

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA PRODUK YOTTA CABANG SAMATA
KABUPATEN GOWA**

SKRIPSI



**FAIZAL
NIM : 105721115021**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2025**

KARYA TUGAS AKHIR SEMESTER

JUDUL PENELITIAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA PRODUK YOTTA CABANG SAMATA
KABUPATEN GOWA**

SKRIPSI

Disusun Dan Diajukan Oleh:

FAIZAL

105721115021

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

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

MAKASSAR

2025

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

**Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan,
Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, Maka apabila
engkau telah selesai (dari suatu urusan) tetaplah bekerja keras
(Untuk urusan yang lain) Q.S Al – Insyirah : 5-7**

*Tak Ada Sumur Mencari Timba,
Namun Timbalah Yang Mencari Sumur*

PERSEMBAHAN

Puji Syukur tak terhingga kepada sang pencipta yaitu Allah Swt, yang telah memberikan kemudahan dan kesempatan menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam kepada nabi Muhammad Saw, yang telah membawa kita dari alam kebodohan ke alam penuh pengetahuan. Skripsi ini saya persembahkan kepada orang tua, kerabat, pembimbing, dan teman-teman yang saya banggakan.

Serta almamater kebanggaanku



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

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



HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Yotta Cabang Samata Kabupaten Gowa
Nama Mahasiswa : Faizal
No. Stambuk/NIM : 105721115021
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti ini diperiksa dan diujikan di depan panitia Penguji Skripsi Strata Satu (S1) pada tanggal 23 April 2025 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 23 April 2025

Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II

DR. Ruliaty., M.M
NIDN. 8883123419

Syarthin Indrayani, S.E., M.SI
NIDN. 0901107605

Mengetahui

Dekan

Ketua Program Studi

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

Nasrullah, S.E., M.Si
NBM. 1151 132



**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 PENGESAHAN

Skripsi atas Nama : Faizal, Nim 105721115021 diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0008/SK-Y/61201/091004/2025 M, Tanggal 24 Syawal 1446 H/ 23 April 2025 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 24 Syawal 1446 H
23 April 2025 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Dr. Ir. H. Abd Rakhim Nanda, S.T., M.T., IPU (.....)
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Dr. Andi Jam'an, S.E., M.Si (.....)
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Agusdiwana Suarni, S.E., M. Acc (.....)
(Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Dr. Buyung Ramadhoni, S.E., M.Si (.....)
2. Moh. Aris Pasigai, S.E., M.M. (.....)
3. Dr. Sri Andayaningsih, S.E., M.M (.....)
4. Dr. Samsul Rizal, S.E., M.M (.....)

Disahkan Oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar

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



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

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

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Faizal
Stambuk : 105721115021
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap
Kepuasan Konsumen Pada Produk Yotta Cabang Samata
Kabupaten Gowa

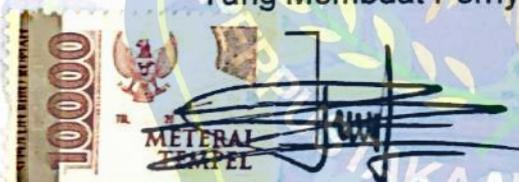
Dengan ini menyatakan bahwa:

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

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

Makassar, 23 April 2025

Yang Membuat Pernyataan,

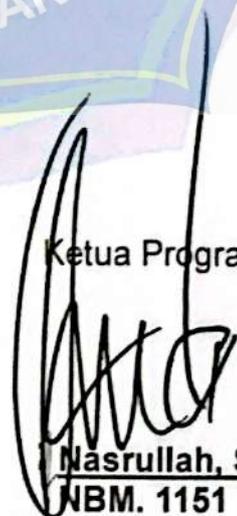

Faizal
105721115021

Diketahui Oleh:

Dekan


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

Ketua Program Studi


Nasrullah, S.E., M.M
NBM. 1151 132

HALAMAN PERNYATAAN

PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

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

Nama : Faizal
NIM : 105721115021
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 Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Yotta Cabang Samata Kabupaten Gowa

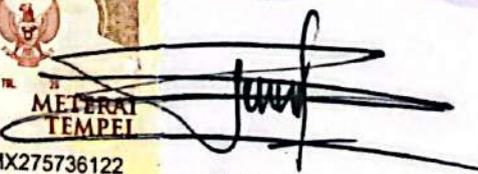
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Makassar, 23 April 2025

Yang Membuat Pernyataan




Faizal
NIM : 105721115021

KATA PENGANTAR



Puji dan Syukur kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta' ala sebagai bentuk manifestasi penghambaan kita kepadanya atas Rahmat, hidayah, dan karunia-Nya yang diberikan kepada kita dari mulainya kita dilahirkan sampai pada detik ini. Begitupula sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada baginda nabi besar Muhammad SAW, sang patron pergerakan kita di persyerikatan Muhammadiyah dan tak lupa pula beserta keluarga, sahabat, dan seluruh pengikutnya sampai akhir zaman, Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Yotta Cabang Samata Kabupaten Gowa"

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Makassar.

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada kedua orang tua tercinta, yang telah menjadi sumber inspirasi, kekuatan dan motivasi selama menjalani proses Pendidikan hingga penyusunan skripsi ini. Berkat doa yang tidak pernah putus, kasih sayang yang tulus, serta dukungan moral maupun materi yang diberikan tanpa pamrih. Penulis dapat menghadapi berbagai tantangan dengan semangat dan keyakinan. Penulis sangat bersyukur memiliki orangtua yang senantiasa memberi dorongan untuk terus belajar, mengingatkan

pentingnya kerja keras, dan mendukung segala Upaya yang dilakukan. Semoga segala doa dan cinta yang telah mereka curahkan menjadi amal kebaikan yang di berkahi oleh Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi disampaikan dengan hormat kepada;

1. Bapak Bapak Dr. Ir. H. Abd Rakhim Nanda, S.T., M.T., IPU Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Nasrullah, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. DR. Ruliaty., M.M. selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi selesai dengan baik.
5. Ibu Syarthini Indrayani, S.E., M.Si. selaku Pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.
6. Bapak/Ibu dan Asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
7. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

8. Terima kasih teruntuk semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan Skripsi ini.
9. Rekan-rekan seperjuangan di Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (Pikom IMM FEB) terkhususnya di periode Kolaboratif, Rekan-rekan di kelas M21D, rekan-rekan Squad KKP dan seluruh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Angkatan 2021 yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.

Penulis dengan sepenuh hati menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari segi isi metode, maupun penyajiannya, sehingga kritik dan saranyang membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan untuk menjadi bahan pembelajaran dan penyempurnaan di masa yang akan datang.

Mudah-mudahan skripsi ini dapat memberikan manfaat terutama bagi Universitas Muhammadiyah Makassar, baik dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

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

Makassar, 20 April 2025

Faizal

ABSTRAK

FAIZAL. 2025. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Yotta Cabang Samata Kabupaten Gowa. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh : Ruliaty dan Syarthini Indrayani

Tujuan Penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Produk Yotta Cabang Samata Kabupaten Gowa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linear berganda untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sampel penelitian terdiri dari 160 responden yang merupakan konsumen Yotta Cabang Samata Kabupaten Gowa. Sampel penelitian ditentukan menggunakan teknik non-probability sampling yaitu accidental sampling untuk penentuan jumlah sampel, yang menghasilkan 160 responden yang merupakan konsumen aktif Yotta Cabang Samata Kabupaten Gowa. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan SPSS versi 30 mengenai pengaruh Kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Yotta Cabang Samata Kabupaten Gowa. menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Produk Yotta Cabang Samata Kabupaten Gowa.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

FAIZAL. 2025. The Influence of Product Quality and Service Quality on Consumer Satisfaction with Yotta Products, Samata Branch, Gowa Regency. Thesis. Department of Management, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Makassar. Supervised by: Ruliaty dan Syarthini Indrayani

The aim of this research is to analyze the influence of product quality and service quality on consumer satisfaction at Yotta Products, Samata Branch, Gowa Regency. This research uses a quantitative approach with multiple linear regression analysis methods to test the influence of independent variables on the dependent variable. The research sample consisted of 160 respondents who were consumers of Yotta Samata Branch, Gowa Regency. The research sample was determined using a non – probability sampling technique namely accidental sampling to determine the number of samples, which resulted in 160 respondents who were active consumers of Yotta Samata Branch, Gowa Regency. The data obtained was then analyzed using SPSS version 30 regarding the influence of product quality and service quality on consumer satisfaction at Yotta Samata Branch, Gowa Regency. shows that product quality and service quality have a positive and significant effect on consumer satisfaction at Yotta Products, Samata Branch, Gowa Regency.

Keywords : Product Quality, Service Quality and Consumer Satisfaction

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS	vi
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Tinjauan Teori.....	7
B. Penelitian Terdahulu.....	20
C. Kerangka Pikir.....	26
D. Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Jenis Penelitian.....	28
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	29
C. Jenis Dan Sumber Data.....	29
D. Populasi Dan Sampel.....	30

E. Teknik Pengumpulan Data	31
F. Definisi Operasional Variabel Dan Pengukuran	32
G. Metode Analisis Data	33
H. Uji Hipotesis Penelitian.....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
B. Penyajian Data Hasil Penelitian	42
C. Analisis dan Interpretasi Data (Pembahasan).....	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	58
A. Kesimpulan.....	58
B. Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN	63



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Skala Likert.....	33
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terkait Kualitas Produk.....	44
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terkait Kualitas Pelayanan.....	45
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terkait Kepuasan Konsumen.....	46
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	47
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	48
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen.....	48
Tabel 4.9 Uji Reabilitas.....	49
Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas.....	51
Tabel 4.11 Uji Regresi Linear Berganda.....	52
Tabel 4.12 Uji T.....	54
Tabel 4.13 Uji F.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	26
Gambar 4.1 Uji Normalitas.....	50
Gambar 4.2 Uji Heteroskedasitas.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	64
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner.....	68
Lampiran 3 Validitas & Reabilitas.....	80
Lampiran 4 Karakteristik Responden & Distribusi Frekuensi.....	86
Lampiran 5 Regresi Linear Berganda & Uji Asumsi Klasik.....	95
Lampiran 6 Surat Izin Penelitian.....	99
Lampiran 7 Surat Balasan Penelitian.....	100
Lampiran 8 Dokumentsi Penelitian.....	101
Lampiran 9 Surat Keterangan Plagiat.....	102

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan di bidang bisnis pada saat ini berkembang sangat pesat, dan yang merasakan tingginya tingkat persaingan salah satunya adalah bisnis minuman. Hal ini disebabkan karena adanya ide-ide kreatif dan inovatif yang diciptakan para pengusaha, yang dimana seiring dengan berkembangnya ide-ide kreatif tersebut mengakibatkan konsep pemasaran turut mengalami perkembangan.

Peran pemasaran sekarang ini begitu penting sebagai penunjang akan keberlangsungan suatu usaha yang digeluti agar terus berkembang. Pada dasarnya, setiap usaha akan memiliki tujuan mencari keuntungan, yang tidak terlepas dari kegiatan pemasaran. Pemasaran itu sendiri harus dipikirkan jauh hari sebelumnya agar tepat menentukan strategi dan tepat dalam menarik pelanggan yang akan dituju sebagai sasaran penjualan.

Usaha kuliner saat ini benar-benar beragam dan berkembang begitu pesat dan cepat. Bahwa usaha di bidang kuliner sangat mempengaruhi pertumbuhan dan membantu perekonomian bangsa ini, sebagai pelaku pasar, para produsen memiliki cara agar dapat terus menciptakan dan mempertahankan pelanggan.

Usaha kuliner merupakan suatu kebutuhan yang lumayan penting bahkan tidak terpisahkan oleh gaya kehidupan Masyarakat modern saat ini. Sudah termasuk salah satu kebutuhan dan gaya hidup yang dibutuhkan oleh masyarakat milenial saat ini. Produsen hendaknya mengetahui keadaan

pasar agar produk serta varian rasa jenis makanan yang dihasilkan sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen. Selain kepuasan Konsumen senantiasa menjadi suatu keharusan untuk diperhatikan oleh setiap Perusahaan khususnya bidang kuliner dalam menjalankan kegiatan usahanya.

Saat ini banyak bisnis kuliner yang semakin memahami arti penting dari Kepuasan Konsumen dan menyusun strategi untuk memberikan Kepuasan bagi Konsumennya. Menurut Smilansky menyatakan konsumen berpendapat bahwa hidup itu adalah gabungan dari pengalaman, sehingga setiap kegiatan yang dilakukan oleh Konsumen termasuk mengkonsumsi produk atau jasa merupakan pengalaman, apabila pengalaman tersebut mengesankan maka konsumen tidak segan untuk mengkonsumsi barang atau jasa tersebut untuk kesekian kalinya. Persaingan yang sangat ketat memaksa setiap perusahaan saling bersaing dalam memberikan kepuasan kepada para konsumen.

Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas produk adalah totalitas dan karakteristik produk yang meliputi kinerja produk, fungsi produk, kehandalan produk, dan sebagainya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen yang diharapkan.

Seseorang konsumen yang memiliki potensial akan mempertimbangkan berbagai faktor di saat melakukan suatu pembelian produk diantaranya adalah faktor kualitas produk itu sendiri, yang akan

membuat konsumen merasa sangat puas dan lebih memilih produk kita dari pada produk pesaing yang lain.

Kualitas pelayanan adalah dimana tingkat keunggulan yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada para konsumen atau penerima layanan itu harus dapat memenuhi ataupun harapan-harapan dari setiap konsumen harus tercapai, tidak bisa dipungkiri bahwa kualitas pelayanan juga sangat berpengaruh terhadap suatu Perusahaan ataupun bisnis-bisnis kuliner.

Kepuasan konsumen berawal dari penilaian konsumen terhadap kualitas produk ataupun kualitas pelayanan yang diterima konsumen. Untuk membentuk kepuasan konsumen, tentunya harus dimulai dengan memberikan kualitas produk ataupun kualitas pelayanan yang unggul dan berkesan setiap konsumen, sehingga konsumen akan merasa puas dengan mengkonsumsinya.

Kepuasan Konsumen akan memberikan manfaat bagi perusahaan, khususnya usaha dalam bidang kuliner. Dengan mempertahankan dan memberikan kepuasan kepada konsumen maka mereka cenderung untuk membeli ulang barang dan jasa yang telah mereka konsumsi. Kepuasan juga akan mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif. Komunikasi yang disampaikan oleh konsumen yang merasa puas dapat berupa rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik tentang Perusahaan. (Harga & Kepuasan, 2020)

Bisnis kuliner yang sedang berkembang dan tak jarang menjadi perbincangan di Kota Makassar dan sekitarnya adalah bisnis minuman Yotta, Yotta merupakan bisnis minuman yang dibangun pada tahun 2015 di kota

Makassar, Yotta! menawarkan berbagai macam pilihan varian minuman kekinian seperti teh, susu, buah, kopi, dan aneka makanan ringan. Minuman Yotta merupakan salah satu minuman modern yang tersedia di Sulawesi Selatan yang merupakan bagian dari lini minuman yang sangat digemari konsumen. Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, konsep pemasaran modern juga mengalami perkembangan dengan menempatkan sebagai perhatian utama. Sebagus apapun experiential marketing yang diciptakan tidak akan sukses tanpa kualitas produk dan kualitas pelayanan, karena lidah konsumen tidak dapat dibohongi. Konten (produk dan service) serta kemasan harus sama-sama bagus, dan ada juga value untuk pelanggan.

Dalam dunia bisnis internasional maupun nasional adanya persaingan bisnis yang cukup ketat dan merupakan suatu hal yang tidak bisa dihindari dan akan pasti dihadapi oleh pengusaha pengusaha, dengan adanya persaingan yang ketat ini memberikan dorongan pada perusahaan untuk lebih cermat ketika menentukan strategi memenangkan pesaing yang dihadapi. Para pelaku usaha harus berpikir kreatif dan inovatif dalam melakukan pemasaran ini agar apa yang menjadi tujuan dari usaha dapat terwujud. (Nugrah et al., 2023)

Maka berdasarkan fenomena diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ***“Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Yotta Cabang Samata Kabupaten Gowa”***.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada produk Yotta cabang Samata Kabupaten Gowa?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada produk Yotta cabang Samata Kabupaten Gowa?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada produk Yotta cabang Samata Kabupaten Gowa
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada produk Yotta cabang Samata Kabupaten Gowa.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini bertujuan agar dapat menambah wawasan dan pemahaman ilmu tentang teori-teori yang telah di dapatkan selama mengikuti bangku perkuliahan sehingga peneliti memperoleh

pengetahuan secara praktis mengenai bagaimana kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada produk Yotta cabang Samata Kabupaten Gowa.

2. Bagi Pemasar

Penelitian ini dilakukan untuk berguna bagi pemasar produk terkhusus produk Yotta serta memberikan saran dan penilaian bagi pemasar dalam Menyusun strategi baru dalam dunia pemasaran yang tepat, khususnya melakukan bisnis penjualan dalam menarik konsumen untuk membeli produk.

3. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat seperti kerangka teori tentang perilaku konsumen dan aspek-aspek yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian dan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah penganalisaan, pelaksanaan, dan pengawasan, program-program yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi. Dari uraian sebelumnya dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah serangkaian proses yang dilakukan perusahaan dalam penganalisaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program dengan maksud untuk mencapai tujuan sebuah organisasi. Kotler et al (2012:146)

Manajemen Pemasaran adalah serangkaian proses yang dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan suatu nilai bagi para pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan mereka agar tercipta suatu nilai dari para pelanggan tersebut. (Diza et al., 2016)

Pemasaran adalah manajemen dan proses yang memungkinkan individu atau kelompok untuk mencapai apa yang mereka inginkan dan butuhkan melalui setiap aktivitas yang berhubungan dengan menciptakan, menyediakan, dan mempertukarkan nilai produk dengan orang lain, atau dari produsen untuk menyediakan produk atau jasa kepada konsumen. (Abidin & Sofyan, 2022)

Manajemen pemasaran adalah dimana proses terjadinya suatu aktifitas tukar menukar ataupun dimana terjadi interaksi antar individu yang dimana menghasilkan suatu proses pembelian barang atau jasa.

2. Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk adalah sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk. produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Kualitas produk dapat disimpulkan bahwa suatu keadaan dimana konsumen merasa cocok dengan suatu produk atau sesuai dengan keinginan yang diharapkan untuk memenuhi kebutuhannya (Eranto., 2024)

Menurut Philip Kotler dalam jurnal penelitian, (Agussalim & Ali, 2017) mendefinisikan bahwa kualitas produk merupakan keseluruhan suatu produk segala yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen pada produk yang berkualitas".

Sedangkan Menurut (Habibah, 2016) Kualitas produk merupakan keahlian sesuatu produk guna melakukan peranannya meliputi, daya ketahanan, keandalan, ketepatan, kemudahan proses serta revisi, dan atribut bernilai lainnya.

Kualitas produk adalah dimana produk bisa berdaya saing dan mampu mempertahankan produknya dengan banyaknya pesaing, kualitas produk harus mampu ataupun memberikan kepercayaan kepada konsumen bahwa produk ini sesuai dengan harapan konsumen.

b. Faktor-Faktor yang mempengaruhi kualitas produk

Menurut tjiptono Kualitas produk dipengaruhi oleh beberapa faktor-faktor. Pada era industri sekarang ini, agar dapat memperkuat penjualannya di pasaran perusahaan berlomba berfikir untuk dapat mempertahankan kualitas produk yang mereka punya serta meningkatkan kualitasnya. mengasikkan inovasi terbaru karena konsumen senantiasa lebih selektif dalam mempertimbangan kualitas produk yang akan dibelinya. Oleh karena itu para pelaku usaha di berbagai bidang industri bergantung pada karakteristik produk dan produksinya ialah 6M :

- 1) *Market* (Pasar)
- 2) *Money* (Uang)
- 3) *Management* (Manajemen)
- 4) *Men* (Manusia)
- 5) *Motivation* (Motivasi)
- 6) *Material* (Bahan)

Menurut David Garvin, untuk menentukan dimensi kualitas produk dapat melalui delapan dimensi sebagai berikut (Nurfauzi et al., 2023):

- 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 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.
- 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) *Asthetics*, merupakan karakteristik yang bersifat subyektif mengenai nilai-nilai estetika yang berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari preferensi individual.
- 8) *Perceived quality*, konsumen tidak selalu memiliki informasi yang lengkap mengenai atribut-atribut produk. Namun demikian biasanya konsumen memiliki informasi

tentang produk secara tidak langsung.

c. Indikator Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk memenuhi atau memuaskan kebutuhandan keinginan pelanggan. (Ariella, 2018)

- 1) Keawetan, suatu refleksi umur ekonomis berupa ukuran masa pakai atau daya tahan suatu barang.
- 2) Keandalan, sesuatu yang berkaitan dengan kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan.
- 3) Kesesuaian produk, sesuatu yang berkaitan dengan tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi yang sudah ditetapkan sebelumnya.
- 4) Kemudahan dipergunakan dan diperbaiki, sesuatu karakteristik yang berkaitan dengan kemudahan dan akurasi dalam pemberian layanan untuk perbaikan barang.

3. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan produk maupun jasa yang diharapkan atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Jasa akan diterima oleh konsumen apabila sesuai dengan yang diharapkan. (Tijiang, 2020)

Menurut (Tjiptono, 2011) menjelaskan bahwa Kualitas

pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan konsumen baik dari produk maupun jasa serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Berdasarkan definisi para ahli diatas, bahwa kualitas pelayanan yaitu pemenuhan kebutuhan konsumen berdasarkan tingkat keunggulan dari produk dan jasa yang sesuai dengan harapan sehingga dapat memenuhi keinginan para konsumen.

Kualitas pelayanan adalah kegiatan yang harus tercapai pada Perusahaan agar dapat mempengaruhi konsumen akan pengalaman berkunjung

b. Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan dapat dilihat dari terhadap suatu layanan yang telah diterima oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan harapannya. (Basri et al., 2023)

- 1) Kepemimpinan Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen manajemen puncak.
- 2) Pendidikan Semua personil perusahaan dari manajer puncak sampai karyawan operasional harus memperoleh pendidikan mengenai kualitas.
- 3) Perencanaan Proses perencanaan strategi harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visinya.
- 4) Review Proses review merupakan satu-satunya alat yang

paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasional.

- 5) Review Proses review merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasional.
- 6) Penghargaan dan pengakuan Penghargaan dan pengakuan merupakan aspek yang penting dalam implementasi strategi kualitas.

Menurut Vincent Gaspersz dalam Ardane (2017:19) membentuk beberapa dimensi atau atribut yang harus diperhatikan dalam kualitas Kualitas Pelayanan pada industri jasa yaitu sebagai berikut:

- 1) Ketepatan waktu Kualitas Pelayanan adalah hal-hal yang perlu diperhatikan di sini berkaitan dengan waktu tunggu dan waktu proses.
- 2) Akurasi Kualitas Pelayanan adalah dengan realibilitas Kualitas Pelayanan dan bebas kesalahan-kesalahan kepada konsumen.
- 3) Kesopanan dan keramah tamahan dalam memberikan Kualitas Pelayanan terutama bagi mereka yang berinteraksi langsung dengan konsumen.
- 4) Tanggung jawab adalah berkaitan dengan penerimaan pesan dan penanganan keluhan dari konsumen.
- 5) Kelengkapan yaitu menyangkut lingkup Kualitas Pelayanan dan ketersediaan sarana pendukung serta

Kualitas Pelayanan komplementer lainnya.

- 6) Kemudahan mendapatkan Kualitas Pelayanan adalah berkaitan dengan banyaknya outlet.
- 7) Variasi model Kualitas Pelayanan adalah berkaitan dengan inovasi untuk memberikan polapola baru dalam Kualitas Pelayanan serta features dari Kualitas Pelayanan.
- 8) Kualitas Pelayanan Pribadi adalah berkaitan dengan fleksibilitas, penanganan permintaan khusus.
- 9) Kenyamanan dalam memperoleh Kualitas Pelayanan adalah berkaitan dengan jangkuan baik lokasi, parkir kendaraan, petunjuk-petunjuk ruang tempat Kualitas Pelayanan dan kemudahan dalam memperoleh parker dan sebagainya.
- 10) Atribut Pendukung Kualitas Pelayanan Lainnya berkaitan dengan lingkungan, kebersihan, ruangan tunggu, fasilitas music, AC dan sebagainya.

Berdasarkan pengertian diatas menurut ahli dapat disimpulkan prinsip-prinsip yang harus diterapkan dalam melakukan Kualitas Pelayanan adalah:

- 1) Kepemimpinan Strategi
- 2) Pendidikan
- 3) Perencanaan Proses
- 4) Review Proses
- 5) Komunikasi Implementasi
- 6) Penghargaan dan

- 7) Variasi model Kualitas Pelayanan
- 8) Kualitas Pelayanan Pribadi
- 9) Kenyamanan

c. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Kolter (2017: 56) mengemukakan indikator kepuasan pelayanan yaitu:

- 1) kemampuan untuk melakukan layanan yang dapat diandalkan dan akurat.
- 2) kesiediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat.
- 3) pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menjamin mutu sehingga peserta percaya dan yakin.
- 4) perhatian individual terhadap pelanggan.

4. Kepuasan Konsumen

a. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil dari sebuah produk yang di pikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan maka konsumen akan sangat senang atau puas. (Konsumen et al., 2024)

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapan, jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan, apabila harapan maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, konsumen akan sangat puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas. (Caron & Markusen, 2016a)

kepuasan konsumen adalah elemen pokok dalam pemikiran dan praktik pemasaran modern, persaingan dapat dimenangkan apabila perusahaan mampu menciptakan dan mempertahankan konsumen. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumennya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas, serta membentuk rekomendasi positif yang menguntungkan.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan respon dari konsumen terhadap evaluasi pengalaman yang diperoleh dari perusahaan. Jika produk dan pelayanan yang didapatkan bagus, maka konsumen akan senang. Jika tidak maka konsumen akan merasa kecewa. Manfaat dari kepuasan adalah para konsumen menjadi loyal terhadap perusahaan dan menjaga hubungan baik dengan perusahaan. Jika harapan melampaui apa yang

diinginkan konsumen, maka konsumen tersebut akan merasa puas. (Mathematics, 2016)

Kepuasan konsumen adalah dimana konsumen merasakan apa yang dinginkannya itu terpenuhi, dan apa yang menjadi pemikirannya itu benar-benar terjadi pada suatu perusahaan.

b. Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono dan Chandra di dalam Nel Arianty (2015), mengatakan terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan dalam menganalisis kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

1) Kualitas Produk

Faktor pertama yang menentukan kepuasan konsumen adalah kualitas produk. Menurut Fandy Tjiptono (2015:231), dari sudut pandang pemasar, kualitas produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, dan dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar bersangkutan. Dan jika dari perspektif konsumen, produk adalah segala sesuatu yang diterima konsumen dari sebuah pertukaran dengan pemasar.

2) Kualitas Pelayanan

Faktor kedua yang menentukan kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Menurut Suryani di dalam Aryo

dan Imroatul (2015), bahwa konsumen secara langsung ataupun tidak langsung memberikan penilaian terhadap jasa yang dibeli atau pernah dikonsumsi oleh konsumen tersebut. Evaluasi dilakukan berdasarkan penilaian keseluruhan antara apa yang diterima dan dialami dibandingkan dengan yang diharapkan.

3) Emosional

Faktor ketiga yang menentukan kepuasan konsumen adalah emosional. Menurut Irawan di dalam Winda Oktaviani (2014), faktor emosional adalah faktor penting yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Faktor emosional melihat suatu produk, desainnya sesuai dengan kesukaan, sesuai dengan warna favoritnya, maka secara emosional konsumen akan segera melakukan respon.

4) Harga

Faktor keempat yang menentukan kepuasan konsumen adalah harga. Menurut Fandy Tjiptono (2015:289), harga memainkan peran strategis dalam pemasaran. Bila harga terlalu mahal, maka produk bersangkutan bakal tidak terjangkau oleh pasar sasaran tertentu atau bahkan customer value menjadi rendah. Sebaliknya, jika harga terlampau murah, perusahaan sulit mendapatkan laba atau sebagian konsumen mempersepsikan kualitasnya buruk.

5) Kemudahan

Faktor kelima yang menentukan kepuasan konsumen adalah kemudahan. Kemudahan penggunaan produk mengacu pada jumlah kesukaran yang terjadi ketika menggunakan produk. Menurut Irawan di dalam Winda Oktaviani (2014), Konsumen akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

c. Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut (Alkalah, 2016) Kepuasan konsumen diukur dari sebaik apa harapan konsumen atau pelanggan terpenuhi. Edwin Setyo (2017) Menjelaskan indikator kepuasan konsumen, yaitu :

1) Terpenuhinya harapan konsumen

Konsumen merasakan kepuasan akan terpenuhinya keinginan dan kebutuhan dari suatu produk barang atau jasa.

2) Sikap atau keinginan menggunakan produk

Sikap merupakan kecenderungan yang dipelajari, ini berarti bahwa sikap yang berkaitan dengan perilaku membeli terbentuk sebagai hasil dari pengalaman langsung mengenai produk, informasi secara lisan yang diperoleh dari orang lain atau terpapar oleh iklan di media masa, internet dan berbagai bentuk pemasaran langsung.

3) Merekomendasikan kepada pihak lain

Konsumen akan selalu merekomendasikan hasil pengalamannya kepada orang lain atas apa yang di peroleh

dari suatu kualitas produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan.

4) Kualitas layanan

Kualitas pelayanan dapat diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan menyampaikan untuk mengimbangi harapan konsumen.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah referensi referensi yang berkaitan dengan informasi penelitian. Penelitian terdahulu ini berupa hasil penelitian yang sudah dilakukan, penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai bahan acuan. (Caron & Markusen, 2016a)

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Syahrani Amni (Jurnal et al., 2024)	Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Desain Produk Terhadap Keputusan	Kuantitatif	Kualitas produk, Promosi, dan Desain Produk secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian yotta di Kota Makassar diterima.
2.	(Agus Dwi Cahya et al., 2021)	Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembeli	Kuantitatif	harga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembeli pada pembelian minuman Yotta di Samata Gowa.

				Variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada pembeli minuman Yotta di Samata Gowa
3.	(Santoso, 2019)	Pengaruh kualitas pruduk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen	Kuantitatif	kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen
4.	Gilang Ramadhana, Riki Sugiyono (2022)	Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café Nay Coffee Surabaya	Kuantitatif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa harga, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Pada Café Nay Coffee Surabaya
5.	Reforman Bago, Agus Sutardjo, Meri Dwi Anggraini (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas	Kuantitatif	Hasil dari penelitian ini Kualitas pelayanan dan

		Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café' Els Coffe Dipadang		kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe EL'S coffe di Padang
6.	Monica Maria dan Muhammad Yusak Anshori.(2013)	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Konsumen King Cake	Kuantitatif	Kualitas produk dan kualitas layanan secara parsial dan simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.
7.	Maslikhatul Aulia dan Imam Hidayat. (2017)	Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen amanda brownies	Kuantitatif	Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen baik secara parsial maupun simultan
8.	(Citra Savitri & Flora Patricia Anggela, 2020)	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Roti Bakar	Kuantitatif	Variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan roti bakar. Variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan roti bakar. Variabel

				harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan roti bakar.
9.	(Caron & Markusen, 2016a)	Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Perumahan Puri Mediterania Semarang)	Kuantitatif	Kualitas Produk (X) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan(Z) Kualitas Poduk (X) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Kepuasan Pelanggan (Z) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)
10.	ftahul Jannah, Vina Meliana. (2022)	Pengaruh Kualitas Produk dan Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Ngemil Banana Chips	Kuantitatif	Hasil dari penelitian ini kualitas produk dan Relationship Marketing berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan pada Virgin Café and Resto

1. Syahrani Amni (Jurnal et al., 2024)

penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kombinasi yang baik antara kualitas produk, promosi, dan desain produk dapat secara signifikan meningkatkan keputusan konsumen untuk membeli suatu produk.

2. (Agus Dwi Cahya et al., 2021)

Penelitian terdahulu secara konsisten menunjukkan bahwa konsumen sering kali menyeimbangkan antara harga dan kualitas saat membuat keputusan pembelian. Produk yang memiliki kualitas baik dengan harga yang dianggap wajar akan lebih mudah menarik minat konsumen dan mendorong keputusan pembelian.

3. (Santoso, 2019)

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kombinasi yang baik dari kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga yang sesuai dapat meningkatkan kepuasan konsumen, yang pada gilirannya berkontribusi pada loyalitas konsumen, seperti pembelian berulang dan rekomendasi positif.

4. Gilang Riki Ramadhana, Sugiyono (2022)

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kombinasi harga yang kompetitif, promosi yang efektif, dan pelayanan yang berkualitas dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada Café Nay Coffee, yang pada gilirannya dapat memperkuat loyalitas konsumen terhadap kafe tersebut.

5. Reforman Bago, Agus Sutardjo, Meri Dwi Anggraini (2022)

penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk yang baik di Café Els Coffee berkontribusi langsung terhadap peningkatan kepuasan konsumen. Kombinasi dari kedua faktor ini penting dalam menciptakan pengalaman yang memuaskan dan dapat membangun loyalitas konsumen di jangka panjang.

6. Monica Maria dan Muhammad Yusak Anshori.(2013)

penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan yang baik di King Cake memiliki dampak langsung pada tingkat kepuasan konsumen. Kombinasi kedua faktor ini dapat meningkatkan keinginan

konsumen untuk kembali dan merekomendasikan produk kepada orang lain.

7. Maslikhatul Aulia dan Imam Hidayat. (2017)

Penelitian menunjukkan bahwa kombinasi dari kualitas produk yang baik, pelayanan yang memuaskan, dan harga yang sesuai memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Amanda Brownies. Ketiga faktor ini bekerja bersama-sama untuk menciptakan pengalaman positif yang mendorong konsumen untuk terus membeli dan merekomendasikan produk tersebut.

8. Citra Savitri & Flora Patricia Anggela, 2020)

Penelitian terdahulu umumnya menggunakan metode kuantitatif dengan survei terhadap konsumen untuk mengukur sejauh mana ketiga faktor tersebut mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas produk, pelayanan, dan harga secara simultan maupun parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan roti bakar.

9. (Caron & Markusen, 2016a)

Hasil dari penelitian terdahulu sering kali menunjukkan bahwa baik kualitas produk maupun kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, baik secara simultan maupun parsial. Kepuasan ini berperan penting dalam membangun loyalitas konsumen dan citra positif pengembang perumahan.

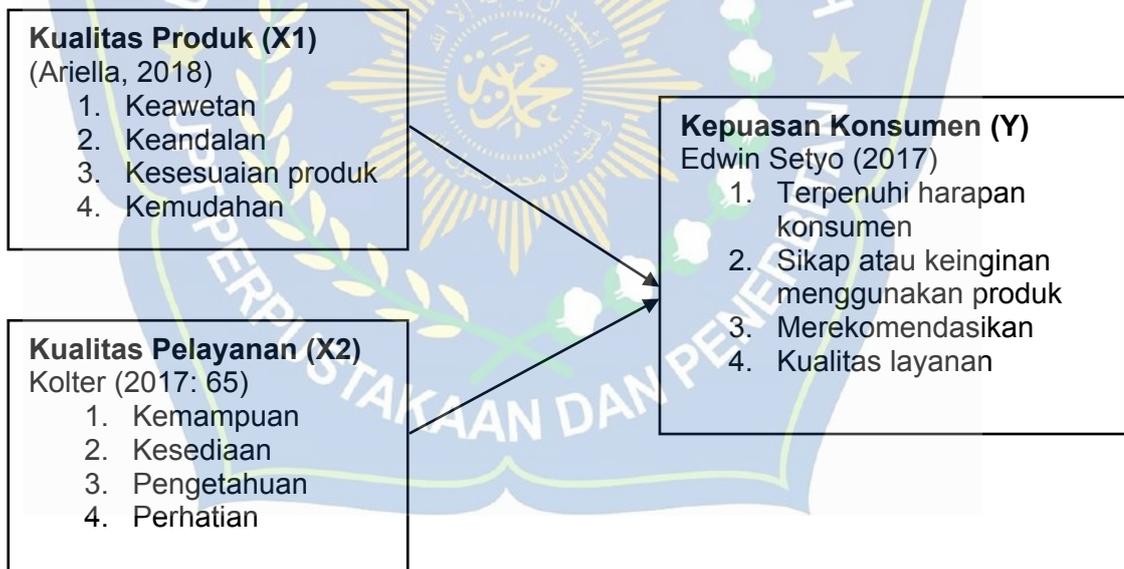
10. ftahul Jannah, Vina Meliana. (2022)

Penelitian terdahulu yang menggunakan metode survei atau kuesioner ini umumnya menunjukkan bahwa kualitas produk dan relationship marketing

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Keduanya secara bersama-sama maupun secara terpisah berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan, yang juga dapat berujung pada loyalitas pelanggan.

C. Kerangka Pikir

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting". Kerangka berpikir menjelaskan pola hubungan antara variabel yang ingin diteliti yaitu hubungan antara variabel independen (X) dan dependen (Y). (Andriani, 2022)



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu pernyataan atau pendapat sementara yang masih lemah atau kurang kebenarannya sehingga masih perlu dibuktikan atau suatu dugaan yang sifatnya masih sementara. (Caron & Markusen, 2016a)

Menurut Sugiyono (2018:223) Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah, yaitu yang menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.

Dalam penelitian ini Adapun hipotesis yang menjadi jawaban sementara adalah :

H1 : Diduga bahwa terdapat pengaruh positif signifikan dari kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada produk Yotta cabang samata Kabupaten Gowa

H2 : Diduga bahwa terdapat pengaruh positif signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada produk Yotta cabang Samata Kabupaten Gowa

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, menurut Sugiyono (2019:16-17) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/artistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif berarti penelitian yang telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode kuantitatif juga disebut metode discovery, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan sebagai iptek baru dengan data penelitian berupa angka-angka dan analisis statistik.

Menurut Sugiyono (2018, hlm.14) berpendapat bahwa pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dan pengambilan sampel secara random dengan pengumpulan data menggunakan instrumen, analisis data bersifat statistik.

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

1. Lokasi

Lokasi penelitian ini dilakukan di Yotta cabang samata Kabupaten Gowa, JL. H. M Yasin Limpo No. 63, Romangpolong, Kec. Somba Opu, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan 92113.

2. Waktu Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian ini direncanakan selama kurang lebih 2 bulan, mulai dari bulan Desember 2025 sampai dengan bulan Februari 2025

C. Jenis Dan Sumber Data

1. Jenis Data

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif. Menurut Handayani ((2020), 2020) data kuantitatif adalah data yang dapat diukur dan dihitung secara langsung, mengenai informasi atau penjelasan dalam bentuk angka atau statistik.

2. Sumber Data

Pada temuan ini jenis data yang digunakan ialah data kuantitatif. Data kuantitatif ialah data ataupun informasi yang di peroleh berbentuk data kuantitatif dan angka yang bisa di analisis melalui sistem statistik. Menurut Sugiyono (2022) menyebutkan bahwa terdapat dua jenis sumber data, antara lain:

a. Data Primer

Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. (Sugiono, 2019) Data ini asalnya

dari responden dalam penyebaran kuesioner online untuk seseorang yang pernah membeli Yotta cabang samata Kabupaten Gowa.

b. Data Sekunder

Data sekunder ialah sumber yang tidak langsung dimana memeri data untuk peneliti, data tersebut didapatkan dari sumber yang bisa memberikan dukungan penelitian seperti dari literatur dan dokumentasi. Peneliti mendapatkan data sekunder dari penelitian terdahulu, artikel, jurnal dan buku, situs internet, serta informasi lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

Sugiyono (2022)

D. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki ciri sama, bisa berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa, atau sesuatu yang akan diteliti. (Caron & Markusen, 2016b). Dalam penelitian ini populasi yang akan diteliti adalah seluruh konsumen Yotta cabang samata Kabupaten Gowa yang tidak diketahui jumlahnya secara pasti.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut sampel yang diambil dari populasi tersebut harus betul-betul representatif atau mewakili populasi yang diteliti. (Caron & Markusen, 2016b)

Menurut Sugiyono, (2017:81) sampel ialah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam penelitian ini penelitian menggunakan teknik *non-probability sampling* yaitu *accidental sampling*. *accidental sampling* adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2018 :120). Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 160 orang, Sampel dalam penelitian ini adalah orang atau konsumen yang kebetulan datang dan membeli produk Yotta Cabang Samata Kabupaten Gowa diwaktu peneliti sedang melakukan penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini membutuhkan pengumpulan data. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. (Sunandar; Farida, ida; Langgeng, 2019)

F. Definisi Operasional Variabel Dan Pengukuran

1. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiono (2019:221), definisi operasional variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya.

a. Kualitas Produk (X1)

Kualitas produk sebagaimana produk bisa berdaya saing dan mampu mempertahankan produknya dengan banyaknya pesaing, kualitas produk harus mampu ataupun memberikan kepercayaan kepada konsumen bahwa produk ini sesuai dengan harapan konsumen.

b. Kualitas Pelayanan (X2)

Kualitas pelayanan dimana kegiatan atau keinginan yang harus tercapai pada Perusahaan agar dapat mempengaruhi konsumen akan pengalaman berkunjung

c. Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan konsumen adalah dimana konsumen merasakan apa yang dinginkannya itu terpenuhi, dan apa yang menjadi pemikirannya itu benar-benar terjadi pada suatu perusahaan.

2. Pengukuran Variabel

Menurut Sugiyono (2014:132) skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena. Menurut Sugiyono (2014:133), "Jawaban setiap Negative yang menggunakan skala likert

mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat Negative, yang dapat berupa kata-kata kemudian diberi skor, yaitu:

Tabel 3.1 Skala likert

Pertanyaan	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2014:133)

Mengacu pada ketentuan tersebut, instrumen penelitian yang menggunakan likert dapat dibuat dalam bentuk pengisian skor pada kolom kuesioner dan dapat dihitung skornya, kemudian ditabulasikan untuk menguji validitas dan reliabilitas data.

G. Metode Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah metode penelitian dengan cara mengumpulkan data-data sesuai dengan yang sebenarnya kemudian data-data tersebut disusun, diolah dan dianalisis untuk dapat memberikan gambaran mengenai masalah yang ada. (Johnson et al., 2010) Pada analisis deskriptif data biasanya ditampilkan dalam bentuk tabel biasa atau tabel frekuensi, grafik, diagram batang, diagram garis, diagram lingkaran, ukuran pemusatan data, ukuran penyebaran data dan sebagainya (Sugiyono, 2010).

2. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. (Sugiono, 2019) Suatu instrumen dinyatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Pengujian validitas adalah pengujian yang ditujukan untuk mengetahui suatu data dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan. Sugiyono(2014:121) menyatakan bahwa instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Uji validitas instrumen yang digunakan adalah validitas isi dengan analisis item, yaitu dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor butir instrumen dengan skor total. Kriteria pengambilan keputusan valid tidaknya suatu kuesioner menurut Sugiono (2003:13) adalah:

- 1) Kalau r hitung $>$ r tabel maka kuesioner tersebut dinyatakan valid.
- 2) Kalau r hitung $<$ r tabel maka kuesioner tersebut tidak valid.

Metode yang digunakan untuk mengukur validitas data adalah dengan melihat nilai Corrected Item Total Correlation sebagai r hitung pada perhitungan menggunakan program statistik (SPSS)

b. Uji Reabilitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana konsistensi dari suatu instrumen penelitian. Suatu kuesioner dikatakan reliabel, apabila jawaban responden terhadap pertanyaan tersebut konsisten dari waktu ke waktu. Hasil uji ini akan dinyatakan dalam koefisien alpha, yang berkisar antara angka 0 s.d.1. Semakin mendekati 1 sebuah alat ukur dikatakan semakin reliabel dan sebaliknya.

Menurut Sekaran (2000) Membagi tingkatan reliabilitas dengan kriteria melihat nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,60. Dengan kriteria tingkatan reliabilitas sebagai berikut:

- 1) Jika nilai alpha atau r hitung 0,8 – 1,0 maka dikatakan reliabilitas baik.
- 2) Jika nilai alpha atau r hitung 0,6 – 0,799 maka dikatakan reliabilitas diterima.
- 3) Jika nilai alpha atau r hitung kurang dari 0,6 maka dikatakan reliabilitas kurang baik.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk menguji apakah data yang telah dikumpulkan oleh peneliti memiliki kualitas yang baik. Jika data yang telah dikumpulkan sudah memenuhi seluruh kriteria asumsi klasik, maka data yang ada termasuk dalam kategori data yang baik. (Caron

& Markusen, 2016a) Dilakukan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi tidak bias dan konsisten. Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan adalah:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas menurut Ghozali (2018: 161) bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi, variabel pengganggu atau residual yang dihasilkan. Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal (Agussalim, 2015). Menurut Saragih Santoso (2012), dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah didalam model regresi ditemukan ada atau tidaknya korelasi antara variabel bebas. Jika terjadi korelasi maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen, jika terbukti ada multikolinieritas seharusnya salah satu independen yang ada dikeluarkan dari model, lalau pembuatan model regresi diulang kembali (Saragih Santoso, 2012). Untuk menguji ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari besaran Variance Infaltion Faktor(VIF) dan Tolerance. Pedoman suatu regresi yang bebas multikolinieritas adalah mempunyai angka tolerancemendekati 1.

Batas vif adalah 10, jika nilai VIF dibawah 10, maka tidak terjadi gejala multikolinieritas (Gujarati, 2012).

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:120) uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Kebanyakan data crosssection mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar).

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk melakukan uji heteroskedastisitas, yaitu uji grafik plot, uji park, uji glejser, dan uji white. Pengujian pada penelitian ini menggunakan Grafik Plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. (Imam Ghozali, 2011: 139-143).

4. Analisis Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, bila bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). (Alkalah, 2016)

Regresi Linear Berganda adalah model regresi linear dengan melibatkan lebih dari satu variable bebas atau predictor. Dalam bahasa inggris, istilah ini disebut dengan multiple linear regression. Diasumsikan bahwa yang menjadi objek dalam penelitian adalah Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan.

Dalam hal ini, ada dua variable bebas dan satu variable terikat. Dengan demikian, Regresi Linier Berganda dinyatakan dalam persamaan matematika sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

X₁, X₂ = Kualitas produk, kualitas pelayanan

a = Konstanta

b₁, b₂, b₃ = Koefisien Regresi

e = Variabel Pengganggu

H. Uji Hipotesis Penelitian

Pengujian Hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji t dan uji f berikut penjelasan dari masing-masing analisis data:

1. Uji T

Menurut Sugiyono (2018:223) Uji t merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah, yaitu yang menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Rancangan pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui korelasi dari kedua variabel yang di teliti.

Pengujian hipotesis menggunakan tingkat signifikan sebesar 0,05 (5%) atau tingkat keyakinan sebesar 0,95 (95%). Dengan cara pengambilan keputusan :

1. Bila t statistik signifikan $> 0,05$, maka H_0 diterima.
2. Bila t statistik signifikan $< 0,05$, maka H_0 ditolak.

2. Uji F

Uji F Menurut Ghozali (2021:148) Uji F disini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) secara bersama–sama berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen). Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independent yang dimasukan kedalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini uji F menggunakan program SPSS (Statistical Program and Service Solution)

Kreteria pengambilan keputusan :

1. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima
2. Menentukan F_{tabel} yaitu $(k ; n-k)$
3. Jika nilai $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak Jika nilai $sig > 0,05$ maka H_0 diterima
4. Kesimpulan



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Yotta atau bisa dikenal dengan Yotta id adalah usaha yang menjual minuman olahan susu dalam bentuk jus. Usaha ini pertama dibuka pada tahun 2015. Berawal dari tugas kelompok mata kuliah Kewirausahaan, Adrian Yudistira 1993 Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Negeri Makassar membuat rencana usaha. Pada awalnya merek minuman kekinian ini hadir karena tugas dari kampus. Adrian Yudistira Purwanto dan kawan-kawan sebagai mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Negeri Makassar saat itu berinisiatif untuk membuat produk layak jual. Dulunya, YOTTA! menjual yoghurt tapi. Namun seiring berjalannya waktu barulah beralih ke produk minuman dengan beragam varian.

Pemilihan nama Yotta Milk itu sendiri diambil dari kata yatta yang berasal dari bahasa Jepang yang berarti berhasil. Modal awal usaha tersebut sebesar Rp.8.500.000, modal awal adalah modal yang dikeluarkan secara pribadi oleh pemilik usaha. Seiring berjalannya waktu, usaha Yotta Milk semakin berkembang.

2. Visi Misi

a. Visi

“Menjadi pemimpin perusahaan minuman olahan yang berkualitas di Indonesia Timur dengan konsep perusahaan spiritual.”

b. Misi

1. Menciptakan produk yang halal, inovatif, dan higienis, dengan standar Quality Control.
2. Menciptakan SDM yang berkualitas melalui penggajian potensi dan pengembangan keahlian yang inovatif dan berstandar, serta menjaga kualitas taraf hidup karyawan.
3. Memberikan pelayanan terbaik dengan melebihi ekspektasi pelanggan
4. Menciptakan hubungan Kerjasama yang berlandaskan nilai-nilai integritas dengan Mitra dengan Suplier.
5. Mengikuti perkembangan teknologi yang meningkatkan standar produk dan layanan produksi

B. Penyajian Data Hasil Penelitian**1. Analisis Deskriptif****a. Deskripsi Responden Penelitian**

Penelitian ini dilakukan untuk menguji seberapa besar pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen pada Produk Yotta Cabang Samta Kabupaten Gowa Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 160 orang konsumen Yotta Cabang Samata Kabupaten Gowa dalam penelitian ini. Deskripsi responden dikategorikan dalam data berikut ini.

1. Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
Laki-Laki	64	40,0%
Perempuan	96	60,0%
Total	160	100%

Sumber : olah data primer 2025

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 96 orang dan minoritas berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah 64 orang.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Presentase
17-19	24	15,0%
20-25	134	83,8%
26-30	2	1,3%
Total	160	100%

Sumber : Data primer 2025

Berdasarkan tabel 4.2 Sebagian besar responden dalam penelitian ini didominasi oleh usia 20-25 tahun, dengan presentase sebesar 83,8% atau 134 orang. Responden dengan usia 17-19 tahun dengan presentase 15,0% atau 24 orang. Responden dengan usia 26-30 dengan presentase 1,37% atau 2 orang.

b. Analisis Deskripsi Variabel Penelitian

1. Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X1)

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap kualitas produk dengan 160 responden pada Produk Yotta Cabang Samata Kabupaten gowa melalui penyebaran kuesioner, untuk mendapatkan jawaban responden terhadap masing-masing variabel akan di dasarkan pada skor sebagaimana pada lampiran.

Hasil dari jawaban variabel Kualitas Produk di jelaskan pada table berikut.

Tabel 4.3
Tanggapan Responden Terkait Kualitas Produk

Indikator	Skor Jawaban Responden										Mean
	1		2		3		4		5		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X1.1			1	0,6	8	5,0	108	67,5	46	26,9	4.21
X1.2					13	8,1	108	67,5	39	24,4	4.16
X1.3					20	12,5	90	56,3	50	31,3	4.19
X1.4			1	0,6	13	8,1	92	57,5	54	33,8	4.24
X1.5					13	8,1	88	55,0	59	36,9	4.29
X1.6			1	0,6	6	3,8	104	65,0	49	30,6	4.26
X1.7					7	4,4	89	55,6	64	40,0	4.36
X1.8			2	1,3	8	5,0	89	55,6	61	38,1	4.31
X1											
RATA – RATA VARIABEL KUALITAS PRODUK											4.25

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 30

Berdasarkan tabel 4.3 diatas tentang jawaban mengenai kualitas produk dapat diketahui bahwa nilai rata-rata kualitas produk adalah sebesar 4.25. kualitas produk sebagai variable independen memuat 8 pernyataan dengan X1.7 sebagai indikator dengan nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,36 dan X1.2 sebagai indikator dengan nilai rata-rata terendah sebesar 4,16.

2. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Tabel 4.4
Tanggapan Responden Terkait Kualitas Pelayanan

Indikator	Skor Jawaban Responden										Mean
	1		2		3		4		5		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X2.1					1	0,6	112	70,0	47	29,4	4.29
X2.2					2	1,3	120	75,0	38	23,8	4.23
X2.3					5	3,1	109	68,1	46	28,7	4.26
X2.4					3	1,9	105	65,6	52	32,5	4.31
X2.5					1	0,6	109	68,1	50	31,3	4.31
X2.6					3	1,9	199	74,4	38	23,8	4.22
X2.7					7	4,4	91	56,9	62	38,8	4.34
X2.8					3	1,9	103	64,4	54	33,8	4.32
X2											
RATA – RATA VARIABEL KUALITAS PELAYANAN											4,28

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 30

Berdasarkan tabel 4.4 diatas tentang jawaban mengenai kualitas pelayanan dapat diketahui bahwa nilai rata-rata kualitas pelayanan adalah sebesar 4.28. kualitas pelayanan sebagai variable independen memuat 8 pernyataan dengan

X2.7 sebagai indikator dengan nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,34 dan X2.6 sebagai indikator dengan nilai rata-rata terendah sebesar 4,22.

3. Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 4.5
Tanggapan Responden Terkait Kepuasan Konsumen

Indikator	Skor Jawaban Responden										Mean
	1		2		3		4		5		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Y.1					4	2,5	111	69,4	45	28,1	4.26
Y.2					6	3,8	106	66,3	48	30,0	4.26
Y.3					7	4,4	94	58,8	59	36,9	4.33
Y.4					8	5,0	105	65,6	47	29,4	4.24
Y.5					6	3,8	99	61,9	55	34,4	4.31
Y.6					5	3,1	101	63,1	54	33,8	4.31
Y.7					5	3,1	98	61,3	57	35,6	4.33
Y.8					5	3,1	97	60,6	58	36,3	4.33
Y											
RATA – RATA VARIABEL KEPUASAN KONSUMEN											4,30

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 30

Berdasarkan tabel 4.5 diatas tentang jawaban responden mengenai Kepuasan konsumen dapat diketahui bahwa nilai rata-rata kepuasan konsumen adalah sebesar 4,30. Kepuasan konsumen sebagai variable dependen memuat 8 pernyataan dengan Y.3 sebagai indikator dengan nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,33 dan Y.4 sebagai indikator dengan nilai rata-rata terendah sebesar 4,24.

2. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Terdapat tiga variabel untuk melakukan uji validitas yaitu Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kepuasan Konsumen dilihat dari tabel ItemTotal Statistics. Nilai tersebut dibandingkan dengan nilai r hitung $>$ r tabel atau dapat juga dengan nilai $\text{chronbath } \alpha >$ standar kritis α , maka dikatakan valid. Dalam penelitian ini untuk menghitung tingkat validitasnya dilakukan dengan menggunakan software alat bantu program *Statistical Package for Social Science* (SPSS) for window versi 30, sehingga dapat diketahui nilai dari kuesioner pada setiap variabel bebas. Kriteria atau syarat keputusan suatu instrumen dikatakan valid dan tidaknya menurut Sugiyono (2017:173) yaitu dengan membandingkan antara nilai r hitung dengan r tabel dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen dikatakan valid,

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen dikatakan tidak valid.

1. Kualitas Produk (X1)

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

No.	Item Pernyataan (X1)	R Hitung	R Tabel (df=N-2) Taraf signifikan	Keterangan
1	X1.1	0, 591	0, 203	Valid
2	X1.2	0, 623	0, 203	Valid
3	X1.3	0, 632	0, 203	Valid
4	X1.4	0, 610	0, 203	Valid
5	X1.5	0, 513	0, 203	Valid
6	X1.6	0, 548	0, 203	Valid
7	X1.7	0, 572	0, 203	Valid
8	X1.8	0, 661	0, 203	Valid

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 30

Berdasarkan tabel 4.6 uji validitas, semua pernyataan pada variabel kualitas produk (X1) dinyatakan valid, karena r hitung lebih besar dari r tabel (0,203).

2. Kualitas Pelayanan (X2)

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

No.	Item Pernyataan (X1)	R Hitung	R Tabel (df=N-2) Taraf signifikan	Keterangan
1	X2.1	0,660	0,203	Valid
2	X2.2	0,513	0,203	Valid
3	X2.3	0,689	0,203	Valid
4	X2.4	0,606	0,203	Valid
5	X2.5	0,537	0,203	Valid
6	X2.6	0,562	0,203	Valid
7	X2.7	0,644	0,203	Valid
8	X2.8	0,699	0,203	Valid

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 30

Berdasarkan tabel 4.7 uji validitas, semua pernyataan pada variabel kualitas pelayanan (X2) dinyatakan valid, karena r hitung lebih besar dari r tabel (0,203).

3. Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen

No.	Item Pernyataan (X1)	R Hitung	R Tabel (df=N-2) Taraf signifikan	Keterangan
1	Y.1	0,555	0,203	Valid
2	Y.2	0,652	0,203	Valid
3	Y.3	0,582	0,203	Valid
4	Y.4	0,563	0,203	Valid
5	Y.5	0,648	0,203	Valid
6	Y.6	0,720	0,203	Valid
7	Y.7	0,642	0,203	Valid
8	Y.8	0,611	0,203	Valid

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 30

Berdasarkan tabel 4.8 uji validitas, semua pernyataan pada variabel kepuasan konsumen (Y) dinyatakan valid, karena r hitung lebih besar dari r tabel (0,203).

Berdasarkan hasil analisis uji validitas, nilai r hitung dari semua pernyataan dalam kuesioner lebih besar daripada r tabel. Hal ini menunjukkan bahwa setiap pernyataan dalam kuesioner mampu secara akurat mengukur variabel yang diteliti, yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen pada produk Yotta Cabang Samata Kabupaten Gowa. Dengan kata lain, seluruh pernyataan tersebut valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian yang andal untuk menggambarkan variabel-variabel tersebut secara tepat.

b. Uji Reabilitas

Jika jawaban responden terhadap suatu kuesioner adalah konstan dan konsisten dari waktu ke waktu, maka kuesioner tersebut dapat dianggap reliable. Menurut Sekaran Membagi tingkatan reliabilitas dengan kriteria melihat nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,60. Dengan kriteria tingkatan reliabilitas sebagai berikut: Jika nilai alpha atau r hitung 0,8 – 1,0 maka dikatakan reliabilitas baik.

Tabel 4.9
Uji Reabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Standar Reliabel	Keterangan
Kualitas Produk	0,737	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,779	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,773	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Data SPSS 30

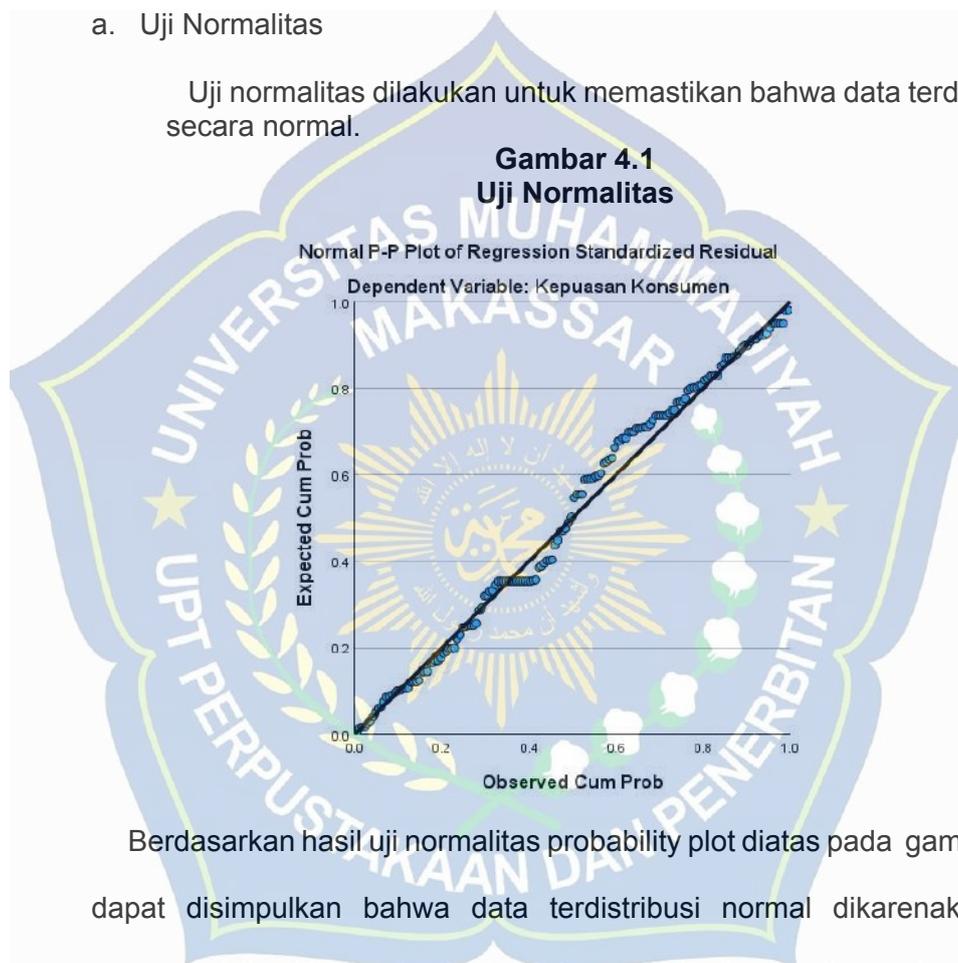
Variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen adalah tiga variabel yang dari hasil uji reliabilitas diatas memiliki nilai Cronbanch Alpha $> 0,60$, yang mengindikasikan bahwa indikator-indikator tersebut dianggap reliabel atau dapat dipercaya sebagai alat ukur.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk memastikan bahwa data terdistribusi secara normal.

Gambar 4.1
Uji Normalitas



Berdasarkan hasil uji normalitas probability plot diatas pada gambar 4.1 dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal dikarenakan titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi adanya hubungan linear yang tinggi antara variabel independen. Berdasarkan nilai Tolerance dan VIF, dapat dilihat apakah terdapat indikasi multikolinearitas.

Tabel 4.10
Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Produk	0.482	2.074
	Kualitas Pelayanan	0.482	2.074

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

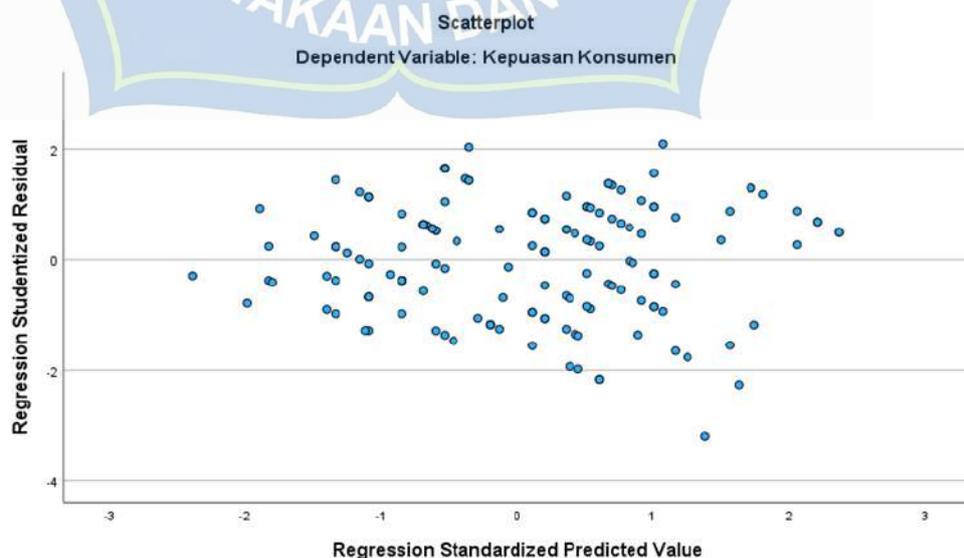
Sumber : Hasil Data SPSS 30

Berdasarkan tabel 4.10 tersebut, terlihat bahwa Nilai Tolerance untuk semua variabel independen (Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan) lebih besar dari 0.10. Nilai VIF untuk semua variabel independen kurang dari 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas yang signifikan dalam model regresi ini.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah varians residual bersifat homogen atau tidak.

Gambar 4.2
Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan gambar 4.2 Titik-titik dalam scatterplot terlihat tersebar secara acak di sekitar garis nol pada sumbu vertikal. Ini mengindikasikan bahwa varians residual cenderung konstan di seluruh rentang nilai prediksi. Terdapat beberapa titik yang berada relatif jauh dari kumpulan titik lainnya (outlier). Dari penilaian visual scatterplot, tampaknya asumsi homoskedastisitas (tidak adanya heteroskedastisitas) terpenuhi.

4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara variabel bebas Kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap variabel terikat Kepuasan konsumen (Y). Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.11
Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6.338	1.889		3.354	<,001
	Kualitas Produk	0.503	0.068	0.535	7.393	<,001
	Kualitas Pelayanan	0.318	0.077	0.298	4.114	<,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil Data SPSS 30

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 6.338 + 0.503X_1 + 0.318X_2$$

Keterangan:

- a. 6.338: Nilai konstanta, artinya jika variabel X_1 (Kualitas produk) dan X_2 (Kualitas Pelayanan) bernilai 0, maka rata-rata Kepuasan Konsumen adalah 6.338.
- b. 0.503: Koefisien variabel Kualitas produk (X_1), artinya setiap peningkatan 1 unit pada Kualitas produk akan meningkatkan Kepuasan konsumen sebesar 0.503, dengan asumsi variabel lainnya tetap.
- c. 0.318: Koefisien variabel Kualitas pelayanan (X_2), artinya setiap peningkatan 1 unit pada Kualitas pelayanan akan meningkatkan Kepuasan konsumen sebesar 0.318, dengan asumsi variabel lainnya tetap.

Dari hasil analisis regresi linier berganda ini, dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen.

5. Uji Hipotesis

- a. Uji t

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan nilai t dan p, akan dianalisis apakah variabel independen memiliki pengaruh signifikan.

Tabel 4.12
Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.338	1.889		3.354	<,001
	Kualitas Produk	0.503	0.068	0.535	7.393	<,001
	Kualitas Pelayanan	0.318	0.077	0.298	4.114	<,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil Data SPSS 30

Berdasarkan tabel 4.12 Nilai konstanta adalah 6.338. Ini berarti bahwa ketika semua variabel independen bernilai nol, rata-rata Kepuasan Konsumen adalah 6.338. Nilai Sig. (<,001) menunjukkan bahwa konstanta ini signifikan secara statistik. Nilai Sig. (<,001) menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara signifikan memengaruhi Kepuasan Konsumen.

b. Uji f

Uji F bertujuan untuk menentukan apakah variabel-variabel independen (bebas) secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (terikat).

Tabel 4.13
Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	665.778	2	332.889	119.619	<,001 ^b
	Residual	436.916	157	2.783		
	Total	1102.694	159			
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk						

Sumber : Hasil Data SPSS 30

Berdasarkan tabel 4.13 Nilai Sig. (p-value) adalah <,001, yang jauh lebih kecil dari tingkat signifikansi yang umum digunakan (misalnya, 0,05). Dengan kata lain, model regresi secara keseluruhan signifikan secara statistik. Ini menunjukkan bahwa variabel-variabel independen (Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan) secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Kepuasan Konsumen).

C. Analisis dan Interpretasi Data (Pembahasan)

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Produk Yotta Cabang Samata Kabupaten Gowa. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa baik kualitas produk maupun kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada produk Yotta Cabang Samata Kabupaten Gowa. Berikut adalah pembahasan mengenai hasil penelitian ini:

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas produk dapat disimpulkan bahwa suatu keadaan konsumen merasa cocok dengan suatu produk atau sesuai dengan keinginan yang diharapkan untuk memenuhi kebutuhannya (Eranto., 2024). Menurut Kotler dan Armstrong (2019:272) Kualitas produk adalah salah satu sarana positioning utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk oleh karena itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Konsumen cenderung memilih produk yang berkualitas, semakin tinggi kualitas produk semakin tinggi kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini didukung oleh Kotler dan Keller (2020), kualitas produk adalah faktor yang menentukan tingkat kepuasan konsumen. Jika produk memiliki kualitas yang baik maka memenuhi atau melebihi harapan konsumen, maka tingkat kepuasan akan meningkat. Penelitian yang dilakukan (Agus Dwi Cahya et al., 2021) Menunjukkan bahwa Kualitas

produk berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan pembelian minuman yotta samata Gowa. Produk yang memiliki kualitas baik akan lebih mudah menarik minat konsumen dan mendorong keputusan konsumen.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan produk maupun jasa yang diharapkan atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Tjiptono (2012:125), menyatakan dengan memperhatikan kualitas pelayanan kepada konsumen, akan meningkatkan indeks kepuasan konsumen. Tingkat kualitas yang lebih tinggi menghasilkan tingkat kepuasan konsumen yang lebih tinggi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan memperhatikan kualitas pelayanan kepada pelanggan, akan meningkatkan indeks kepuasan pelanggan yang diukur dengan dimensi kualitas pelayanan

Hasil penelitian ini didukung oleh Kotler dan Keller (2020), kualitas layanan adalah faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan konsumen. Jika memiliki kualitas layanan yang diharapkan akan memenuhi atau melebihi harapan konsumen, maka tingkat kepuasan akan meningkat. Penelitian yang dilakukan Maslikhatul Aulia dan Imam Hidayat. (2017). Penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang memuaskan memiliki dampak yang positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Amanda Brownies.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Produk Yotta Cabang Samata Kabupaten Gowa dan apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada konsumen Yotta Cabang Samata Kabupaten Gowa.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Produk Yotta Cabang Samata Kabupaten Gowa. Produk yang baik memiliki daya tahan, keandalan, dan ketepatan memiliki pengaruh signifikan dalam meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Pada Produk Yotta Cabang Samata Kabupaten Gowa. Pelayanan dengan mementingkan aspek pengetahuan, kesediaan, dan perhatian memiliki pengaruh signifikan dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

B. Saran

Berdasarkan Berdasarkan hasil penelitian, maka saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Disarankan bagi tempat penelitian yaitu :
 - a. Dengan adanya penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan untuk peningkatan kualitas produk, peningkatan yang harus dilakukan diantaranya dari segi peningkatan rasa, ketahanan produk dan varian rasa agar diperbanyak.
 - b. Dan juga tentunya kualitas pelayanan yang tidak kalah penting juga untuk terus dimaksimalkan untuk menyenangkan konsumen raut wajah, sapaan, etika, dan cara komunikasi untuk lebih di tingkatkan karena dengan meningkatnya kualitas produk dan kualitas pelayanan maka akan berbanding lurus dengan tingkat kepuasan konsumen.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan menggunakan variabel lain ataupun menambah variabel yang akan diteliti agar memperoleh hasil yang lebih bervariasi yang lebih berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z., & Sofyan, A. (2022). Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Era Digital Pada Masa Sekarang. *Khidmatussifa: Journal of Islamic Studies*, 2(1), 11–16. <https://doi.org/10.56146/khidmatussifa.v2i1.76>
- Agus Dwi Cahya, Muinah Fadhilah, Sahilah, & Karyaningsih. (2021). Transformasi Manageria Transformasi Manageria. *Journal Of Islamic Education Management*, 2(1), 57–72. <https://doi.org/10.47476/manageria.v3i1.2471>
- Andriani, S. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Ekonomi Dan Manajemen*, 1–23.
- Ariella, R. I. (2018). "Pengaruh kualitas produk, harga produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian Konsumen Mazelnid." *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 215–221.
- Bago, R., Sutardjo, A., & Anggraini, M. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Els Coffe Di Padang. *Jurnal Matua*, 4(2), 215–226. <https://ejournal-unespadang.ac.id/index.php/MJ/article/view/571>
- Basri, H., Yulian Ma'mun, M., & Malihah, L. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(1), 99–113. <https://doi.org/10.56799/jceki.v3i1.2284>
- Citra Savitri, & Flora Patricia Anggela. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Xxx. *Buana Ilmu*, 4(2), 234–252. <https://doi.org/10.36805/bi.v4i2.1137>
- Diza, F., Moniharapon, S., & Ogi, I. W. J. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT. FIFGROUP Cabang Manado). *Jurnal EMBA*, 4(1), 109–119.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/11568>

Harga, D. A. N., & Kepuasan, T. (2020). *Abstrak*. 01(01), 1–14.

(2020), H. & R. (2020). Bab Iii Metode Penelitian. *Suparyanto Dan Rosad (2015,* 5(3), 248–253.

Jurnal, A., Administrasi, I., Manajemen, D. A. N., Amni, S., Budiyantri, H., Haeruddin, I. W., Musa, I., & Aswar, N. F. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk , Promosi dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Yotta di Kota Makassar berupa evaluasi purna beli terhadap suatu barang atau jasa yang tergantung pada persepsi dan harapan penting dalam bisnis adalah strategi harga*. 8(2), 40–55.

Konsumen, K., Produk, P., Nabati, W., Toko, D. I., Di, Z., & Penelitian, S. (2024). *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada produk wafer nabati di toko zaina di sampit*. 9(2), 175–181.

Mathematics, A. (2016). *Bab II tinjauan pustaka, teori kepuasan konsumen*. 1–23.

Nugrah, Latief, F., & Agunawan. (2023). Pengaruh Celebrity Endorse dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Minuman YOTTA. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 71–80. <https://ejournal.nobel.ac.id/index.php/malomo/article/download/3449/1725>

Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>

- Pally, N. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Jawa Indah Kalabahi Kabupaten Alor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Oktober, 2023(20)*, 537–552. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8429948>
- Pramuditya Saputra, A. (2021). Pengaruh Tunjangan Kinerja Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai Di Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia (Lpp Rri) Malang. *Library STIE MCE*, 23–30. <http://repository.stie-mce.ac.id/id/eprint/1487>
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Sugiono. (2019). Bab iii metoda penelitian. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3, – 9.
- Sunandar; Farida, ida; Langgeng, A. (2019). Metodologi Penelitian. Dalam Metodologi Penelitian. *Metodologi Kep*, 7, 22–34.
- Tijjang, B. (2020). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Amsir Management Journal*, 1(1), 46–58. <https://doi.org/10.56341/amj.v1i1.202>



LAMPIRAN 1 : KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK YOTTA CABANG SAMATA KABUPATEN GOWA

Assalamualikum Warahmatulahi Wabarakatu

Saya Faizal mahasiswa dari Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Saat ini sedang melakukan penelitian yang berfokus pada bidang pemasaran, judul penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Yotta Cabang Samata Kabupaten Gowa”** Demi tercapainya tujuan penelitian ini saya mengharapkan ketersediaan dari saudara/i sekalian untuk menjawab pertanyaan yang terdapat didalam kuesioner ini dengan lengkap dan benar. Atas kesediaan Saudara/i sekalian dalam menjawab kuesioner ini, *Syukron Jazakumullahu Khair.*

Billahi Fii Sabilil Haq Fastabiqul Khaerat

Wassalamualaikum Warahmatulahi Wabarakatu

Petunjuk Pengisian

Pada pernyataan dibawah ini, anda dimohon untuk mengisi pernyataan-pernyataan tersebut dengan memberikan tanda centang (✓) pada pilihan jawaban yang tersedia.

Identitas Responden

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin :

<input type="checkbox"/> Laki-Laki	<input type="checkbox"/> Perempuan
------------------------------------	------------------------------------
3. Usia :

Petunjuk Pengisian

Silahkan anda pilih jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi yang ada dengan memberikan tanda (✓) pada pilihan jawaban yang tersedia.

Keterangan :

Sangat Setuju = Skor 5

Setuju = Skor 4

Kurang Setuju = Skor 3

Tidak Setuju = Skor 2

Sangat Tidak Setuju = Skor 1

DAFTAR PERNYATAAN

1. VARIABEL KUALITAS PRODUK (X1)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
	NILAI TARGET	1	2	3	4	5
Keawaten						
1	Produk Yotta cabang samata kabupaten Gowa tidak mudah rusak					
2	Keawetan Produk Yotta Cabang Samata Kabupaten Gowa sesuai dengan harapan saya					
Keandalan						
1	Produk Yotta cabang samata kabupaten Gowa selalu tersedia ketika saya membutuhkannya					
2	Produk Yotta cabang samata kabupaten Gowa selalu konsisten dalam hal kualitas dan rasa					
Kesesuaian produk						
1	Produk Yotta Cabang Samata Kabupaten Gowa sesuai dengan selera saya					

2	Saya merasa puas dengan rasa dan tekstur produk Yotta Cabang Samata Kabupaten Gowa					
Kemudahan						
1	Produk Yotta cabang samata kabupaten Gowa dapat diperoleh secara online maupun offline					
2	Saya dapat dengan mudah memesan produk Yotta Cabang Samata Kabupaten Gowa					

2. VARIABEL KUALITAS PELAYANAN (X2)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
	NILAI TARGET	1	2	3	4	5
Kemampuan						
1	Karyawan Yotta cabang samata kabupaten Gowa mampu berkomunikasi dengan baik kepada konsumen					
2	Pelayanan karyawan Yotta cabang samata kabupaten Gowa tepat waktu					
Kesediaan						
1	Karyawan menginformasikan atau menawarkan promo-promo yang ada di Yotta cabang samata kabupaten Gowa					
2	Karyawan Yotta cabang samata kabupaten Gowa sigap dalam melayani konsumen					
Pengetahuan						
1	Karyawan Yotta cabang samata kabupaten Gowa tanggap dalam menjelaskan produk yang tidak diketahui konsumen					
2	Karyawan Yotta cabang samata kabupaten Gowa memiliki pengetahuan tentang produknya					
Perhatian						
1	Karyawan Yotta cabang samata kabupaten Gowa memberikan sapaan kepada konsumen					
2	Karyawan Yotta cabang samata kabupaten Gowa melayani dengan ramah					

3. VARIABEL KEPUASAN KONSUMEN (Y)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
	NILAI TARGET	1	2	3	4	5
Terpenuhi harapan konsumen						
1	Pilihan menu di Yotta Cabang samata kabupaten Gowa sesuai dengan ekspektasi anda					

2	Produk Yotta Cabang samata kabupaten Gowa memiliki cita rasa yang sesuai dengan harapan anda					
Sikap atau keinginan menggunakan produk						
1	Saya merasa nyaman ketika mengonsumsi produk Yotta Cabang Samata Kabupaten Gowa secara terus menerus					
2	Saya memiliki keinginan untuk terus mengonsumsi produk Yotta Cabang Samata Kabupaten Gowa					
Merekomendasikan						
1	Saya merekomendasikan Yotta cabang samata kabupaten Gowa jika seseorang meminta rekomendasi produk minuman/makanan					
2	Produk Yotta cabang samata kabupaten Gowa memiliki kualitas yang baik untuk direkomendasikan					
Kualitas layanan						
1	Saya merasa puas dengan kinerja karyawan Yotta cabang Samata kabupaten Gowa					
2	Saya merasa puas dengan keramahan karyawan Yotta cabang samata kabupaten Gowa					



LAMPIRAN 2 : TABULASI DATA KUESIONER

1. Tabulasi Data Kuesioner Responden/Konsumen

KUALITAS PRODUK (X1)								TOTAL
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	
5	4	4	4	5	4	4	4	34
5	4	5	4	4	4	5	4	35
4	4	5	4	5	4	5	5	36
4	4	3	4	5	4	5	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	5	5	5	4	4	35
4	4	3	4	5	4	4	4	32
4	4	4	5	4	3	4	4	32
4	4	4	5	5	5	5	5	37
5	4	4	5	4	4	4	4	34
4	3	4	4	4	5	4	4	32
5	4	4	4	3	4	4	4	32
4	4	4	4	5	4	5	4	34
4	4	5	4	5	4	4	5	35
5	5	5	4	5	5	4	5	38
3	3	4	4	4	4	4	4	30
4	4	5	4	3	4	4	4	32
4	5	4	4	5	5	5	5	37
4	4	5	4	4	5	4	4	34
4	4	3	4	4	4	4	5	32
4	4	5	4	5	4	4	5	35
4	4	5	4	4	4	4	4	33
5	4	4	3	4	5	4	5	34
4	5	4	5	4	4	5	4	35
4	4	3	4	3	5	4	5	32
4	4	4	3	4	5	4	4	32
4	4	5	4	4	5	5	5	36
4	4	4	3	4	5	4	4	32
4	4	4	4	4	4	3	4	31
4	4	3	4	5	4	4	2	30
4	4	5	4	3	4	4	4	32
4	4	3	4	5	4	3	4	31
4	4	4	5	5	5	5	5	37
4	4	4	4	3	4	4	4	31
4	4	4	4	4	3	5	4	32

5	5	4	5	5	5	5	5	39
4	4	4	5	5	4	4	3	33
4	3	4	5	3	4	5	4	32
4	4	4	3	4	4	4	3	30
5	4	5	5	4	5	5	5	38
3	4	4	5	4	5	5	5	35
3	4	4	4	4	5	4	3	31
4	3	4	4	5	4	4	5	33
4	4	4	5	5	4	4	5	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	5	5	5	5	4	5	38
4	4	4	3	4	4	5	5	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	5	5	4	5	5	4	36
4	3	4	4	4	4	4	4	31
2	4	4	4	4	4	4	4	30
4	4	5	4	4	4	4	5	34
4	4	4	5	4	4	5	4	34
5	5	5	4	4	4	5	5	37
4	3	4	3	3	4	4	3	28
4	3	4	4	3	4	4	2	28
4	4	5	4	5	4	4	5	35
4	4	4	4	4	3	3	5	31
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	5	5	4	5	5	4	36
3	4	4	4	4	3	4	4	30
4	4	4	4	3	4	5	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	5	5	4	4	34
4	4	4	3	5	4	5	3	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	3	4	4	5	32
4	4	3	4	5	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	4	5	4	4	3	4	31
4	5	3	4	4	5	3	4	32
4	4	5	5	5	4	5	5	37
4	3	4	4	4	4	4	5	32
4	4	4	3	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	5	4	33
5	4	4	3	4	4	4	4	32

5	5	4	5	4	5	4	5	37
3	4	4	2	4	4	5	3	29
4	4	4	4	4	4	3	4	31
5	4	5	4	5	4	5	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	3	4	5	4	5	4	33
3	5	5	4	5	4	5	4	35
4	4	3	4	4	4	4	4	31
4	4	4	4	5	5	5	4	35
5	4	4	5	5	5	4	4	36
3	3	3	4	4	3	4	4	28
4	4	3	4	5	4	4	4	32
4	4	4	4	3	4	4	4	31
4	4	3	4	5	4	4	4	32
4	4	4	4	4	5	4	4	33
4	4	4	5	5	5	4	4	35
4	5	4	3	5	4	3	5	33
4	4	4	3	4	4	4	4	31
4	4	4	3	4	4	4	4	31
4	4	3	4	4	5	4	4	32
5	4	5	5	5	4	4	5	37
4	5	4	5	4	5	4	5	36
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	5	4	4	5	4	4	35
4	4	4	4	5	5	5	4	35
4	5	4	4	3	4	4	4	32
4	4	3	4	4	4	4	4	31
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	4	5	5	4	4	4	35
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	5	5	4	5	5	38
4	4	4	4	4	4	5	5	34
5	4	4	4	5	5	4	5	36
4	4	3	4	4	4	4	4	31
4	4	4	4	5	5	5	4	35
4	4	4	5	4	4	5	5	35
5	4	5	4	5	5	5	5	38
4	5	4	5	5	4	5	5	37
5	5	5	5	5	4	4	4	37
4	5	5	5	4	4	5	5	37
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40

5	4	4	5	5	4	5	4	36
4	4	4	5	4	4	5	4	34
4	3	3	4	4	4	4	4	30
4	3	4	3	4	3	4	4	29
4	4	3	4	4	4	4	3	30
4	3	3	4	4	2	4	3	27
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	3	4	4	5	4	5	34
5	4	5	5	5	5	5	5	39
4	5	4	4	4	4	5	5	35
5	5	4	4	4	4	5	5	36
4	5	4	4	4	5	5	4	35
4	4	5	5	4	4	4	5	35
5	5	4	4	4	4	4	4	34
4	3	4	4	5	4	4	4	32
4	5	4	5	4	4	4	4	34
4	4	5	5	4	4	4	4	34
5	5	4	5	4	5	5	4	37
4	4	5	4	5	4	5	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	5	5	5	5	5	4	37
5	5	4	5	4	4	5	4	36
5	5	4	5	4	4	5	5	37
4	4	4	4	4	5	5	5	35
5	5	5	4	4	4	5	5	37
4	5	5	4	4	4	5	5	36
4	5	5	4	5	4	5	5	37
4	5	5	5	5	5	4	4	37
4	5	4	5	4	4	4	4	34
4	5	5	4	4	4	4	5	35
4	5	4	5	4	4	5	5	36
5	4	5	4	4	4	4	5	35
5	5	4	4	5	4	5	5	37
5	4	5	5	4	4	5	4	36
5	4	5	5	5	4	4	5	37
5	4	5	5	4	5	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	5	4	3	4	5	4	34
5	4	5	4	5	4	5	5	37
4	4	5	5	4	5	5	5	37
5	4	4	5	4	4	4	5	35

KUALITAS PELAYANAN (X2)								TOTAL
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	
4	4	4	4	5	4	5	5	35
4	5	4	4	4	4	4	5	34
4	5	4	5	4	5	4	4	35
4	5	4	5	4	4	5	4	35
4	4	4	4	4	4	5	4	33
4	4	4	4	4	5	5	4	34
4	4	5	4	5	4	4	4	34
4	4	3	4	3	4	4	4	30
5	4	4	4	4	4	4	4	33
4	5	5	5	4	4	5	5	37
4	4	4	4	5	4	5	4	34
4	4	5	4	4	5	4	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	5	5	5	5	4	5	37
5	5	5	5	5	4	5	5	39
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	5	4	4	5	4	34
5	4	4	5	4	5	5	5	37
4	4	3	4	4	3	4	4	30
4	4	4	5	4	4	3	4	32
4	5	4	4	5	4	4	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	5	5	4	5	4	35
4	4	5	4	4	5	4	4	34
4	4	4	5	4	4	5	4	34
4	4	4	3	4	4	3	4	30
4	4	4	4	5	4	5	4	34
4	4	5	5	4	4	5	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	5	4	4	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	5	4	4	4	33
5	4	5	5	5	4	5	5	38
5	4	4	5	4	5	4	4	35
4	4	4	4	5	4	4	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	4	5	5	5	39

5	4	4	5	4	4	5	5	36
5	5	4	4	4	5	4	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	5	5	5	5	5	38
4	4	4	4	5	4	4	5	34
5	5	4	5	4	4	5	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	5	4	4	4	33
4	4	4	5	4	4	5	4	34
5	4	4	4	4	5	4	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	5	4	4	4	33
4	4	5	4	4	4	4	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	4	4	4	4	5	4	34
4	5	4	5	4	4	5	4	35
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	5	4	4	4	5	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	5	4	4	4	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	4	4	4	5	37
4	4	4	4	4	4	4	5	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	4	4	4	4	4	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	4	4	4	5	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	5	4	5	4	5	4	36
4	4	5	4	4	5	5	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	5	5	4	5	4	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32

4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	5	4	4	5	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	5	4	4	4	5	34
4	4	5	5	4	4	5	4	35
4	4	4	4	4	4	4	3	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	3	4	4	31
4	3	4	4	4	4	5	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	4	5	5	4	4	35
4	5	3	5	4	5	3	4	33
4	4	5	5	4	4	5	5	36
4	4	3	4	4	4	3	4	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	5	4	5	5	4	5	37
4	4	5	5	4	5	4	5	36
5	4	5	4	5	4	5	4	36
5	4	5	4	5	4	5	5	37
4	5	4	4	5	4	4	5	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	3	3	30
5	5	5	4	5	5	5	5	39
4	4	4	4	5	4	4	5	34
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	5	5	5	5	4	38
4	4	4	4	4	5	4	4	33
5	5	5	5	5	4	4	5	38
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	5	5	4	4	5	35
4	5	4	5	4	5	4	5	36
5	5	4	5	5	5	5	4	38
4	4	4	4	4	4	5	5	34
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	4	5	4	5	5	36
4	5	5	4	5	5	5	5	38
5	5	5	5	5	5	4	5	39
5	5	5	4	4	4	5	5	37
4	5	5	4	5	4	4	4	35
3	4	4	3	4	4	3	4	29
4	4	3	4	4	4	4	3	30
4	4	4	4	4	4	3	4	31

4	3	4	3	4	4	4	4	30
5	5	4	5	4	5	5	5	38
5	4	4	4	4	3	4	4	32
4	4	5	5	4	5	4	5	36
4	4	4	5	4	4	5	4	34
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	4	4	5	5	5	4	37
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	5	4	5	4	34
4	4	4	5	4	4	5	5	35
5	5	5	5	4	4	4	5	37
5	5	4	4	5	4	4	5	36
5	4	5	4	5	4	5	4	36
4	4	4	4	5	4	4	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	4	5	5	4	4	5	37
4	4	4	4	4	4	5	5	34
4	4	5	5	4	4	4	5	35
4	4	4	4	4	5	4	4	33
5	5	5	4	4	5	5	5	38
4	4	5	5	4	5	5	4	36
5	4	5	4	5	5	4	5	37
5	4	4	4	4	4	5	5	35
4	4	4	5	5	5	5	4	36
4	4	5	5	5	4	5	5	37
5	5	5	4	4	5	5	5	38
4	4	5	5	4	4	5	5	36
5	4	5	4	4	4	5	5	36
4	4	5	5	5	4	5	5	36
4	5	5	4	5	4	5	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	4	5	4	4	5	35
4	5	5	4	4	4	5	5	36
5	4	4	4	4	4	5	5	35
5	4	4	5	5	4	5	4	36

KEPUASAN KONSUMEN (Y)								TOTAL
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	
5	4	4	4	4	3	5	4	33
5	4	4	3	4	4	5	4	33
5	5	5	5	4	4	4	4	36
4	5	4	4	5	4	5	4	35
4	4	4	5	4	5	4	4	34
4	4	4	4	5	5	5	4	35
4	5	4	3	4	4	5	4	33
4	4	4	3	4	5	4	4	32
5	5	4	4	5	5	4	4	36
4	4	4	4	3	4	5	5	33
4	5	4	5	4	5	4	5	36
4	4	5	4	5	4	5	4	35
4	5	4	5	5	4	4	5	36
5	5	4	5	5	5	4	5	38
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	4	5	4	5	4	5	36
5	5	4	4	4	4	4	4	34
4	4	4	4	5	4	5	4	34
4	4	5	4	5	4	4	4	34
5	4	5	4	5	4	4	5	36
4	4	4	4	5	4	5	4	34
4	4	5	4	4	3	5	4	33
4	5	4	5	5	4	5	4	36
4	4	4	3	4	4	4	4	31
4	4	5	4	4	5	4	4	34
5	4	4	4	4	4	4	4	33
4	5	4	5	5	4	5	4	36
4	5	3	4	4	5	4	5	34
4	4	3	4	4	4	4	4	31
4	4	4	5	4	5	4	4	34
4	4	5	4	5	4	4	4	34
5	5	4	4	4	4	4	4	34
4	4	4	5	4	4	5	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	5	4	3	4	4	4	32
4	4	4	5	4	4	5	4	34
4	4	5	4	5	4	4	4	34
5	5	5	5	5	5	5	5	40

4	4	4	3	4	4	4	4	31
4	4	4	5	4	4	4	4	33
3	4	4	4	4	4	4	4	31
5	4	4	4	4	4	4	4	33
4	4	4	3	4	4	4	5	32
4	3	4	4	4	3	4	3	29
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	3	4	4	5	4	4	32
4	5	4	4	4	4	4	4	33
5	5	5	4	4	4	4	5	36
5	4	5	4	3	5	4	4	34
4	4	3	4	4	4	4	4	31
4	4	4	3	4	4	4	4	31
4	4	5	4	4	4	4	4	33
4	5	5	4	4	4	5	5	36
4	4	4	5	4	5	4	5	35
5	4	5	4	5	4	5	4	36
5	4	4	4	4	5	4	5	35
4	5	5	4	5	4	4	5	36
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	3	3	30
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	4	4	4	4	4	4	34
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	4	4	5	5	4	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	3	4	4	4	4	4	31
4	5	4	4	4	4	4	5	34
5	5	4	4	4	5	4	4	35
5	5	5	5	4	5	5	5	39
4	4	5	5	5	5	5	5	38
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	5	5	4	5	5	5	38
5	5	5	5	5	5	5	4	39
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	4	4	5	4	5	37
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	4	4	5	4	3	3	30
3	4	4	5	4	4	4	4	32
4	3	5	4	4	5	4	3	32

4	3	4	4	3	4	4	3	29
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	5	4	5	4	5	5	37
4	5	5	5	5	5	4	5	38
4	4	5	4	5	4	5	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	4	4	5	5	5	5	38
4	4	5	4	4	4	4	4	33
4	4	5	4	5	4	5	5	36
4	4	5	4	5	4	5	5	36
4	5	4	5	4	5	5	4	36
5	4	5	5	5	4	4	4	36
4	4	5	5	4	4	4	5	35
5	4	5	4	5	5	4	5	37
4	4	4	4	4	5	4	5	34
4	4	4	5	4	5	4	4	34
5	5	5	4	5	5	4	5	38
4	4	3	5	4	5	5	5	35
4	4	5	5	4	5	5	5	37
4	5	5	4	5	4	5	5	37
4	5	5	4	4	4	4	5	35
4	4	5	5	4	5	4	5	36
4	5	5	4	5	5	5	5	38
4	4	5	5	4	4	5	5	36
4	4	4	5	5	4	4	4	34
4	4	4	5	4	4	5	5	35
5	5	5	5	4	4	5	4	37
4	5	5	4	5	5	5	5	38
5	4	5	4	5	5	5	5	38
5	4	5	4	4	5	5	4	36
5	4	4	5	5	4	5	5	37
4	4	4	4	4	4	3	4	31
5	4	5	4	5	4	4	4	35
4	4	5	4	5	5	4	4	35
4	4	4	4	5	5	5	5	36
4	4	5	4	5	5	4	5	36

LAMPIRAN 3 : VALIDITAS & REABILITAS

Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Total
X1.1	Pearson	1	.305**	.320**	.256**	.179*	.259**	.207**	.327**	.591**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	.001	.024	<,001	.009	<,001	<,001
	N	160	160	160	160	160	160	160	160	160
X1.2	Pearson	.305**	1	.273**	.307**	.217**	.256**	.279**	.368**	.623**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	.006	.001	<,001	<,001	<,001
	N	160	160	160	160	160	160	160	160	160
X1.3	Pearson	.320**	.273**	1	.281**	.136	.220**	.338**	.377**	.632**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	.086	.005	<,001	<,001	<,001
	N	160	160	160	160	160	160	160	160	160
X1.4	Pearson	.256**	.307**	.281**	1	.229**	.238**	.253**	.292**	.610**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.001	<,001	<,001		.004	.002	.001	<,001	<,001
	N	160	160	160	160	160	160	160	160	160
X1.5	Pearson	.179*	.217**	.136	.229**	1	.229**	.194*	.230**	.513**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.024	.006	.086	.004		.004	.014	.003	<,001
	N	160	160	160	160	160	160	160	160	160
X1.6	Pearson	.259**	.256**	.220**	.238**	.229**	1	.210**	.245**	.548**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	<,001	.001	.005	.002	.004		.008	.002	<,001
	N	160	160	160	160	160	160	160	160	160

X1.7	Pearson	.207**	.279**	.338**	.253**	.194*	.210**	1	.259**	.572**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.009	<,001	<,001	.001	.014	.008		<,001	<,001
	N	160	160	160	160	160	160	160	160	160
X1.8	Pearson	.327**	.368**	.377**	.292**	.230**	.245**	.259**	1	.661**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	.003	.002	<,001		<,001
	N	160	160	160	160	160	160	160	160	160
Total	Pearson	.591**	.623**	.632**	.610**	.513**	.548**	.572**	.661**	1
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	160	160	160	160	160	160	160	160	160

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

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	160	100.0
	Excluded ^a	0	.0
Total		160	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.737	8

Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Total
X2.1	Pearson	1	.380**	.299**	.266**	.308**	.292**	.364**	.434**	.660**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	160	160	160	160	160	160	160	160	160
X2.2	Pearson	.380**	1	.300**	.335**	.235**	.341**	.216**	.347**	.613**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	.003	<,001	.006	<,001	<,001
	N	160	160	160	160	160	160	160	160	160
X2.3	Pearson	.299**	.300**	1	.284**	.326**	.355**	.398**	.466**	.689**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	160	160	160	160	160	160	160	160	160
X2.4	Pearson	.266**	.335**	.284**	1	.105	.309**	.361**	.356**	.606**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		.185	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	160	160	160	160	160	160	160	160	160
X2.5	Pearson	.308**	.235**	.326**	.105	1	.181*	.263**	.297**	.537**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	<,001	.003	<,001	.185		.022	<,001	<,001	<,001
	N	160	160	160	160	160	160	160	160	160
X2.6	Pearson	.292**	.341**	.355**	.309**	.181*	1	.171*	.240**	.562**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	.022		.031	.002	<,001
	N	160	160	160	160	160	160	160	160	160
X2.7	Pearson	.364**	.216**	.398**	.361**	.263**	.171*	1	.342**	.644**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)									
	N	160	160	160	160	160	160	160	160	160

	Sig. (2-tailed)	<,001	.006	<,001	<,001	<,001	.031		<,001	<,001
	N	160	160	160	160	160	160	160	160	160
X2.8	Pearson Correlation	.434**	.347**	.466**	.356**	.297**	.240**	.342**	1	.699**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	.002	<,001		<,001
	N	160	160	160	160	160	160	160	160	160
Total	Pearson Correlation	.660**	.613**	.689**	.606**	.537**	.562**	.644**	.699**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	160	160	160	160	160	160	160	160	160

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

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	160	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	160	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.779	8

Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Correlations

		Y.1	T.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Total
Y.1	Pearson	1	.399**	.246**	.191*	.224**	.229**	.256**	.273**	.555**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)		<,001	.002	.015	.004	.004	.001	<,001	<,001
	N	160	160	160	160	160	160	160	160	160
Y.2	Pearson	.399**	1	.160*	.289**	.318**	.348**	.326**	.432**	.652**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	<,001		.043	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	160	160	160	160	160	160	160	160	160
Y.3	Pearson	.246**	.160*	1	.176*	.401**	.217**	.300**	.355**	.582**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.002	.043		.026	<,001	.006	<,001	<,001	<,001
	N	160	160	160	160	160	160	160	160	160
Y.4	Pearson	.191*	.289**	.176*	1	.198*	.314**	.316**	.310**	.563**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.015	<,001	.026		.012	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	160	160	160	160	160	160	160	160	160
Y.5	Pearson	.224**	.318**	.401**	.198*	1	.289**	.397**	.345**	.642**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.004	<,001	<,001	.012		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	160	160	160	160	160	160	160	160	160
Y.6	Pearson	.229**	.348**	.217**	.314**	.289**	1	.204**	.442**	.611**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.004	<,001	.006	<,001	<,001		.010	<,001	<,001
	N	160	160	160	160	160	160	160	160	160

Y.7	Pearson	.256**	.326**	.300**	.316**	.397**	.204**	1	.415**	.648**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.001	<,001	<,001	<,001	<,001	.010		<,001	<,001
	N	160	160	160	160	160	160	160	160	160
Y.8	Pearson	.273**	.432**	.355**	.310**	.345**	.442**	.415**	1	.720**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	160	160	160	160	160	160	160	160	160
Total	Pearson	.555**	.652**	.582**	.563**	.642**	.611**	.648**	.720**	1
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	160	160	160	160	160	160	160	160	160

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

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	160	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	160	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.773	8

LAMPIRAN 4 : KARAKTERISTIK RESPONDEN & DISTRIBUSI FREKUENSI

1. Karakteristik Responden

Jenis Kelamin

		Laki-Laki		Valid Percent	Cumulative Percent
		Frequency	Percent		
Valid	Laki-Laki	64	40.0	40.0	40.0
	Perempuan	96	60.0	60.0	100.0
	Total	160	100.0	100.0	

		Usia		Valid Percent	Cumulative Percent
		Frequency	Percent		
Valid	17-19	24	15.0	15.0	15.0
	20-25	134	83.8	83.8	98.8
	26-30	2	1.3	1.3	100.0
	Total	160	100.0	100.0	

2. Distribusi Frekuensi

a. Distribusi Frekuensi Kualitas Produk

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	.6	.6	.6
	Kurang Setuju	8	5.0	5.0	5.6
	Setuju	108	67.5	67.5	73.1
	Sangat Setuju	43	26.9	26.9	100.0
	Total	160	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	13	8.1	8.1	8.1
	Setuju	108	67.5	67.5	75.6
	Sangat Setuju	39	24.4	24.4	100.0
	Total	160	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	20	12.5	12.5	12.5
	Setuju	90	56.3	56.3	68.8
	Sangat Setuju	50	31.3	31.3	100.0
	Total	160	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	.6	.6	.6
	Kurang Setuju	13	8.1	8.1	8.8
	Setuju	92	57.5	57.5	66.3
	Sangat Setuju	54	33.8	33.8	100.0
	Total	160	100.0	100.0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	13	8.1	8.1	8.1
	Setuju	88	55.0	55.0	63.1
	Sangat Setuju	59	36.9	36.9	100.0
	Total	160	100.0	100.0	

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	.6	.6	.6
	Kurang Setuju	6	3.8	3.8	4.4
	Setuju	104	65.0	65.0	69.4
	Sangat Setuju	49	30.6	30.6	100.0
	Total	160	100.0	100.0	

X1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	7	4.4	4.4	4.4
	Setuju	89	55.6	55.6	60.0
	Sangat Setuju	64	40.0	40.0	100.0
	Total	160	100.0	100.0	

X1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.3	1.3	1.3
	Kurang Setuju	8	5.0	5.0	6.3
	Setuju	89	55.6	55.6	61.9
	Sangat Setuju	61	38.1	38.1	100.0
	Total	160	100.0	100.0	

b. Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	1	.6	.6	.6
	Setuju	112	70.0	70.0	70.6
	Sangat Setuju	47	29.4	29.4	100.0
	Total	160	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	2	1.3	1.3	1.3
	Setuju	120	75.0	75.0	76.3
	Sangat Setuju	38	23.8	23.8	100.0
	Total	160	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	5	3.1	3.1	3.1
	Setuju	109	68.1	68.1	71.3
	Sangat Setuju	46	28.7	28.7	100.0
	Total	160	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	3	1.9	1.9	1.9
	Setuju	105	65.6	65.6	67.5
	Sangat Setuju	52	32.5	32.5	100.0
	Total	160	100.0	100.0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	1	.6	.6	.6
	Setuju	109	68.1	68.1	68.8
	Sangat Setuju	50	31.3	31.3	100.0
	Total	160	100.0	100.0	

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	3	1.9	1.9	1.9
	Setuju	119	74.4	74.4	76.3
	Sangat Setuju	38	23.8	23.8	100.0
	Total	160	100.0	100.0	

X2.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	7	4.4	4.4	4.4
	Setuju	91	56.9	56.9	61.3
	Sangat Setuju	62	38.8	38.8	100.0
	Total	160	100.0	100.0	

X2.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	3	1.9	1.9	1.9
	Setuju	103	64.4	64.4	66.3
	Sangat Setuju	54	33.8	33.8	100.0
	Total	160	100.0	100.0	

c. Distribusi Frekuensi Kepuasan Konsumen

Y.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	4	2.5	2.5	2.5
	Setuju	111	69.4	69.4	71.9
	Sangat Setuju	45	28.1	28.1	100.0
Total		160	100.0	100.0	

Y.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	7	4.4	4.4	4.4
	Setuju	94	58.8	58.8	63.1
	Sangat Setuju	59	36.9	36.9	100.0
Total		160	100.0	100.0	

Y.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	6	3.8	3.8	3.8
	Setuju	106	66.3	66.3	70.0
	Sangat Setuju	48	30.0	30.0	100.0
Total		160	100.0	100.0	

Y.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	8	5.0	5.0	5.0
	Setuju	105	65.6	65.6	70.6
	Sangat Setuju	47	29.4	29.4	100.0
	Total	160	100.0	100.0	

Y.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	6	3.8	3.8	3.8
	Setuju	99	61.9	61.9	65.6
	Sangat Setuju	55	34.4	34.4	100.0
	Total	160	100.0	100.0	

Y.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	5	3.1	3.1	3.1
	Setuju	101	63.1	63.1	66.3
	Sangat Setuju	54	33.8	33.8	100.0
	Total	160	100.0	100.0	

Y.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	5	3.1	3.1	3.1
	Setuju	98	61.3	61.3	64.4
	Sangat Setuju	57	35.6	35.6	100.0
	Total	160	100.0	100.0	

Y.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	5	3.1	3.1	3.1
	Setuju	97	60.6	60.6	63.7
	Sangat Setuju	58	36.3	36.3	100.0
	Total	160	100.0	100.0	

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

LAMPIRAN 5 : REGRESI LINEAR BERGANDA & UJI ASUMSI KLASIK

Regresi Linear Berganda

Model	Variables Entered/Removed ^a		Method
	Variables Entered	Variables Removed	
1	Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. All requested variables entered.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.777 ^a	.604	.599	1.668

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	665.778	2	332.889	119.619	<,001 ^b
	Residual	436.916	157	2.783		
	Total	1102.694	159			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

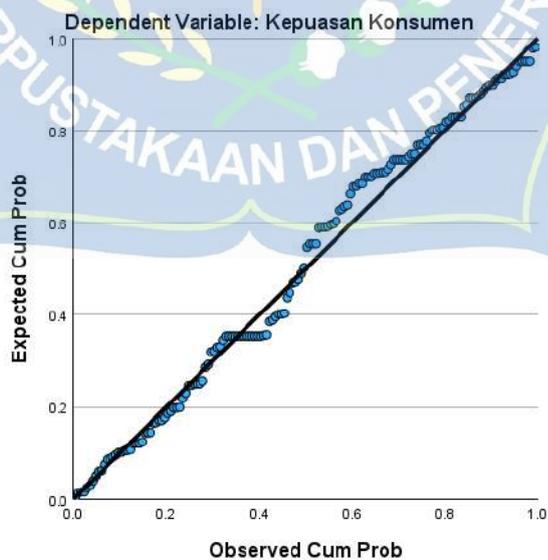
Coefficients^a

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.338	1.889		3.354	<,001
	Kualitas Produk	.503	.068	.535	7.393	<,001
	Kualitas Pelayanan	.318	.077	.298	4.114	<,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



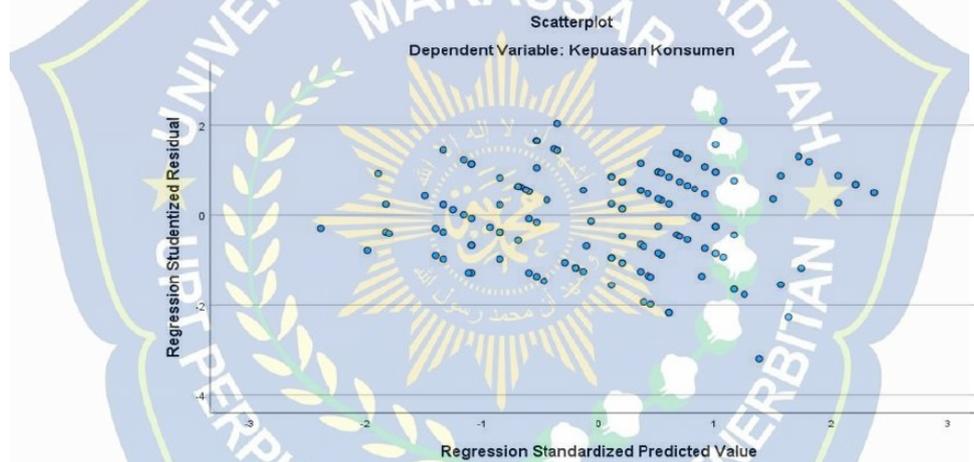
Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Kualitas Produk	.482	2.074
	Kualitas Pelayanan	.482	2.074

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Uji Heteroskedasitas



Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	6.338	1.889		3.354	<,001
	Kualitas Produk	.503	.068	.535	7.393	<,001
	Kualitas Pelayanan	.318	.077	.298	4.114	<,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	665.778	2	332.889	119.619	<,001 ^b
	Residual	436.916	157	2.783		
	Total	1102.694	159			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk



LAMPIRAN 6 : SURAT IZIN PENELITIAN



PEMERINTAH KABUPATEN GOWA
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Jl Hos Cokrominoto No 1 Gedung Mall Pelayanan Publik Lt. 3 Sungguminasa Kab Gowa
 92111, Website dpmptsp.gowakab.go.id

Nomor : 503/1223/DPM-
 PTSP/PENELITIAN/XII/2024
 Lampiran :
 Perihal : Surat Keterangan Penelitian

Kepada Yth,
 Yotta Cabang Samata Kabupaten Gowa

di –
 Tempat

Berdasarkan Surat Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Sul-Sel
 Nomor : 31555/S.01/PTSP/2024 tanggal 13 Desember 2024 tentang Izin Penelitian.

Dengan ini disampaikan kepada saudara/l bahwa yang tersebut dibawah ini:

Nama : **FAIZAL**
 Tempat/ Tanggal Lahir : Sinjai / 23 April 2003
 Jenis Kelamin : Laki-Laki
 Nomor Pokok : 105721115021
 Program Studi : Manajemen
 Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa(S1)
 Alamat : Samata

Bermaksud akan mengadakan Penelitian/Pengumpulan Data dalam rangka penyelesaian Skripsi / Tesis
 / Disertasi / Lembaga di wilayah/tempat Bapak/Ibu yang berjudul :

**"Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Yotta Cabang
 Samata Kabupaten Gowa"**

Selama : 18 Desember 2024 s/d 18 Februari 2025

Pengikut :

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami menyetujui kegiatan dimaksud dengan ketentuan :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, kepada yang bersangkutan melapor kepada Bupati Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kab.Gowa;
2. Penelitian tidak menyimpang dari izin yang diberikan;
3. Mentaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku dan mengindahkan adat istiadat setempat
4. Surat Keterangan akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat keterangan ini tidak mentaati ketentuan tersebut diatas.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan disungguminasa, pada tanggal : 16 Desember 2024

a.n. **BUPATI GOWA**
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL & PELAYANAN
TERPADU SATU PINTU KABUPATEN GOWA



TT ELEKTRONIK

H.INDRA SETIAWAN ABBAS,S.Sos,M.Si
 Nip. 19721026 199303 1 003

Tembusan Yth:

1. Bupati Gowa (sebagai laporan);
2. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar;

Dokumen ini sebagai alat bukti yang sah yang diterbitkan oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Gowa

LAMPIRAN 7 : SURAT BALASAN PENELITIAN

Yotta

Cabang Samata Kab. Gowa

Surat Keterangan

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama : Faizal

NIM : 105721115021

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

PT : Universitas Muhammadiyah Makassar

Telah melakukan penelitian di Yotta Cabang Samata Kab. Gowa selama 2 bulan sejak 18 Desember 2024 – 18 Februari 2025 dalam rangka penyelesaian skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Yotta Cabang Samata Kabupaten Gowa"

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Gowa, 20 Desember 2024

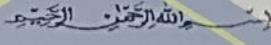
YOTTA!

LAMPIRAN 8 : DOKUMENTASI PENELITIAN



LAMPIRAN 9 : SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT


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


SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

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

Nama : Faizal
 Nim : 105721115021
 Program Studi : Manajemen

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	8%	10 %
2	Bab 2	13%	25 %
3	Bab 3	3%	15 %
4	Bab 4	7%	10 %
5	Bab 5	4%	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, 17 Maret 2025
 Mengetahui,
 Kepala UPT Perpustakaan dan Penerbitan,


 Nuzulih S. Muhi, M.I.P.
 NBM. 964 591

Jl. Sultan Alauddin no 259 makassar 90222
 Telepon (0411)866972,881 593, fax (0411)865 588
 Website: www.library.unismuh.ac.id
 E-mail : perpustakaan@unismuh.ac.id





Faizal 105721145021 Bab III

ORIGINALITY REPORT

LULUS

3% 0% 0% 3%

SIMILARITY INDEX INTERNET SOURCES PUBLICATIONS STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1 Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur 3%
Student Paper

Exclude quotes Exclude bibliography Exclude matches

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MAKASSAR

UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

raizal 105721115021 Bab IV

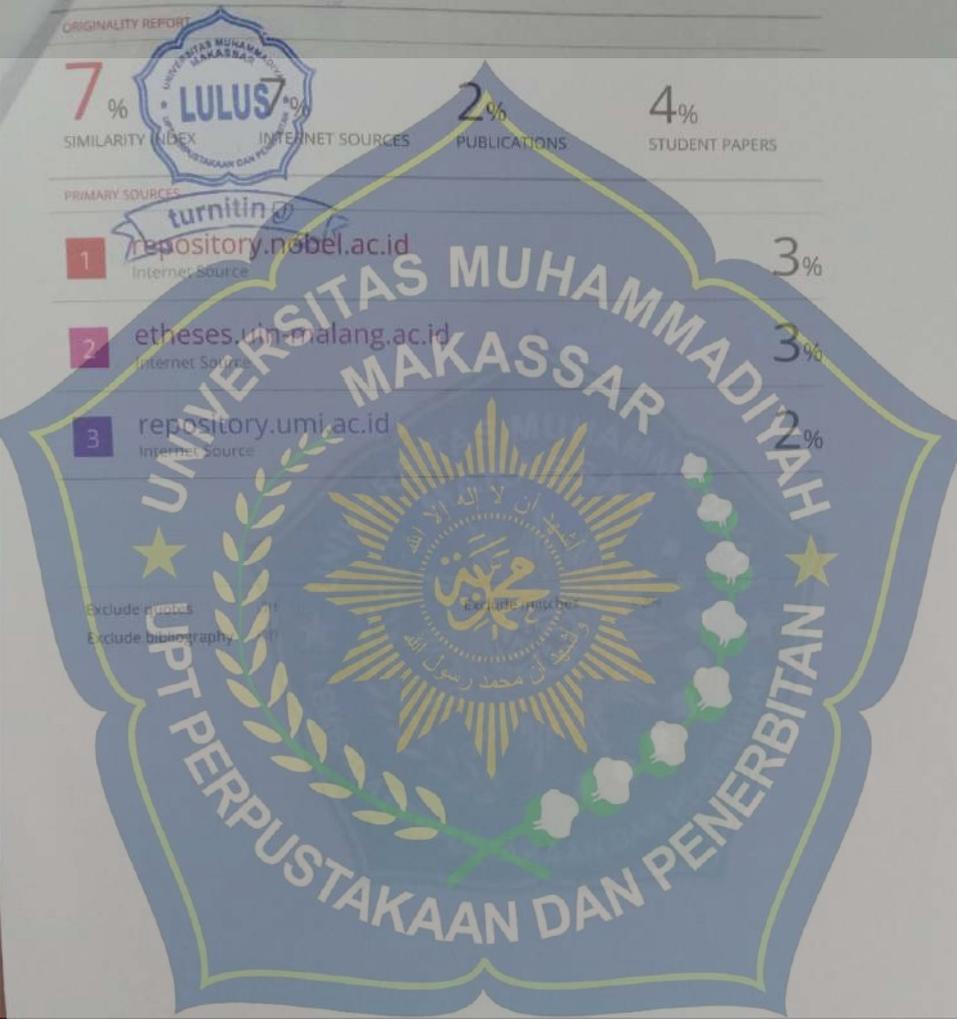
ORIGINALITY REPORT



PRIMARY SOURCES

- 1 repository.nobel.ac.id 3%
Internet Source
- 2 etheses.uin-malang.ac.id 3%
Internet Source
- 3 repository.umi.ac.id 2%
Internet Source

Exclude quotes
Exclude bibliography



BIOGRAFI PENULIS



FAIZAL akrab disapa Ical atau Isal, lahir di sinjai pada tanggal 23 April 2003. Peneliti adalah anak dari pasangan suami istri Bapak Mustaring dan Ibu Hania. Saat ini peneliti bertempat tinggal di Samata, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan. Riwayat Pendidikan peneliti dimulai dari TK Pertiwi Biji Nangka, kemudian melanjutkan ke SDN 145 Cobbu dan lulus pada tahun 2016, kemudian melanjutkan ke Mts Negeri 2 Sinjai dan lulus pada tahun 2018, kemudian melanjutkan ke SMAN 8 Sinjai dan lulus pada tahun 2021. Kemudian peneliti mulai menempuh Pendidikan tinggi di Universitas Muhammadiyah Makassar, fakultas ekonomi dan bisnis, program studi manajemen. Hingga penulisan skripsi ini, peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa program S1 Manajemen di Universitas Muhammadiyah Makasaar.