	.203	1	.121	.387**
	Sig. (2-tailed)	.118	.311	.070	.126	.858	.858	.070	.126		.367	.003
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58	58	58
X1.10	Pearson Correlation	.294*	-.061	.005	.076	.162	.162	.005	.076	.121	1	.345**
	Sig. (2-tailed)	.025	.651	.969	.569	.223	.223	.969	.569	.367		.008
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58	58	58
X1.TOTAL	Pearson Correlation	.339**	.416**	.697**	.724**	.747**	.747**	.697**	.724**	.387**	.345**	1
	Sig. (2-tailed)	.009	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.008	
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58	58	58
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).												
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).												

Correlations							
Variabel Harga		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.628**	.393**	.122	.248	.656**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.363	.060	.000
	N	58	58	58	58	58	58
X2.2	Pearson Correlation	.628**	1	.397**	.361**	.414**	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.005	.001	.000
	N	58	58	58	58	58	58
X2.3	Pearson Correlation	.393**	.397**	1	.382**	.415**	.704**
	Sig. (2-tailed)	.002	.002		.003	.001	.000
	N	58	58	58	58	58	58
X2.4	Pearson Correlation	.122	.361**	.382**	1	.462**	.670**
	Sig. (2-tailed)	.363	.005	.003		.000	.000
	N	58	58	58	58	58	58
X2.5	Pearson Correlation	.248	.414**	.415**	.462**	1	.744**
	Sig. (2-tailed)	.060	.001	.001	.000		.000
	N	58	58	58	58	58	58
X2.TOTAL	Pearson Correlation	.656**	.777**	.704**	.670**	.744**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	58	58	58	58	58	58

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

<b>Correlations</b>						
Variabel Kepuasan Konsumen		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	.397**	.361**	.414**	.714**
	Sig. (2-tailed)		.002	.005	.001	.000
	N	58	58	58	58	58
Y.2	Pearson Correlation	.397**	1	.382**	.415**	.705**
	Sig. (2-tailed)	.002		.003	.001	.000
	N	58	58	58	58	58
Y.3	Pearson Correlation	.361**	.382**	1	.462**	.754**
	Sig. (2-tailed)	.005	.003		.000	.000
	N	58	58	58	58	58
Y.4	Pearson Correlation	.414**	.415**	.462**	1	.799**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000		.000
	N	58	58	58	58	58
Y.TOTAL	Pearson Correlation	.714**	.705**	.754**	.799**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	58	58	58	58	58

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

## 2. Uji Reabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.774	10

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.749	5

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.728	4

### Lampiran 0. 5 Regresi Linear Berganda

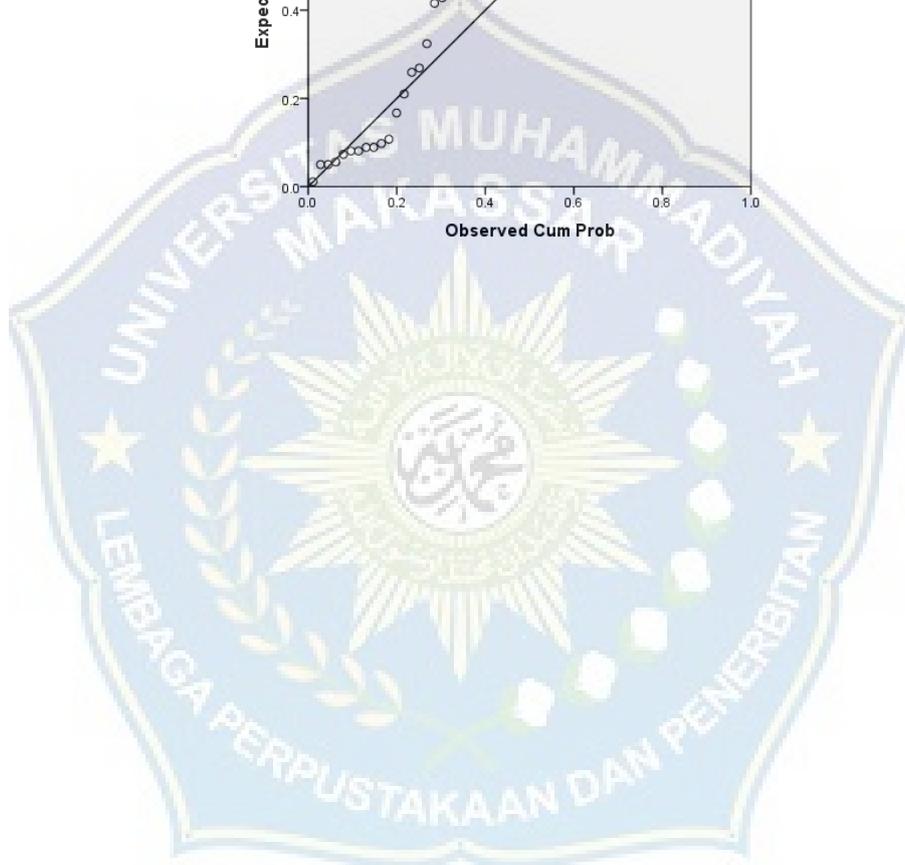
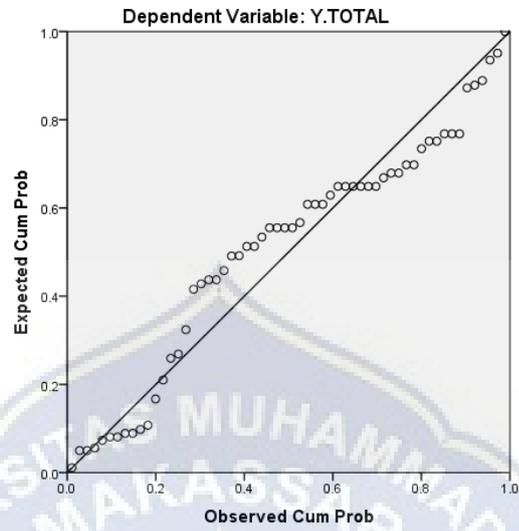
Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.974 <sup>a</sup>	0.949	0.947	0.430
a. Predictors: (Constant), X2.TOTAL, X1.TOTAL				
b. Dependent Variable: Y.TOTAL				

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	189.830	2	94.915	512.447	0.000 <sup>b</sup>
	Residual	10.187	55	0.185		
	Total	200.017	57			
a. Dependent Variable: Y.TOTAL						
b. Predictors: (Constant), X2.TOTAL, X1.TOTAL						

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-	0.628		-2.560	0.013
		1.609				
	X1.TOTAL	0.105	0.031	0.211	3.415	0.001
	X2.TOTAL	0.662	0.052	0.785	12.672	0.000
a. Dependent Variable: Y.TOTAL						

### Lampiran 0. 6 Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



## Lampiran 0. 7 Surat Izin Penelitian



**PEMERINTAH KABUPATEN BULUKUMBA**  
**DINAS PENANAMAN MODAL, PELAYANAN TERPADU**  
**SATU PINTU DAN TENAGA KERJA**  
**( D P M P T & P T K )**  
 Jl. Kenari No. 13 Telp. (0413) 84241 Fax. (0413) 86060 Bulukumba 82511

---

**SURAT IZIN PENELITIAN**  
**NOMOR : 300/DPMPT&PTK/IP/VI/2023**

Berdasarkan Surat Rekomendasi Teknis dari KESBANGPOL dengan Nomor 074/628/Bakesbangpol/VI/2023 tanggal 5 Juni 2023, Perihal Rekomendasi Izin Penelitian maka yang tersebut dibawah ini :

Nama Lengkap	: Roidah Ratifah M.
Nomor Pokok	: 166721121819
Program Studi	: Manajemen
Jenjang	: S1
Institusi	: Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Tempat/Tanggal Lahir	: Makassar / 2001-02-04
Alamat	: JL. K.H.MUH. RAMLI NO.20, KEL. BENTENGE KEC. UJUNG BULU, KAB. BULUKUMBA, RT/RW 002/001
Jenis Penelitian	: Skripsi
Judul Penelitian	: PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TOKO ASTUTI BULUKUMBA
Lokasi Penelitian	: Toko Astuti Jl. Sam Ratulangi, Kab. Bulukumba
Pendamping	: Dr. Buyung Romadhoni, S.E., M.Si.
Instansi Penelitian	: Toko Astuti
Lama Penelitian	: tanggal 27 April 2023 s/d 31 Mei 2023

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, pada prinsipnya kami mengizinkan yang bersangkutan untuk melaksanakan kegiatan tersebut dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Mematuhi semua Peraturan Perundang - Undangan yang berlaku dan mengindahkan adat - istiadat yang berlaku pada masyarakat setempat;
2. Tidak mengganggu keamanan/ketertiban masyarakat setempat
3. Melaporkan hasil pelaksanaan penelitian/pengambilan data serta menyerahkan 1(satu) eksemplar hasilnya kepada Bupati, Bulukumba Co, Kepala Badan Kepatuan Bangsa dan Politik Kab.Bulukumba;
4. Surat izin ini akan dicabut atau dianggap tidak berlaku apabila yang bersangkutan tidak memenuhi ketentuan sebagaimana tersebut di atas, atau sampai dengan batas waktu yang telah ditentukan kegiatan penelitian/pengumpulan data dimaksud belum selesai.

Dikeluarkan di	: Bulukumba
Pada Tanggal	: 07 Juni 2023





Kepala Dinas DPMPT&PTK  
 Dra. Hj. Umrah Awwar, MBI  
 Pindah : Pembina Utama Muda/Ahli  
 Np : 19670304 199003 2 010



**Lembar Sembac**  
 Salur Sembac Elektronik

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Salur Sembac Elektronik (SSSE), BSSN



**PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
 Jl. Bougainville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936  
 Website : <http://smap-new.sulselprov.go.id> Email : [ptsp@sulselprov.go.id](mailto:ptsp@sulselprov.go.id)  
 Makassar 90231

---

Nomor	: 15650/S.01/PTSP/2023	Kepada Yth.
Lampiran	: -	Bupati Bulukumba
Perihal	: <u>Izin penelitian</u>	

di-  
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 1327/05/C.05/C.4-VIII/IV/1444/2023 tanggal 14 April 2023 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

N a m a	: ROIDAH RAFIFATUL MUFLIHUN
Nomor Pokok	: 105721121819
Program Studi	: Manajemen
Pekerjaan/Lembaga	: Mahasiswa (S1)
Alamat	: Jl. Sit Alauddin No. 259. Makassar

PROVINSI SULAWESI SELATAN

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka menyusun SKRIPSI, dengan judul :

**" PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TOKO ASTUTI BULUKUMBA "**

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. 27 April s/d 31 Mei 2023

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami *menyetujui* kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar  
Pada Tanggal 17 April 2023

A.n. GUBERNUR SULAWESI SELATAN  
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU  
SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN



**Ir. H. SULKAF S LATIEF, M.M.**  
 Pangkat : PEMBINA UTAMA MADYA  
 Nip : 19630424 198903 1 010

Tembusan Yth

1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar,
2. Peringkat.

 **UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

طاب ثابوا وراحمهم

Nomor : 585/05/A-2-II/IV/44/2023 Makassar, 14 April 2023

Lamp : -

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.

**Ketua LP3M Universitas Muhammadiyah Makassar**

Di-

Tempat

Dengan Hormat

Dalam rangka proses penelitian dan penulisan skripsi mahasiswa dibawah ini:

Nama : Roidah Rafifatul M

Stambuk : 105721121819

Jurusan : Manajemen

Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Astuti Bulukumba

Dimohon kiranya mahasiswa tersebut dapat diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai tempat mahasiswa tersebut melakukan penelitian

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan bantuannya diucapkan terimakasih.

  
H. Amil Jam'an, S.E., M.Si  
NPM 651 507

**LEMBAGA PERPUSTAKAAN DAN INFORMASITAN**

*Tembusan:*

1. Rektor Unismuh Makassar
2. Arsip

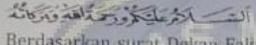
Jl. Sultan Alauddin No.259 Telp. 0411-866972 Fax. 0411-865588 Makassar 90221  
Gedung Iqra Lantai 7 Kampus Talasalapang Makassar - Sulawesi Selatan


**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**  
 LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
 Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp. 084972 Fax (0411) 855580 Makassar 90221 e-mail: ap3a@unismuh.ac.id

---

Nomor : 1327/05/C.4-VIII/IV/1444/2023 23 Ramadhan 1444 H  
 Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal 14 April 2023 M  
 Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,  
 Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel  
 Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal & PTSP Provinsi Sulawesi Selatan  
 di -  
 Makassar



Berdasarkan surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 585/05/A.2-II/IV/44/2023 tanggal 14 April 2023, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : **RODAH RAFIFATUL M**  
 No. Stambuk : **10572 1121819**  
 Fakultas : **Fakultas Ekonomi dan Bisnis**  
 Jurusan : **Manajemen**  
 Pekerjaan : **Mahasiswa**

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul:

**"PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TOKO ASTUTI BULUKMBA"**

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 27 April 2023 s/d 27 Juni 2023.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku. Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran



Ketua LP3M,  
  
**Dr. Ir. Abubakar Idhan, MP.**  
**NBM 101 7716**

04-23

**TOKO ASTUTI**  
**SEDIA SENDAL, SEPATU, TAS DAN MAINAN ANAK-ANAK**  
**Jl. Sam Ratulangi (Depan Mall), Kec. Gantarang, Kab. Bulukumba, Sulawesi Selatan**

---

Kepada Yth.

Ketua LP3M UNISMUH MAKASSAR

Dengan hormat,

Sehubungan dengan surat yang kami terima tentang surat izin penelitian, sesuai dengan permohonan surat tersebut kami dari Toko Astuti menyetujui untuk melakukan penelitian ditempat kami, yang tersebut namanya dibawah ini:

Nama : Roidah Rafifatul M.

NIM : 105721121819

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi :

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN TOKO ASTUTI BULUKUMBA”**

Demikian surat penyampaian kami, untuk digunakan sebagai semestinya.

Bulukumba, 1 Mei 2023

  
**Astuti S.E**  
Pemilik Toko Astuti

Lampiran 0. 8 Dokumentasi

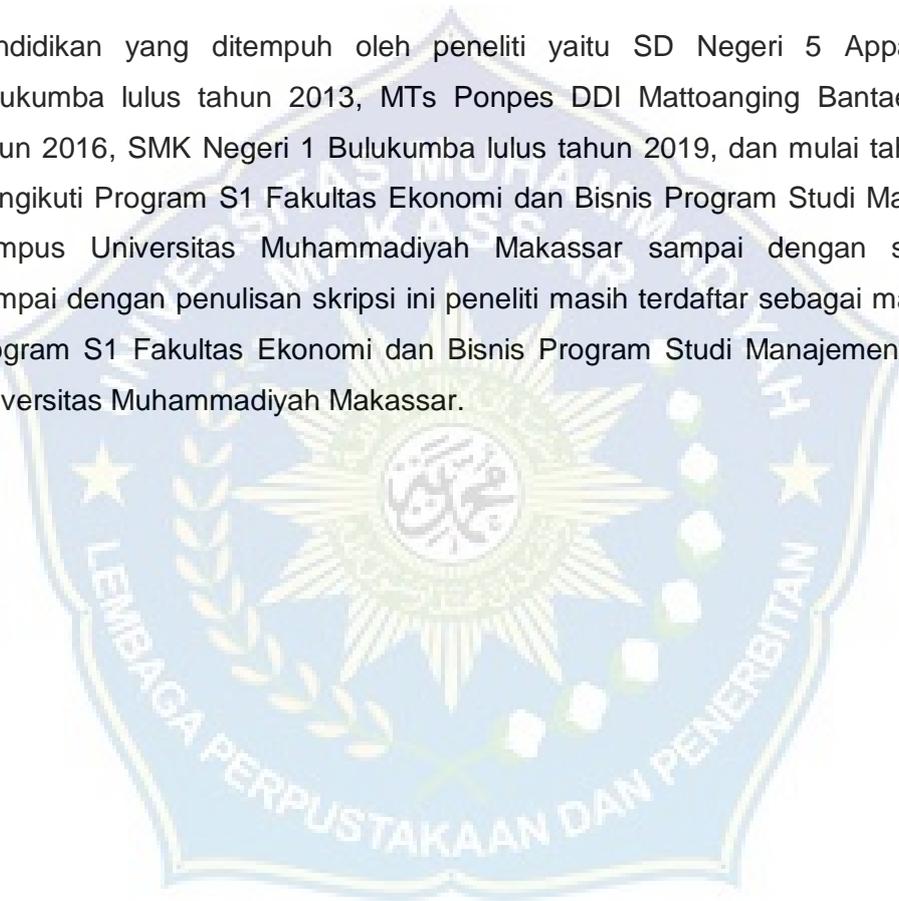


## BIOGRAFI PENULIS



Roidah Rafifatul Muflihun Panggilan Dira lahir di Makassar pada tanggal 4 Maret 2001 dari pasangan suami istri Bapak Ir. Muflihuddin A. Ahmad dan Astuti Bunawan S.E.. Peneliti adalah anak kedua dari 3 bersaudara. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Di Kelurahan Bentenge Kampung Nipa Kecamatan Ujung Bulu Kabupaten Bulukumba, Sulawesi Selatan.

Pendidikan yang ditempuh oleh peneliti yaitu SD Negeri 5 Appasarange Bulukumba lulus tahun 2013, MTs Ponpes DDI Mattoanging Bantaeng lulus tahun 2016, SMK Negeri 1 Bulukumba lulus tahun 2019, dan mulai tahun 2019 mengikuti Program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa Program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar.





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN  
Alamat Kantor: Jl. Sultan Alauddin No.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

### SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,  
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Roidah Rafifatul M.

NIM : 105721121819

Program Studi : Manajemen

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	6 %	10 %
2	Bab 2	22 %	25 %
3	Bab 3	6 %	10 %
4	Bab 4	10 %	10 %
5	Bab 5	0 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 18 Juli 2023

Mengetahui

Kepala UPT Perpustakaan dan Penerbitan,



Nur Hafid S. Idris, M.I.P.  
NPM. 964 591

BAB I Roidah Rafifatul M.-  
105721121819

by Tahap Tutup

**Submission date:** 18-Jul-2023 10:23AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2132910403

**File name:** BAB\_I\_6.docx (18.92K)

**Word count:** 774

**Character count:** 4985

BAB I Roidah Rafifatul M.- 105721121819

ORIGINALITY REPORT

6%	6%	0%	2%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	123dok.com Internet Source	6%
---	-------------------------------	----



Exclude quotes  On Exclude matches  < 2%  
Exclude bibliography  On



## BAB II Roidah Rafifatul M.-

105721121819

by Tahap Tutup

**Submission date:** 18-Jul-2023 10:24AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2132910721

**File name:** BAB\_II\_10.docx (163.03K)

**Word count:** 2148

**Character count:** 14452

BAB II Roidah Rafifatul M.- 105721121819

ORIGINALITY REPORT

22%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

12%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

es.scribd.com

Internet Source

2%

2

Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan  
Tinggi Indonesia Jawa Timur

Student Paper

2%

3

Submitted to Universitas Merdeka Malang

Student Paper

2%

4

123dok.com

Internet Source

2%

5

www.researchgate.net

Internet Source

2%

6

Submitted to Universitas Nasional

Student Paper

2%

7

Submitted to Universitas Jenderal Soedirman

Student Paper

1%

8

embundaun.wordpress.com

Internet Source

1%

9

repository.umy.ac.id

Internet Source

1%





10	<a href="http://jurnal.unived.ac.id">jurnal.unived.ac.id</a> Internet Source	1%
11	<a href="http://digilibadmin.unismuh.ac.id">digilibadmin.unismuh.ac.id</a> Internet Source	1%
12	Submitted to Universitas Sanata Dharma Student Paper	1%
13	<a href="http://johannessimatupang.wordpress.com">johannessimatupang.wordpress.com</a> Internet Source	1%
14	<a href="http://eprints.perbanas.ac.id">eprints.perbanas.ac.id</a> Internet Source	1%
15	<a href="http://repo.uinsatu.ac.id">repo.uinsatu.ac.id</a> Internet Source	1%
16	<a href="http://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet Source	1%
17	<a href="http://garuda.kemdikbud.go.id">garuda.kemdikbud.go.id</a> Internet Source	<1%
18	<a href="http://repository.itbwigalumajang.ac.id">repository.itbwigalumajang.ac.id</a> Internet Source	<1%
19	<a href="http://www.coursehero.com">www.coursehero.com</a> Internet Source	<1%
20	<a href="http://repository.upbatam.ac.id">repository.upbatam.ac.id</a> Internet Source	<1%



BAB III Roidah Rafifatul M.-  
105721121819  
by Tahap Tutup

Submission date: 18-Jul-2023 10:24AM (UTC+0700)  
Submission ID: 2132910974  
File name: BAB\_III\_7.docx (24.09K)  
Word count: 1480  
Character count: 9475

BAB III Roidah Rafifatul M.- 105721121819

ORIGINALITY REPORT

<b>6%</b>	<b>2%</b>	<b>0%</b>	<b>3%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>digilib.unila.ac.id</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>2</b>	<b>Submitted to Universitas Pajadjaran Indonesia</b> Student Paper	<b>2%</b>
<b>3</b>	<b>Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur</b> Student Paper	<b>2%</b>

Exclude quotes  Exclude bibliography  Exclude matches  **< 2%**

# BAB IV Roidah Rafifatul M.- 105721121819

by Tahap Tutup

**Submission date:** 18-Jul-2023 10:25AM (UTC+0700)  
**Submission ID:** 2132911463  
**File name:** BAB\_IV\_5.docx (64.73K)  
**Word count:** 2781  
**Character count:** 16189

AB IV Roidah Rafifatul M.- 105721121819

ORIGINALITY REPORT

**10%**  
SIMILARITY INDEX

**10%**  
INTERNET SOURCES

**2%**  
PUBLICATIONS

**2%**  
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

**1** [sulseprov.go.id](http://sulseprov.go.id)  
Internet Source



**10%**

Exclude quotes  On  
Exclude bibliography  On

Exclude matches  2/4



# BAB V Roidah Rafifatul M.- 105721121819

by Tahap Tutup

**Submission date:** 18-Jul-2023 10:25AM (UTC+0700)  
**Submission ID:** 2132911711  
**File name:** BAB\_V\_6.docx (15.61K)  
**Word count:** 290  
**Character count:** 1799

BAB V Roidah Rafifatul M.- 105721121819

ORIGINALITY REPORT

<b>0</b> %	<b>0</b> %	<b>0</b> %	<b>0</b> %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES



Exclude quotes  On  Off  
Exclude bibliography  On  Off  
Exclude matches  On  Off

