



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

(Studi Kasus Pada Konsumen *Gitata House of Beauty*)

Skripsi :

Untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik program sarjana ekonomi

Oleh :

Himatul Ulya

NPM : 17.51.0052

Dosen Pembimbing :

Pitaloka Dharma Ayu, SE., M.BA

NIDN : 0617028803

Fajar Suryatama, S.sos., SE., M.M.

NIDN : 0622047503

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS DARUL ULUM ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN GUPPI

(UNDARIS)

2023

PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(Studi Kasus Pada Konsumen Gitata House of Beauty)

Oleh :

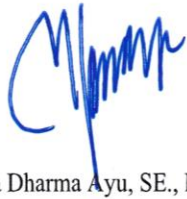
HIMATUL ULYA

17.51.0052

Bahwa skripsi ini layak di ujikan. Telah mendapatkan persetujuan pada tanggal... **30 September 2023**

Dosen Pembimbing Utama

Dosen Pembimbing Pendamping



Pitaloka Dharma Ayu, SE., M.BA

NIDN : 0617028803

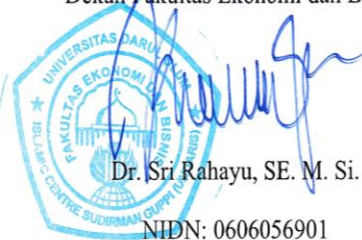


Fajar Suryatama, S.sos., SE., M.M

NIDN : 0622047503

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Sri Rahayu, SE. M. Si.

NIDN: 0606056901

PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(Studi Kasus Pada Konsumen Gitata House of Beauty)

Oleh :

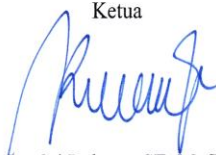
HIMATUL ULYA

17.51.0052

Skripsi ini telah diujikan dan mendapat pengesahaan pada tanggal.....*30 September 2023*

Tim penguji,

Ketua



Dr. Sri Rahayu, SE. M. Si.

NIDN: 0606056901

Dosen pembimbing utama



Pitaloka Dharma Ayu, SE., M.BA

NIDN : 0617028803

Dosen pembimbing pendamping



Fajar Suryatama, S.sos., SE., M.M

NIDN : 0622047503

ABSTRAK

Kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan dan loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas yang memuaskan. Faktor yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya. Dalam kasus penelitian terhadap konsumen *Gitata House of Beauty* diantaranya yaitu kualitas produk yang kurang memuaskan karena ada beberapa keluhan karena kulit konsumen iritasi. Sama halnya dengan kualitas pelayanan juga menjadi salah satu alasan konsumen menjadi loyal dan setia. Begitu pula dengan harga yang ditawarkan *Gitata House of Beauty*, kebanyakan konsumen sebelum melakukan pembelian terlebih dahulu memperhatikan harga. Harga sering dijadikan parameter dalam melakukan pembelian. Maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan study kasus pada konsumen *Gitata House of Beauty*.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal komperatif dan data yang diperoleh dianalisis secara kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah konsumen dari *Gitata House of Beauty* sebanyak 300 orang. Pengambilan sampel berdasarkan rumus Slovin didapatkan sampel sebanyak 171 responden. teknik sampling yang digunakan ialah probability sampling dan pengambilan sampel dengan random sampling. Analisis data yang digunakan yaitu uji instrument (uji validitas dan uji reliabilitas), uji t, dan uji f dengan menggunakan program aplikasi SPSS versi 23.

Berdasarkan hasil analisa perhitungan yang telah dilakukan, nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas produk sebesar 0,002 dan nilai signifikansi sebesar 0,986. Variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai t hitung (0.018) < t tabel (1,9742) dan variabel kualitas produk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0,218 dan nilai signifikansi sebesar 0,003. kepuasan pelanggan diperoleh nilai t hitung (3.034) > t tabel (1,9742) dan variabel kualitas pelayanan. Nilai koefisien regresi berganda untuk variabel harga sebesar 0,516 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. hasil uji t, maka dapat dilakukan pengujian pada variabel harga terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai t hitung (3.687) > t tabel (1,9742) dan variabel harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. nilai F hitung antara kualitas produk, dan kualitas pelayanan dan harga terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan sebesar F hitung (111.964) > F tabel (3,05) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < α (0,05) maka H_0 ditolak atau H_a diterima artinya bahwa variabel kualitas produk, dan kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

Customer satisfaction can create customer loyalty and devotion to companies that provide satisfactory quality. Factors that determine the level of customer satisfaction are product quality, service quality, emotional, price and cost. In the case of research on Gitata House of Beauty consumers, the quality of the product was unsatisfactory because there were several complaints because the consumer's skin was irritated. Likewise, service quality is also one of the reasons consumers become loyal and devoted. Likewise, with the prices offered by Gitata House of Beauty, most consumers pay attention to the price before making a purchase. Price is often used as a parameter in making purchases. So this study aims to determine the effect of product quality, service quality and price on customer satisfaction special study of Gitata House of Beauty's consumers.

The type of research used is comparative causal research and the data obtained is analyzed quantitatively. The population of this research is 300 consumers of Gitata House of Beauty. Sampling based on the Slovin formula obtained a sample of 171 respondents. The sampling technique used was probability sampling and sampling using random sampling. The data analysis used was instrument testing (validity test and reliability test), t test, and f test using the SPSS version 23 application program.

Based on the results of the calculation analysis that has been carried out, the regression coefficient value for the product quality variable is 0.002 and the significance value is 0.986. The product quality variable on customer satisfaction obtained a calculated t value of (0.018) < t table (1.9742) and the product quality variable did not have a significant influence on customer satisfaction. The regression coefficient value for the service quality variable was 0.218 and the significance value was 0.003. Customer satisfaction obtained t value (3.034) > t table (1.9742) and service quality variables. The multiple regression coefficient value for the price variable is 0.516 and the significance value is 0.000. t test results, it is possible to test the price variable on customer satisfaction. The t value is (3.687) > t table (1.9742) and the price variable has a significant influence on customer satisfaction. The calculated F value between product quality and service quality and price on the dependent variable, namely customer satisfaction, is F calculated (111,964) > F table (3.05) and the significance value is 0.000 < α (0.05), then H_0 is rejected or H_a is accepted This means that the variables product quality, service quality and price simultaneously have a significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Price, Customer Satisfaction.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“ Tidak ada kesabaran yang sia-sia, semua akan indah pada waktunya”

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua, suami dan anak saya tercinta
2. Diriku sendiri yang tetap berjuang semaksimal mungkin
3. Teman- teman dan sahabat yang selalu mensupport saya
4. Almamater tercinta

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat, hidayah dan karunianya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus konsumen Gitata House of Beauty)”. Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat- syarat menempuh tugas akhir pada Universitas Darul Ulum Islamic Centre Surdiman GUPPI (UNDARIS) Semarang.

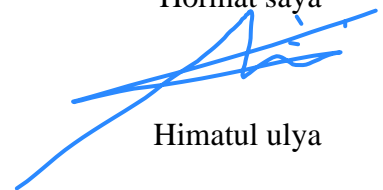
Dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari hambatan dan kesulitan, namun penulis mendapatkan bimbingan, saran dan bantuan materi maupun spiritual dari segenap pihak. Maka dengan ketulusan dan kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Drs. Hono Sejati, S.H., M.Hum selaku Rektor UNDARIS yang telah memberi kesempatan untuk menimba ilmu di UNDARIS.
2. Ibu Dr. Sri Rahayu, SE.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNDARIS sekaligus sebagai dosen penguji yang telah banyak membimbing penulis dengan segala kesabarannya dan memberikan arahan kepada penulis, kritik dan saran yang sangat berharga dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis ucapkan banyak terimakasih.
3. Ibu Pitaloka Dharma Ayu, SE., M.BA selaku dosen pembimbing utama yang dengan kesabarannya telah menyediakan waktunya selama proses bimbingan skripsi, kritik dan saran yang sangat berharga dalam penyelesaian skripsi ini, penulis ucapkan banyak terimakasih.

4. Bapak Fajar Suryatama, S.sos., SE., M.M selaku dosen pembimbing pendamping yang dengan kesabarannya telah menyediakan waktunya selama proses bimbingan skripsi, kritik dan saran yang sangat berharga dalam penyelesaian skripsi ini, penulis ucapkan banyak terimakasih.
5. Bapak dan Ibu Dosen UNDARIS yang telah banyak membimbing penulis.
6. Semua pihak yang telah membantu dalam pembuatan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu disini.
7. Sahabat- sahabat saya dan teman dekat saya, serta rekan sekelas Angkatan 2017 yang telah memberikan bantuan baik dukungan pikiran dan materi serta semangat untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Untuk itu penulis membuka kritik dan saran yang bersifat membangun demi sempurnanya proposal skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak pada umumnya dan khususnya bagi Mahasiswa Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman GUPPI (UNDARIS) Semarang. Aamiin

Hormat saya



Himatul ulya

DAFTAR ISI

COVER	I
PERSETUJUAN SKRIPSI	II
PENGESAHAN SKRIPSI	III
ABSTRAK	IV
<i>ABSTRACT</i>	V
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	VI
KATA PENGANTAR	VII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR GAMBAR	XI
DAFTAR TABEL.....	XII
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Definisi Operasional.....	7
F. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II: LANDASAN TEORI	
A. TINJAUAN PUSTAKA	
1. Kepuasan Pelanggan	10
2. Kualitas Produk.....	15
3. Kualitas Pelayanan.....	16
4. Harga	18
B. PENELITIAN TERDAHULU.....	21
C. KERANGKA PEMIKIRAN.....	22
D. HIPOTESIS	23

BAB III: METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	24
B. Lokasi Penelitian	25
C. Variabel Penelitian	25
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	26
E. Jenis dan Sumber Data	28
F. Teknik Pengambilan Data	29
G. Teknik Analisis Data	30
H. Pengujian Hipotesis	38

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	42
B. Hasil Penelitian.....	43
C. Pembahasan	59

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	64
B. Saran	66

DAFTAR PUSTAKA	67
----------------------	----

LAMPIRAN.....	69
---------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan	14
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	22
Gambar 3.1 Uji T Parsial	40
Gambar 3.2 Uji F Simultan	41
Gambar 4.1 Uji T Kualitas Produk (X1)	55
Gambar 4.2 Uji T Kualitas Pelayanan (X2)	56
Gambar 4.3 Uji T Harga (X3)	57
Gambar 4.4 Uji F Simultan	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Perbandingan Harga Klinik.....	3
Tabel 1.2 Tabel Data Jumlah Pengunjung Dan Jumlah Komplain	4
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Tabel Indikator Variabel	26
Tabel 3.2 Tabel Skala Likert.....	29
Tabel 3.3 Tabel Ringkasan Hasil Pengukuran Validitas.....	31
Tabel 3.4 Tabel Hasil Pengukuran Reliabilitas.....	33
Tabel 3.5 Tabel Tafsiran Besar Koefisien Korelasi.....	34
Tabel 4.1 Tabel Responden Berdasar Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.2 Tabel Responden Berdasar Usia	43
Tabel 4.3 Tabel Responden Berdasar Pendidikan Terakhir.....	44
Tabel 4.4 Tabel Responden Berdasar Pekerjaan.....	45
Tabel 4.5 Tabel Hubungan Korelasi Sederhana.....	46
Tabel 4.6 Tabel Korelasi Berganda.....	47
Tabel 4.7 Tabel Uji Regresi Sederhana Kualitas Produk(X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	48
Tabel 4.8 Tabel Uji Regresi Sederhana Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)	49
Tabel 4.9 Tabel Uji Regresi Sederhana Harga (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	50
Tabel 4.10 Tabel Hasil Regresi Linier Berganda.....	51
Tabel 4.11 Tabel Koefisien Determinasi	53
Tabel 4.12 Tabel Hasil Uji T	54
Tabel 4.13 Tabel Hasil Uji F.....	58

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan kemajuan yang pesat di dunia kecantikan sekarang ini, kecantikan tidak hanya menjadi obsesi keinginan atau kebutuhan umum bagi wanita saja akan tetapi juga sudah menjadi prospek dalam persaingan bisnis. Bisnis kecantikan dari tahun ke tahun semakin berkembang pesat seiring perkembangan zaman. Selain itu di dukung pula hadirnya klinik kecantikan ataupun salon kecantikan baru yang murah dan terjangkau bagi kalangan masyarakat. Klinik-klinik kecantikan yang sekarang ini banyak bermunculan semakin berlomba-lomba dalam menawarkan produk serta pelayanan jasa yang semakin beragam tentunya juga dengan hasil yang memuaskan. Kepuasan pelanggan menjadi tujuan dari perusahaan khususnya klinik kecantikan yang semakin ketat dalam persaingan bisnis di dalam memberikan pelayanan terhadap masyarakat.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan menjadi orang yang bahagia atau mengecewakan yang muncul setelah membandingkan kinerja yang diharapkan dengan kinerja produk (Kotler dan Keller dalam Diapinsa, 2017). Kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan dan loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas yang memuaskan (Tjiptono, 2002). Dalam penelitian terdahulu tentang kepuasan pelanggan oleh Diapinsa Zakaria dan Suwitho (2017) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan ialah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk(atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Faktor yang

menentukan tingkat kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya.

Kualitas produk, mengutip dari Kotler dan Keller dalam Ibrahim (2019) bahwa kualitas produk yaitu kemampuan dari fungsi suatu produk seperti ketahanan, kehandalan, ketepatan, serta kemudahan dalam penggunaan produk tertentu. Begitu pula dengan *Gitata House of Beauty* dimana dalam kualitas produk lebih banyak diminati para wanita di wilayah Grobogan. Produknya sangat lembut, wangi, dan sangat cocok untuk perawatan kulit meskipun observasi di lapangan ada beberapa keluhan konsumen yang terkadang tidak cocok dengan produk, walaupun sebelum pemakaian produk sudah diperiksa dan diberikan sesuai jenis kulit namun beberapa konsumen mengalami iritasi kulit dan lamban dalam proses perbaikan pada kulit mereka. Dalam penelitian sebelumnya, Ibrahim (2019) menyebutkan bahwa kualitas produk merupakan tingkat kualitas fungsi suatu produk dan menyebutkan bahwa kualitas produk sangat berpengaruh terhadapkepuasan pelanggan.

Menurut Malik dalam Yulianto (2017), kualitas pelayanan ialah mutu dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal berdasarkan standar prosedur pelayanan. Dari observasi dilapangan keluhan dari pelayanan yang di berikan *Gitata House of Beauty* ialah kurangnya kenyamanan ketika penumpukan antrian terutama ketika weekend karena ada beberapa konsumen kurang sabar ketika menunggu lama dan membuat konsumen kecewa sehingga memutuskan pindah ke klinik lain ataupun memilih untuk pulang. Dalam penelitian sebelumnya oleh Malik dalam Yulianto (2017) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan sangatlah berpengaruh

terhadap kepuasan pelanggan. Indikator kualitas pelayanan antaranya ialah profesionalisme, kenyamanan, perilaku karyawan, keandalan, kepercayaan dan reputasi.

Harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Harga merupakan kesepakatan transaksi penjual dan pembeli dalam produk ataupun jasa. Di dalam persaingan bisnis yang semakin ketat kini, harga menjadi salah satu tolak ukur suatu produk maupun pelayanan jasa (dikutip dari Kotler dan Keller dalam jurnal Yulianto, 2017). Begitu pula *Gitata House of Beauty* ada beberapa produk dengan perbandingan harga yang lebih tinggi dan lebih rendah dengan produk klinik lain. Kesesuaian harga terhadap produk tersebut membuat konsumen terkadang tidak konsisten dalam penggunaan dan pembelian produk. Daya saing harga dengan klinik yang lain pun menimbulkan persepsi konsumen terhadap harga pesaing di beberapa produk dengan lebih baik kualitasnya. Dalam penelitian sebelumnya, Yulianto (2017) dan Diapinsa (2017) juga mengemukakan bahwa harga merupakan nilai yang harus dibayarkan untuk nilai suatu produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 1.1
Perbandingan harga klinik *Gitata* dan klinik AA

Produk dan pelayanan	<i>Gitata House of Beauty</i>	Klinik AA
Paket day & night cream	Rp. 310.000	Rp. 280.000
Paket acne	Rp. 305.000	Rp. 325.000
Toner badan	Rp. 85.000	Rp. 60.000
Serum vitamin C	Rp. 60.000	Rp. 70.000
Perawatan rambut	Rp. 65.000	Rp. 65.000
Perawatan kuku	Rp. 40.000	Rp. 35.000
Pijat & spa	Rp. 125.000	Rp. 130.000

Body lotion	Rp. 50.000	Rp. 65.000
Perawatan gigi	Rp.150.000	Rp.130.000

Sumber : data sekunder(2022)

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa ada beberapa produk dan pelayanan yang diberikan *Gitata House of Beauty* dengan klinik AA memiliki perbedaan harga dari masing-masing produk, namun setiap produk dan pelayanan memiliki kualitas tersendiri menurut konsumen. Seperti pada produk paket acne di *Gitata House of Beauty* lebih rendah dibanding klinik AA namun di perawatan gigi dan paket *day & night cream* lebih tinggi dengan kualitas yang lebih baik dibanding klinik AA. Dari daya saing harga produk dan pelayanan berpengaruh terhadap minat pembelian konsumen.

Dari faktor-faktor yang menjadi aspek kepuasan pelanggan, salah satu cara yang dipakai *Gitata House of Beauty* untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan menjaga kepuasan pelanggan. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya (Kotler dan Armstrong, 2001).

Tabel 1.2
Data jumlah pengunjung dan jumlah komplain
Gitata House of Beauty periode 2022

Bulan	Jumlah pengunjung	Jumlah komplain
Januari	275	6
Februari	295	8
Maret	300	12
April	315	9

Mei	300	9
Juni	325	10
Juli	290	4
Agustus	295	6
September	315	10
Oktober	320	10
November	300	12
Desember	335	9
Rata-rata	305,4	8,75

Sumber : data sekunder(2022)

Dapat dilihat dari tabel diatas, data jumlah pengunjung dan jumlah komplain pelanggan dapat dilihat bahwa jumlah komplain masih tergolong normal. Dari faktor-faktor yang menjadi aspek kepuasan pelanggan, salah satu cara yang dipakai *Gitatata House of Beauty* untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan menjaga kepuasan pelanggan. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Dari hasil observasi, tingkat Kepuasan pelanggan di salah satu klinik kecantikan di Grobogan yaitu *Gitata House of Beauty* menjadikan alasan para konsumen akan setia terhadap produk dan pelayanan yang diberikan yaitu dipengaruhi oleh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga.

Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini diberi judul "**Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan**" (Studi kasus terhadap konsumen *Gitata House of Beauty*).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka timbul rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah faktor kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Gitata House of Beauty*?
2. Apakah faktor kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Gitata House of Beauty*?
3. Apakah faktor harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Gitata House of Beauty* ?
4. Apakah faktor kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Gitata House of Beauty*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan diatas maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah faktor kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di *Gitata House of Beauty*.
2. Untuk mengetahui apakah faktor kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di *Gitata House of Beauty*.
3. Untuk mengetahui apakah faktor harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *Gitata House of Beauty*.
4. Untuk mengetahui apakah faktor kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *Gitata House of Beauty*

D. Manfaat Penelitian

Sebagai karya ilmiah ini, hasil yang diperoleh diharapkan dapat memberikan

manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan dengan obyek penelitian antara lain :

1. Bagi universitas sumbangan informasi pihak lain untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan dapat menambah kepustakaan sebagai informasi bahan pembanding bagi penelitian lain serta sebagai wujud darma bakti kepada UNDARIS pada umumnya dan Fakultas Ekonomi padakhususnya.
2. Bagi perusahaan hasil penelitian dapat digunakan sebagai pertimbangan maupun bahan informasi dalam rangka mengatasi permasalahan yang ada kaitannya dengan kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.
3. Bagi Ilmu Pengetahuan dapat dipergunakan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan atau perluasan pandangan tentang pelajaran yang didapat dari bangku kuliah dan memperdalam pengetahuan terutama dalam bidang yang dikajiserta sebagai referensi ilmiah bagi para peneliti berikutnya.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kekeliruan dan penafsiran yang diteliti, maka dikemukakan definisi setiap variabel sebagai berikut:

1. Kepuasan pelanggan adalah perasaan menjadi orang yang bahagia atau mengecewakan yang muncul setelah membandingkan kinerja yang diharapkan dengan kinerja produk (Kotler dan Keller dalam Diapinsa, 2017).
2. Kualitas produk yaitu kemampuan dari fungsi suatu produk seperti ketahanan, kehandalan, ketepatan, serta kemudahan dalam penggunaan produk tertentu. Kualitas pelayanan merupakan persepsi pelanggan yang terbentuk dari penilaian pelanggan atas keunggulan produk sesuai dengan kebutuhan dan

keinginan pelanggan (Kotler dan Keller dalam Ibrahim, 2019).

3. Kualitas pelayanan adalah mutu dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal berdasarkan standar prosedur pelayanan (Malik dalam Yulianto, 2017).
4. Harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa (Kotler dan Keller dalam Yulianto, 2017).

F. Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan penelitian ini dijelaskan bab demi bab sebagai berikut:

- BAB I : Pendahuluan, bagian ini diawali dengan latar belakang masalah yang mendasar diadakannya penelitian ini, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, defnisi operasional dan sistematika penulisan.
- BAB II : Landasan teori, bagian ini berisi tinjauan pustaka yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.
- BAB III : Metode penelitian, bagian ini berisi jenis penelitian, variabel penelitian, populasi dan teknik sampling, teknik pengambilan data, teknik analisis data dan metode analisi data.
- BAB IV : Hasil penelitian dan pembahasan bab ini menguraikan hasil penelitian dan pembahasan, bagian ini menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan dari data yang diperoleh.

BAB V : Penutup bab ini menguraikan penutup, bagian ini menguraikan tentang hasil kesimpulan dan saran yang didapat dari pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Pustaka

A. Kepuasan Pelanggan

a. Definisi Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat dirasakan setelah pelanggan membandingkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian barang/jasa dari penjual atau penyedia barang/jasa dengan harapan dari pembeli itu sendiri. Harapan tersebut terbentuk melalui pengalaman pertama mereka dalam membeli suatu barang/jasa, komentar teman dan kenalan, serta janji dan informasi pemasar dan pesaingnya. Pemasar yang ingin unggul dalam persaingan tentu harus memperhatikan harapan pelanggan serta kepuasanpelanggannya.

Banyak pakar yang mendefinisikan kepuasan konsumen berdasarkan persepektifnya masing-masing meskipun tidak terdapat satu definisi tunggal yang menjadi rujukan bersama mengenai kepuasan konsumen, namun pada intinya mereka menyatakan substansi yang sama tentang kepuasan konsumen.

Menurut Kotler dan Keller dalam Diapinsa (2017). Menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja yang diharapkan dengan kinerja produk. Jika kinerja dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas/senang.

b. Elemen Kepuasan Pelanggan

Elemen kepuasan pelanggan menurut Wilkie (1994) menyatakan bahwa terdapat 5 elemen dalam kepuasan pelanggan yaitu sebagaiberikut :

1. *Expectations* (harapan)

Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut.

2. *Performance* (kinerja)

Performance atau kinerja merupakan pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpadipengaruhi oleh harapan mereka.

3. *Comparison* (perbandingan)

Setelah mengkonsumsi barang atau jasa maka konsumen akan membandingkan harapan terhadap kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan kinerja aktual barang atau jasa tersebut.

4. *Confirmation* atau *disconfirmation*

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda atau dari pengalaman orang lain.

5. *Discrepancy* (ketidaksesuaian)

Discrepancy mengindikasikan bagaimana perbedaan antara level kinerja dengan harapan. *Negative disconfirmation* yaitu ketika kinerja aktual berada dibawah level harapan. Sebaliknya, *positive disconfirmation* yaitu ketika kinerja aktual berada diatas level harapan.

c. Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller dalam Diapinsa (2017), dalam menentukan kepuasan konsumen ada lima indikator yang harus diperhatikan oleh perusahaan, antara lain:

1. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
5. Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

d. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Kotler dan Keller (2009) mengemukakan bahwa terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran. Setiap perusahaan yang berpusat pada pelanggan (customer centered) perlu memberikan kesempatan bagi

pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Banyak restoran dan hotel yang memberikan formulir bagi tamu untuk mengetahui kesukaan dan keluhan mereka.

2. Survei kepuasan pelanggan. Perusahaan tidak dapat beranggapan bahwa sistem keluhan dan saran dapat menggambarkan secara lengkap kepuasan dan kekecewaan pelanggan. Perusahaan yang responsif mengukur kepuasan pelanggan dengan mengadakan survey berkala.
3. *Ghost shopping* (pembeli bayangan). Metode ini dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan pesaing untuk melaporkan titik-titik kuat maupun titik-titik lemah yang mereka alami waktu membeli produk perusahaan maupun produk pesaing.
4. *Lost customer analysis* (analisis pelanggan yang beralih). Perusahaan sebaiknya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah berpindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal ini terjadi dan supaya dapat mengambil kebijaksanaan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.

Namun, tidak sedikit dari perusahaan yang belum memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumennya. Hal ini tentu disebabkan oleh beberapa hal, seperti :

1. Tidak mengetahui apa yang diharapkan konsumen.
2. Kurangnya saran dari para konsumen
3. Kurang fokus dalam membangun relasi dengan konsumen.

4. Kurang memperhatikan terhadap standar pelayanan yang baik.
5. Kurangnya sarana dan prasarana pendukung dalam pelayanan.

Itulah beberapa hal yang menyebabkan perusahaan kurang memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumennya. Padahal sebenarnya hal-hal tersebut bisa diatasi apabila perusahaan lebih memperhatikan kebutuhan konsumennya.

Konsep ini hampir pasti selalu hadir di buku teks standar yang mengupas strategi bisnis dan pemasaran. Slogan dan motto perusahaan juga menyinggungnya (Tjiptono, 2012). Secara konseptual kepuasan pelanggan digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.1

Konsep Kepuasan Pelanggan

e. Manfaat Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2012), kepuasan pelanggan telah menjelma menjadi kewajiban bagi setiap organisasi bisnis, peneliti pemasaran, eksekutif bisnis, bahkan politisi. Kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan konsumen dan akan memberikan berbagai manfaat seperti:

1. Berdampak positif pada loyalitas pelanggan.
2. Berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan.
3. Menekan biaya transaksi pelanggan di masa depan.
4. Menekan volatilitas dan risiko berkenaan dengan prediksi aliran kas masa depan.
5. Meningkatkan toleransi harga.
6. Rekomendasi gethok tular positif.
7. Pelanggan cenderung lebih reseptif terhadap *product-line extensions*, *brand extensions*, dan *new add-on services* yang ditawarkan perusahaan.
8. Meningkatkan *bargaining power* relatif perusahaan terhadap jaringan pemasok, mitra bisnis, dan saluran distribusi.

2. Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Kotler dan Keller dalam Ibrahim (2019), bahwa kualitas produk yaitu kemampuan dari fungsi suatu produk seperti ketahanan, kehandalan, ketepatan, serta kemudahan dalam penggunaan produk tertentu.

b. Indikator Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller dalam Ibrahim (2019), indikator kualitas produk, diantaranya adalah:

1. Bentuk (*form*) yaitu bentuk produk meliputi ukuran, bentuk atau struktur fisik produk.
2. fitur produk (*features*) yaitu karakteristik atau ciri-ciri tambahan yang melengkapi manfaat dasar suatu produk.

3. Penyesuaian (*customization*), pemasar dapat menyesuaikan produk sesuai yang diinginkan konsumen.
4. Kualitas kinerja, yaitu tingkat kualitas produk yang dirasakan konsumen.
5. Kualitas kesesuaian, kualitas produk sesuai dengan spesifikasi.
6. Ketahanan (*durability*) daya tahan produk.
7. Keandalan (*reliability*) keandalan produk tidak pernah gagal dalam periode waktu tertentu.
8. Kemudahan diperbaiki, kemudahan suatu produk dalam perbaikan ketika gagal
9. Gaya (*style*) ialah penampilan produk.
10. Desain, totalitas fitur dan fungsi produk.

3. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Pengertian Kualitas Pelayanan menurut Malik dalam Yulianto (2017), kualitas pelayanan adalah mutu dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal berdasarkan standar prosedur pelayanan.

Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.

Berdasarkan teori-teori tentang kualitas pelayanan diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh pihak

perusahaan berupa hal yang tidak berwujud namun dapat dirasakan. Apabila layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan konsumen, maka kualitas yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan konsumen, maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal, tetapi sebaliknya jika layanan yang diterima atau dirasakan lebih rendah dari yang diharapkan.

b. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Malik dalam Yulianto (2017). Indikator- indikator kualitas layanan adalah sebagai berikut:

1. Keterampilan dan profesionalisme

Pelayanan ini, merupakan, kemampuan petugas pelayanan yaitu tingkat keahlian dan keterampilan yang dimiliki petugas dalam memberikan/ menyelesaikan pelayanan kepada konsumen.

2. Perilaku dan sikap karyawan

Pelayanan ini, merupakan, kesopanan dan keramahan petugas yaitu sikap dan perilaku petugas dalam memberikan pelayanan kepada konsumen secara sopan dan ramah serta saling menghargai dan menghormati.

3. Flexibilitas dan kenyamanan

Pelayanan ini, merupakan, kenyamanan lingkungan seperti kondisi sarana dan prasarana pelayanan yang bersih, rapi, dan teratur sehingga dapat memberikan rasa nyaman kepada konsumennya.

4. Kepercayaan dan kehandalan

Pelayanan ini, merupakan, kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat waktu dan memuaskan konsumen.

5. Pemulihan layanan

Pelayanan ini, merupakan, kemampuan dan kemudahan karyawan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan para konsumennya.

6. Cakupan layanan

Pelayanan ini, merupakan, fasilitas-fasilitas pendukung yang disediakan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan para konsumen.

7. Kredibilitas dan reputasi

Pelayanan ini, merupakan, kemampasn perusahaan untuk memuaskan konsumennya, sehingga selalu di pertimbangkan konsumen untuk menggunakan yang ditawarkan.

4. Harga

a. Pengertian Harga

Dikutip dari Kotler dan Keller dalam jurnal Yulianto (2017) harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Harga merupakan kesepakatan transaksi penjual dan pembelidalam produk ataupun jasa.

Harga adalah suatu nilai yang dibuat untuk menjadi patokan nilai suatu barang atau jasa. Harga merupakan suatu nilai produk, karna akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen. Harga juga menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli, sehingga perlu pertimbangan khusus untuk menentukan harga tersebut.

b. Tujuan Penetapan Harga

Menurut Tjiptono (2015) menyatakan bahwa terdapat empat macam tujuan penetapan harga, yaitu:

1. Tujuan mengacu terhadap laba, perusahaan memilih harga untuk dapat menghasilkan laba yang tinggi.
2. Tujuan mengacu pada citra, perusahaan dapat menetapkan harga tinggi dalam membentuk citra prestisius, dan harga tertentu citra nilai tertentu.
3. Tujuan mengacu pada volume penjualan, menetapkan harga agar bisa mencapai tingkat target volume penjualan.
4. Tujuan mengacu terhadap stabilitas harga, perusahaan mempertahankan untuk hubungan yang stabil antara harga dari perusahaan dengan harga pemimpin.

c. Metode Penetapan Harga

Menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2012) yang menjelaskan metode penetapan harga sebagai berikut:

1. Metode penetapan harga berbasis permintaan

Adalah suatu metode yang menekankan pada faktor-faktor yang mempengaruhi selera pelanggan dari pada faktor-faktor seperti biaya, laba, dan persaingan.

2. Metode penetapan harga berbasis biaya

Metode ini faktor penentu harga yang utama adalah aspek penawaran atau biaya bukan aspek permintaan. Harga ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu sehingga dapat

menutupi biaya-biaya langsung, biaya overhead, dan laba.

3. Metode penetapan harga berbasis laba

Metode ini berusaha menyeimbangkan pendapatan dan biaya dalam menetapkan harganya. Upaya ini dapat dilakukan atas dasar target volume laba spesifik atau dinyatakan dalam bentuk persentase terhadap penjualan atau investasi. Metode penetapan harga berbasis dari target keuntungan laba, dan target laba atas harga investasi.

4. Metode penetapan harga berbasis persaingan

Selain berdasarkan pada pertimbangan biaya, permintaan, atau laba, harga juga dapat ditetapkan atas dasar persaingan, yaitu apa yang dilakukan pesaing.

d. Indikator Harga

Menurut Kotler dan Keller dalam Yulianto (2017). Terdapat beberapa indikator-indikator terkait harga, yaitu:

1. Harga yang ditetapkan.

Harga yang ditetapkan merupakan kesesuaian keinginan dan kebutuhan konsumen untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari kualitas produk barang/jasa serta pelayanannya.

2. Keterjangkauan harga.

Setiap konsumen tentunya ingin harga yang murah untuk setiap produk atau jasa yang ingin mereka dapatkan.

3. Kesesuaian harga dengan kualitas.

Harga yang sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen agar dapat

menghasilkan kualitas produk barang/jasa dan menimbulkan rasa kepuasan bagi konsumen.

4. Daya saing harga.

Harga yang kompetitif agar menimbulkan persepsi bagi konsumen terhadap harga-harga pesaing yang menawarkan produk barang/jasa yang sejenis.

5. Potongan harga.

Harga yang diberikan dalam bentuk pemotongan dan bonus- bonus tertentu yang dapat menimbut kan rasa kepuasan konsumen terhadap produk barang/jasa bahkan perusahaan itu sendiri.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan adalah sebagai referensi atau acuan dalam melakukan pelaksanaan suatu penelitian. Dalam penelitian ini terdapat beberapa penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan referensi, seperti yang terlihat dalam tabel dibawah ini:

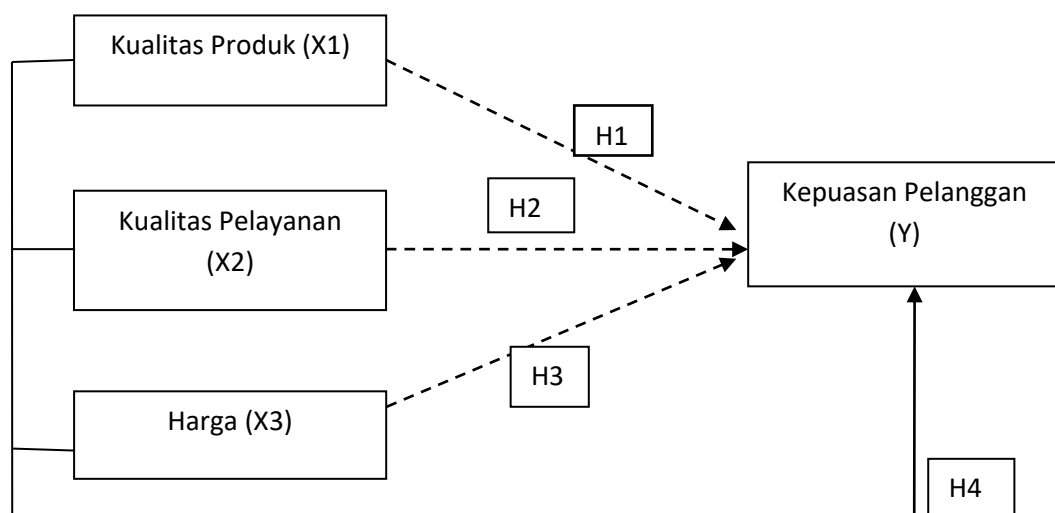
Tabel 2.1 PenelitianTerdahulu

Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Diapinsa Gema Zakaria dan Suwitho. Vol.6 (2017)	Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan (blue bird, Surabaya).	Hasil pengujian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan variabel-variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga masing-masing mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi taksi blue bird di Surabaya.
Akbar Dwi Yulianto (2017)	Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas layanan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga, kualitas produk dan kualitas layanan secara parsial

	terhadap kepuasan pelanggan Kentucky fried chicken (kfc) Surabaya.	berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan kfc di Surabaya.
Erlinda tehuayo (2020)	Pengaruh kualitas pelayanan perawatan kecantikan terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.	Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
Malik Ibrahim (2019)	Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.	Kualitas produk telah membuktikan hubungan dan signifikan variasi dari kepuasan pelanggan. Sedangkan kualitas pelayanan belum dapat membuktikan keterikatan dari kepuasan pelanggan.
Dewi Iftiatul Aini, Agustin HP, Saiful Amin (2021)	pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di klinik kecantikan D'va Banyuwangi.	Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen D'va klinik kecantikan di Banyuwangi.

C. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini akan meneliti analisis pengaruh produk, price/harga, promosi dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Kerangka pemikiran teoritis dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran

Keterangan gambar :

-----> : Secara parsial
—————> : Secara simultan

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Rumusan masalah penelitian dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiris (Sugiyono 2016). Dalam penelitian ini hipotesis dikemukakan sebagai berikut:

H1 : Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Gitata House of Beauty*.

H2 : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Gitata House of Beauty*.

H3 : Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Gitata House of Beauty*.

H4 : Kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Gitata House of Beauty*.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Sebuah penelitian agar mempermudah langkah-langkah penelitian sehingga masalah dapat diselesaikan maka seorang peneliti perlu menetapkan terlebih dahulu metode penelitian yang akan digunakan. Metode penelitian menurut Sugiyono (2017) “Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan”.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa metode penelitian adalah suatu cara ilmiah atau teknik yang digunakan demi memperoleh data mengenai suatu objek dari penelitian yang memiliki tujuan untuk memecahkan suatu permasalahan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kausal komperatif dan data yang diperoleh dianalisis secara kuantitatif. Penelitian kausal komperatif yang bertujuan untuk mendapatkan bukti hubungan sebab akibat antara variabel independen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan.

Penelitian menjelaskan hubungan kausal antar variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Dalam penelitian ini penulis berupaya menjelaskan hubungan antara variabel kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), harga (X3) dan kepuasan pelanggan (Y).

B. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di *Gitata House Of Beauty* yang beralamat di Jalan Raya Kuwu-Blora, Desa Kuwu, Kecamatan Kradenan, Kabupaten Grobogan.

C. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016).

Variabel-variabel yang diukur dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua yaitu:

1. Variabel bebas (*independence variable*)

Menurut Sugiyono, variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga

2. Variabel terikat (*dependent variable*)

Menurut Sugiyono, variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat (y) yang digunakan adalah kepuasan pelanggan. Pengumpulan informasi mengenai variabel ini berdasarkan kuesioner, berupa daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden.

Selanjutnya indikator yang digunakan sebagai acuan untuk memudahkan dalam penelitian dalam tabel berikut ini:

Tabel 3.1 Indikator Variabel

Variabel	Indikator	Skala pengukuran
Kualitas produk (X1) (menurut Kotler dan Keller dalam Ibrahim,201)	1. Bentuk (form) 2. Fitur (features) 3. Penyesuaian 4. Kualitas kinerja 5. Kualitas kesesuaian 6. Ketahanan (durability) 7. Keandalan (reliability) 8. Kemudahan perbaikan 9. Gaya(style) 10. Desain	Likert dengan interval 1-5
Kualitas pelayanan (X2) (Malik dalam Yulianto,2017)	1. Keterampilan dan profesionalisme 2. Perilaku dan sikap karyawan 3. Kenyamanan 4. Kepercayaan dan kehandalan 5. Pemulihan layanan 6. Cakupan layanan 7. Kredibilitas dan reputasi	Likert dengan interval 1-5
Harga (X3) (Kotler dan Keller dalam Yulianto,2017)	1. Harga yang ditetapkan 2. Keterjangkauan harga 3. Kesesuaian harga dengan kualitas 4. Daya saing harga 5. Potongan harga	Likert dengan interval 1-5
Kepuasan pelanggan (Y) (Kotler dan Keller dalam Diapinda,2017)	1. Kualitas produk 2. Kualitas pelayanan 3. Emosi 4. Harga 5. Biaya	Likert dengan interval 1-5

Sumber: data diperoleh dari peneliti

D. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. (Sugiono, 2018). Populasi dalam

penelitian ini adalah konsumen dari *Gitata House of Beauty* sebanyak 300 orang.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiono, 2016). Jumlah sampel diambil berdasarkan rumus Slovin ialah

$$n = N / (1 + N (e^2))$$

Dimana:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : kelonggaran ketidak telitian karena kesalah pengambilan sampel yang dapat ditoleransi. Konstanta (5%)

Populasi N= 300 dengan asumsi tingkat kesalahan (e)=5% , maka jumlah sampel yang harus digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak :

$$n = 300/1+300(0,05)^2 = 300/1,75 = 171$$

Berdasarkan perhitungan diatas sampel yang harus diambil adalah sebanyak 171 responden.

Adapun pendapat Sugiyono (2016), teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur(anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Berdasarkan data dan informasi, maka peneliti juga melakukan pengambilan sampel dengan *random sampling* teknik yang digunakan yaitu pengambilan sampel secara acak (Sugiyono, 2016). Sesuai dengan penentuan responden, maka peneliti menyatakan yang dijadikan sampel adalah 171

konsumen *Gitata House of Beauty*.

E. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Sugiyono (2016) mengelompokkan jenis data menjadi dua macam data yang selanjutnya digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

- a. Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata atau kalimat. Data kualitatif digunakan untuk mengevaluasi beberapa variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat dan untuk memperjelas perolehan hasil data kualitatif. Data kualitatif dalam penelitian ini diambil dari identitas responden (jenis kelamin, umur, pendidikan, masa kerja) dan tanggapan atau jawaban responden melalui penyebaran kuesioner.
- b. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif adalah validitas, reliabilitas, korelasi sederhana dan berganda, regresi linier sederhana dan berganda, determinasi (*adjusted r square*), uji t dan f.

2. Sumber Data

Sugiyono (2016) mengelompokkan sumber data menjadi dua macam data yang selanjutnya digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

- a. Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari responden melalui penyebaran kuesioner.
- b. Sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan

data kepada pengumpul data, misal lewat orang lain atau dokumen. Sumber data sekunder diperoleh dari buku, jurnal skripsi, catatan atau laporan dari perusahaan yang dijadikan tempat penelitian.

F. Teknik Pengambilan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini menurut Sugiono (2016) sebagai berikut :

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Jawaban tersebut diukur dengan menggunakan skala likert (Sugiono, 2016).

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, peneliti dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item. Item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dan sangat positif sampai sangat negatif, sementara metode dokumentasi, yaitu peneliti mengumpulkan data berdasarkan pada :

Berdasarkan hasil pengumpulan data berdasarkan skala likert bisa dilihat di tabel 3.2 berikut :

Tabel 3.2 Skala Likert

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

B. Observasi

Menurut Sugiono (2017) observasi sebagai teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lainnya. Observasi dilakukan dengan melihat langsung di lapangan misalnya kondisi ruang kerja dan lingkungan kerja yang dapat digunakan untuk menentukan faktor layang yang didukung dengan adanya wawancara dan kuesioner.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan salah satu kegiatan penelitian berupa proses penyusunan dan pengolahan data menjadi sebuah laporan. Tujuan analisis data adalah mengubah data ke dalam bentuk yang lebih sederhana agar mudah dibaca dan diinterpretasikan. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini berbasis perhitungan statistik dengan memanfaatkan aplikasi SPSS versi 23 sebagai media perhitungan statistiknya. Analisis data diawali dengan uji terhadap instrument penelitian terlebih dahulu sebelum instrument penelitian tersebut digunakan untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

Teknik analisis data digunakan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengolah data tersebut untuk menjawab perumusan masalah dan pengujian hipotesis yang diajukan (Sujarweni, 2015). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dijelaskan oleh penulis sebagai berikut :

1. Uji Instrument

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner

mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2018). Uji validitas dapat juga dilakukan dengan membandingkan nilai *corrected item-total correlation* dengan menggunakan rumus $df = n - 2$. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan bernilai positif maka pertanyaan indikator dinyatakan valid. Perhitungan dilakukan dengan menggunakan program aplikasi SPSS versi 23 untuk menentukan valid atau tidaknya suatu kuesioner dengan membandingkan r hitung. Jika r hitung lebih besar dari nilai r tabel dan taraf signifikansi 5% atau 0,05 maka item pertanyaan dinyatakan valid.

Uji validitas dilakukan terhadap 10 responden diluar penelitian sesungguhnya untuk mengukur kelayakan instrument atau alat ukur penelitian. Hasil dari pengujian data uji validitas terhadap 10 responden diluar sampel penelitian sebagai berikut:

Tabel 3.3
Ringkasan hasil pengukuran validitas responden

Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kualitas Produk(X1)			
X1.1	0,892	0,632	Valid
X1.2	0,815	0,632	Valid
X1.3	0,851	0,632	Valid
X1.4	0,765	0,632	Valid
X1.5	0,704	0,632	Valid
X1.6	0,927	0,632	Valid
X1.7	0,713	0,632	Valid
X1.8	0,743	0,632	Valid
X1.9	0,745	0,632	Valid
X1.10	0,892	0,632	Valid
Kualitas Pelayanan(X2)			
X2.1	0,869	0,632	Valid
X2.2	0,735	0,632	Valid
X2.3	0,670	0,632	Valid
X2.4	0,627	0,632	Valid
X2.5	0,869	0,632	Valid
X2.6	0,670	0,632	Valid
X2.7	0,638	0,632	Valid
X2.8	0,638	0,632	Valid

X2.9	0,632	0,632	Valid
X2.10	0,638	0,632	Valid
Harga (X3)			
X3.1	0,816	0,632	Valid
X3.2	0,884	0,632	Valid
X3.3	0,783	0,632	Valid
X3.4	0,783	0,632	Valid
X3.5	0,837	0,632	Valid
X3.6	0,904	0,632	Valid
X3.7	0,808	0,632	Valid
X3.8	0,850	0,632	Valid
X3.9	0,767	0,632	Valid
X3.10	0,756	0,632	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)			
Y.1	0,728	0,632	Valid
Y.2	0,885	0,632	Valid
Y.3	0,844	0,632	Valid
Y.4	0,762	0,632	Valid
Y.5	0,798	0,632	Valid
Y.6	0,743	0,632	Valid
Y.7	0,816	0,632	Valid
Y.8	0,927	0,632	Valid
Y.9	0,876	0,632	Valid
Y.10	0,774	0,632	Valid

Sumber: Data Primer (diolah)

Tabel 3.3 menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai koefisien korelasi yang lebih *besar* dari $r_{tabel} = 0,632$ (nilai r_{tabel} untuk $n=10$). Sehingga semua indikator tersebut adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas bertujuan untuk mengukur kehandalan kuesioner jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018). Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan (seperti skala Likert 1-5) adalah *CronbachAlpha*(α).

Menurut Ghozali (2018) uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama – sama

terhadap seluruh butir pertanyaan dengan kriteria sebagai berikut :

- a) Jika nilai Cronbach Alpha > 0,70 maka item pertanyaan adalah reliabel.
- b) Jika nilai Cronbach Alpha < 0,70 maka item pertanyaan adalah tidak reliabel.

Uji reliabilitas menggunakan rumus menurut Sujarweni (2014) sebagai berikut :

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

keterangan :

r = Koefisien reliabilitas alpha

k = Banyak butir pertanyaan

$\sum \sigma^2$ = Total varian butir

Σt^2 = Total varian

Uji realibilitas dilakukan terhadap 10 responden diluar sampel sesungguhnya untuk menguji kelayakan instrument (alat ukur) penelitian. Hasil uji reliabilitas terhadap 10 responden sebagai berikut:

Tabel 3.4

Hasil pengukuran Reliabilitas item kuesioner

Variabel	Cronbach Alpha	Standard α	Keterangan
Kualitas Produk (X_1)	0,931	0,700	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X_2)	0,873	0,700	Reliabel
Harga (X_3)	0,938	0,700	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,945	0,700	Reliabel

Sumber: Data Primer (diolah)

Tabel 3.4 diatas, terlihat bahwa nilai *Cronbach Alpha* dari tiap-tiap konstruk lebih besar dari 0,700 yang berarti bahwa kuesioner yang merupakan indikator-indikator dari variabel atau konstruk tersebut reliabel atau handal.

2. Analisis Data

1. Uji Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mengukur kekuatan hubungan antar dua variabel. Korelasi tidak menunjukkan hubungan fungsional atau dengan kata lain analisis korelasi tidak membedakan antara variabel terikat dengan variabel bebas (Ghozali, 2016). Uji korelasi dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 23 interpretasi mengenai hubungan antara dua variabel dengan kriteria menurut Sugiyono (2016) sebagai berikut:

Tabel 3.5
Taksiran besarnya koefisien korelasi

Interval koefisien	Tingkat hubungan
0,000-0,199	Sangat rendah
0,200-0,399	Rendah
0,400-0,599	Sedang
0,600-0,799	Kuat
0,8000-0,999	Sangat kuat

Sumber data : data sekunder

Uji korelasi dalam penelitian ini menggunakan korelasi sederhana dan berganda penjelasannya sebagai berikut:

a. Analisis korelasi sederhana

Korelasi sederhana digunakan untuk menguji dua variabel (satu variabel bebas dan satu terikat) apakah ada hubungannya atau tidak. Perhitungan korelasi sederhana dengan menggunakan program SPSS versi 23. Uji korelasi sederhana menggunakan rumus yang dapat dituliskan sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

dimana:

r_{xy} = nilai koefisien korelasi

y = jumlah skor y (kepuasan pelanggan)

x = jumlah skor x (kualitas produk x1, kualitas pelayanan x2 dan harga x3)

koefisien korelasi sederhana yang dinyantakan dengan symbol “r” menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara dua variabel. Koefisien korelasi sederhana digunakan untuk mengetahui hubungan antara kualitas produk (X1), kualitas pelayanan(X2), dan harga (X3) kepuasan pelanggan (Y) secara parsial. Koefisien korelasi berkisar antara 1 sampai -1, nilai semakin mendekati 1 atau -1 berarti hubungan antara dua variabel semakin kuat, sebaliknya nilai mendekati 0 berarti hubungan antara dua variabel semakin lemah.

b. Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda adalah analisis yang digunakan untuk mencari hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen secara simultan. Korelasi berganda adalah suatu korelasi yang bermaksud untuk melihat hubungan antara 3 variabel atau lebih (dua atau lebih variabel dependen dan satu variabel independen).Korelasi berganda berkaitan dengan interkorelasi variabel – variabel independen sebagaimana korelasi dengan variabel dependen. Rumus korelasi berganda sebagai berikut :

$$R_{yX_1X_2X_3} = \sqrt{\frac{r^2_{xy1} + r^2_{xy2} + r^2_{yx3}}{1 - r_{x1x2x3}}}$$

Keterangan :

$R_{y X_1, X_2, X_3}$ = korelasi berganda antar X dan Y

- r_{yx1} = koefisien korelasi variabel X1(Kualitas Produk) dan Y (Kepuasan Pelanggan)
- r_{yx2} = koefisien korelasi variabel X2(Kualitas Pelayanan) dan Y (Kepuasan Pelanggan)
- r_{yx3} = koefisien korelasi variabel X3 (Harga) dan Y (Kepuasan Pelanggan)
- $r_{x1x2x3x4}$ = koefisien korelasi variabel X1 (Kualitas Produk), X2 (Kualitas Pelayanan), X3 (Harga).

2. Uji Regresi

a. Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi sederhana di gunakan untuk mengukur besarnya pengaruh antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisa ini untuk mengetahui arah pengaruh dan hubungan antara variabel independen (X) dengan variabel (Y) apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen (Y) apabila nilai variabel independen (X) mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Rumus regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + \beta X$$

Keterangan :

Y = variabel terikat (Kepuasan Pelanggan)

a = bilangan konstanta, yaitu Y jika X = 0

β =koefisienregresi,yaitu nilai peningkatan atau penurunan variabel Y

yang didasarkan variabel X

X = variabel bebas (Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga

b. Regresi Linier Berganda

a. Metode Menilai Goodness Of Fit Suatu Model Regresi

Regresi linier berganda digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat (Sugiyono, 2016). Model persamaan regresi linier berganda dengan rumus menurut Sugiyono (2016) sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana :

Y = Variabel Kepuasan Pelanggan

X1= Variabel Kualitas Produk

X2= Variabel Kualitas Pelayanan

X3= Variabel Harga

a= Bilangan konstanta

b_{1,2,3,4} = Koefisien regresi

e = Error

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Besarnya kontribusi variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara simultan dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor lainnya. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan

variabel– variabel independen dalam dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel – variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Jika dalam proses mendapatkan nilai R^2 tinggi dapat diartikan baik, tetapi jika nilai R^2 rendah tidak berarti model regresi jelek.

Kelemahan koefisien determinasi adalah jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen. Maka nilai R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh Karena itu saat mengevaluasi menggunakan nilai adjusted R^2 , tidak seperti R^2 nilai adjusted R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model (Ghozali,2016)

H. Pengujian Hipotesis

Rancangan pengujian hipotesis ini dinilai dengan penetapan hipotesis nol dan hipotesis alternatif, penelitian uji statistik dan perhitungan nilai uji statistik, perhitungan hipotesis, penetapan tingkat signifikan dan penarikan kesimpulan.

Hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis nol (H_0) tidak terdapat pengaruh yang signifikan dan Hipotesis pertama (H_1) menunjukkan adanya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini secara parsial

menggunakan Uji t, sedangkan Pengujian hipotesis dalam penelitian ini secara simultan menggunakan Uji F.

a. Uji t (parsial)

Menurut (Ghozali, 2016) uji t digunakan untuk menguji tingkat signifikansi variabel bebas (X) secara parsial ada atau tidaknya pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).

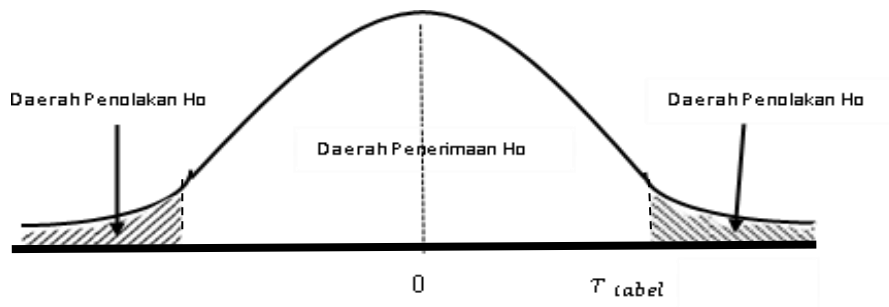
kriteria yang digunakan sebagai dasar perbandingan dalam uji *t* (pengujian secara parsial) adalah sebagai berikut:

- 1) Hipotesis yang diuji dengan taraf nyata (α) = 5% (uji dua arah = 2,5% atau 0,25).
 - a. $H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$ tidak ada pengaruh antara variabel X (Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan) secara parsial terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan).
 - b. $H_a: \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$ ada pengaruh antara variabel X (Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga) secara parsial terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan).
- 2) Menentukan nilai thitung dengan tingkat signifikansi $< 0,05$ yang diperoleh dari hasil pengolahan dengan program SPSS versi 23.
- 3) Menentukan nilai ttabel dengan rumus $df = n - k - 1$ dengan keterangan *df* (*degree of freedom*) atau derajat kebebasan, *n* adalah ~~jumlah~~ atau jumlah responden, *k* adalah konstruk atau jumlah variabel independent, dan 1 adalah rumus atau dengan

asumsi jumlah y.

4) Kesimpulan

- a. Apabila $-t_{tabel} < t_{hitung}$ atau $t_{tabel} > t_{hitung}$ dan tingkat signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima atau H_a ditolak artinya tidak ada pengaruh variabel Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Harga (X3) secara parsial.



Gambar 3.1
Uji t parsial

b. Uji F (simultan)

Menurut (Ghozali, 2016) uji F digunakan untuk menguji tingkat signifikansi bebas (X) secara simultan ada atau tidaknya pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Kriteria dalam uji f dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Hipotesis yang diuji dengan taraf nyata (α) = 5% (uji satu arah).
 - a) $H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$ tidak ada pengaruh antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel.
 - b) $H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$ ada pengaruh antara variabel bebas

secara simultan terhadap variabel terikat.

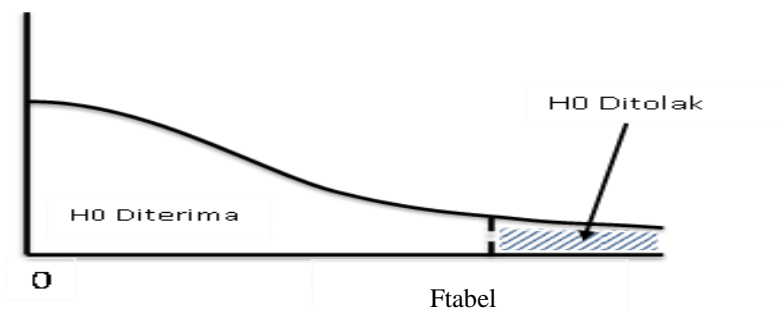
2. Menentukan nilai F_{hitung} dengan tingkat signifikansi $< 0,05$ yang diperoleh dari hasil pengolahan dengan program SPSS versi 23.

a) Menentukan nilai F_{tabel} dengan rumus $df = n - k - 1$ dengan keterangan df (*degree of freedom*) atau derajat kebebasan, n adalah *jumlah* atau jumlah responden, k adalah konstruk atau jumlah variabel bebas, dan 1 adalah rumus atau dengan asumsi jumlah y .

3. Kesimpulan

a) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima artinya ada pengaruh antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

b) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima atau H_a ditolak artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.



Gambar 3.2
Uji F simultan

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. *Gitata House of Beauty*

Gitata House of Beauty adalah sebuah usaha kesehatan yang bergerak dalam bidang perawatan kulit wajah dan gigi. Klinik *Gitata House of Beauty* berdiri pada tahun 2015 yang didirikan oleh Gitania Mayasari. Alasan didirikannya Klinik *Gitata House of Beauty* adalah tingginya potensi komersial dunia kecantikan yang berkembang diantara banyaknya klinik kecantikan di wilayah Grobogan.

Gitata House of Beauty hadir berbeda dengan klinik kecantikan yang lain, sebab *Gitata House of Beauty* memiliki *price list*/daftar harga perawatan yang amat terjangkau sehingga semua kalangan masyarakat baik yang berekonomi tinggi maupun menengah yang memiliki permasalahan kulit wajah dapat mendapatkan perawatan terbaik dari *Gitata House of Beauty*. Disamping itu, *Gitata House of Beauty* memiliki perawatan yang cukup lengkap karena bukan hanya perawatan untuk kulit wajah namun juga perawatan untuk gigi.

Gitata House of Beauty memiliki tagline “*Beauty is Power*”. Untuk tetap bertahan di tengah persaingan klinik perawatan kulit yang kian ketat, salah satu kiat *Gitata House of Beauty* adalah terus berupaya meningkatkan kapasitas para SDM dan bagian pengembangan produk untuk dapat memberi pelayanan terbaik pada pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan harus terus membaca apa yang menjadi kebutuhan konsumen guna mencapai tingkat kepuasan konsumen yang tinggi.

B. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Kebutuhan akan perawatan kulit tidak hanya di kalangan wanita saja, namun saat ini banyak pria yang pergi ke klinik kecantikan untuk perawatan. Oleh karena itu, perawatan kecantikan sepertinya tidak selalu melihat jenis kelamin. Berikut rincian responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
Perempuan	158	92,4%
Laki-laki	13	7,6%
Total	171	100%

Sumber: Data Primer (diolah)

Berdasarkan Tabel 4.1 diatas dapat dilihat bahwa konsumen Gitata House of Beauty didominasi oleh perempuan sebesar 158 orang atau 92,4% responden dan laki-laki berjumlah 13 orang atau 7,6% responden. Dari data tersebut terlihat bahwa wanita tampaknya lebih tertarik perawatan di klinik kecantikan dibandingkan dengan pria.

2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, komposisi responden menurut aspek usia dapat dilihat pada Tabel 4.2 sebagai berikut :

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Usia

Umur	Jumlah Responden	Presentase (%)
18-25 tahun	92	53,8%
26-35 tahun	53	31%
36-45 tahun	19	11,1%
>45 tahun	7	4,1%
Total	171	100%

Sumber: Data Primer (diolah)

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa untuk umur responden yang terbanyak adalah yang berumur antara 18 – 25 tahun yaitu sebanyak 92 orang atau 53,8%, diikuti dengan usia responden antara 26 – 35 tahun sebanyak 53 orang atau 31%. Umur responden yang paling sedikit adalah umur diatas 45 tahun yang hanya 7 responden atau 4,1%. Dari data tersebut diketahui bahwa responden yang berusia muda cenderung lebih banyak melakukan perawatan di klinik kecantikan.

3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Distribusi responden berdasarkan pendidikan terakhir adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3
Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Presentase (%)
SD-SMP	58	34%
SMA/SMK	70	41%
S1	34	20%
S2	9	5%
Total	171	100%

Sumber: Data Primer (diolah)

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diidentifikasi bahwa responden dalam penelitian ini berdasarakan pendidikan terakhir pada tingkat pendidikan SMA sederajat yaitu berjumlah 58 orang atau sebesar 34%. Kemudian untuk responden dengan tingkat pendidikan terakhir D1-S1 sebanyak 70 responden atau sebesar 41%. Responden dengan tingkat pendidikan terakhir S2 sebanyak 34 responden atau sebesar 20%. Sedangkan untuk responden dengan tingkat pendidikan terakhir S3 sebanyak 9 responden atau sebesar 5%. Berdasarkan data tersebut pendidikan mempengaruhi ketertarikan responden dalam melakukan perawatan di klinik kecantikan.

4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan seringkali menuntut seorang konsumen untuk melakukan berbagai perawatan kecantikan. Jenis pekerjaan responden adalah sebagai berikut :

Tabel 4.4
Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Presentase (%)
Pengusaha	16	9,3%
Pegawai Swasta	54	31,6%
Pegawai Negeri	22	12,9%
Mahasiswa/Pelajar	73	42,7%
Ibu Rumah Tangga	6	3,5%
Total	171	100%

Sumber: Data Primer (diolah)

Berdasarkan data pada Tabel 4.4 di atas sebanyak 73 orang atau 42,7% responden memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa. Kemudian 54 responden atau 31,6% bekerja sebagai pegawai swasta, 22 orang atau 12,9% bekerja sebagai pegawai negeri. Kondisi demikian menunjukkan bahwa konsumen Gitata House of Beauty sebagian besar sudah bekerja atau sedang kuliah.

5. Analisis Data

1) Analisis Korelasi

a. Korelasi Sederhana

Korelasi sederhana digunakan untuk menguji 2 variabel yaitu 1 variabel bebas dan variabel terikat yang dimana hasil pengujiannya untuk mengetahui apakah ada hubungan atau tidak, dengan jenis data keduanya sama rasio atau interval dan distribusi normal. Pengujian ini dilakukan peneliti untuk mengetahui hubungan kualitas produk (X_1) dengan kepuasan pelanggan (Y), kualitas pelayanan (X_2) dengan kepuasan pelanggan (Y), dan harga (X_3) dengan kepuasan pelanggan (Y). Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka hasil pengujian

korelasi sederhana dapat di tunjukkan sebagai berikut:

**Tabel 4.5 Korelasi Sederhana
Hubungan Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Harga (X3)
dengan Kepuasan Pelanggan (Y)**

Correlations		Kualitas Produk	Kualitas Pelayanan	Harga	Kepuasan Pelanggan
Kualitas Produk	Pearson Correlation	1	.824**	.948**	.767**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	171	171	171	171
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.824**	1	.860**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	171	171	171	171
Harga	Pearson Correlation	.948**	.860**	1	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	171	171	171	171
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.767**	.762**	.806**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	171	171	171	171

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

Sumber: Data Primer (diolah)

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa hasil pengolahan data tersebut uji korelasi sederhana antara masing-masing variabel bebas dengan terikat adalah sebagai berikut.

- a. Uji korelasi antara kualitas produk (X_1) dengan kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 0,767. Berdasarkan interpretasi pada Tabel 3.5 halaman 34, hubungan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan berada dalam kategori “kuat”.
- b. Uji korelasi antara kualitas pelayanan (X_2) dengan kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 0,762. Berdasarkan interpretasi pada Tabel 3.5 halaman 34,

hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan berada dalam kategori “kuat”.

- c. Uji korelasi antara harga (X_3) dengan kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 0,806. Berdasarkan interpretasi pada Tabel 3.5 halaman 34, hubungan harga dengan kepuasan pelanggan berada dalam kategori “sangat kuat”.

b. Korelasi Berganda

Korelasi berganda digunakan untuk mengetahui hubungan kepuasan peanggan (Y) dengan kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan harga (X_3) secara simultan. Maka hasil pengujian korelasi berganda dapat ditunjukkan pada Tabel 4.6 berikut :

**Tabel 4.6
Korelasi Berganda**

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.817 ^a	.668	.662	2.280	.668	111.964	3	167	.000

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk
Sumber: Data Primer (diolah)

Dari Tabel 4.6 diatas, terlihat bahwa hasil korelasi berganda antara kulitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan harga (X_3) dengan kepuasan pelanggan (Y) menghasilkan nilai koefisien korelasi berganda sebesar 0,817. Berdasarkan interpretasi nilai koefisien korelasi pada Tabel 3.5 halaman 34 hubungan kulitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan harga (X_3) dengan kepuasan pelanggan (Y) dalam kategori “sangat kuat”.

2) Analisis Regresi

a. Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana adalah analisis yang dipergunakan untuk mengetahui apakah pengaruh dari satu variabel independent (X) yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap satu variabel terikat (Y) yaitu kepuasan pelanggan.

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Analisis regresi linier sederhana dalam penelitian ini digunakan untuk mencari pengaruh variabel kualitas produk (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil uji regresi sederhana dengan menggunakan SPSS versi 23 terdapat pada Tabel 4.7

Tabel 4.7
Uji Regresi Sederhana Antara Kualitas Produk Terhadap
Kepuasan Pelanggan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.679	1.986		5.880	.000
Kualitas Produk	.737	.047	.767	15.526	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Primer (diolah)

Berdasarkan Tabel 4.7 maka persamaan regresi yang mencerminkan pengaruh kualitas produk pada penelitian ini adalah:

$$Y = a + b X_1 + e$$

$$Y = 11,679 + 0,737 X_1 + e$$

Dimana:

Y= Kepuasan pelanggan

a= Konstanta

b= Nilai dan arah koefisien regresi

X= Kualitas produk

Terlihat bahwa nilai konstanta kepuasan pelanggan bernilai positif sebesar 11,679 dan nilai kualitas produk positif 0,737 sehingga dapat dijelaskan bahwa jika kualitas produk sama dengan 0 atau konstan/tetap maka kepuasan pelanggan sebesar 11,679 atau jika kualitas produk dengan nilai tepat sebesar 1 satuan maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,737.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Analisis regresi linier sederhana dalam penelitian ini digunakan untuk mencari pengaruh variabel kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil uji regresi sederhana dengan menggunakan SPSS versi 23.

Tabel 4.8
Uji Regresi Sederhana Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16.395	1.708		9.601	.000
Kualitas Pelayanan	.627	.041	.762	15.314	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Primer (diolah)

Berdasarkan Tabel 4.8 maka persamaan regresi yang mencerminkan pengaruh kualitas pelayanan pada penelitian ini adalah:

$$Y = 16.395 + 0,627 X_2 + e$$

Dimana:

Y= Kepuasan pelanggan

a= Konstanta

b= Nilai dan arah koefisien regresi

X= Kualitas pelayanan

Terlihat bahwa nilai konstanta kepuasan pelanggan bernilai positif sebesar 16.395 dan nilai kualitas pelayanan positif 0,627 sehingga dapat dijelaskan bahwa jika kualitas pelayanan sama dengan 0 atau konstan/tetap maka kepuasan pelanggan sebesar 16.395 atau jika kualitas pelayanan dengan nilai tepat sebesar 1 satuan maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,627.

3. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Analisis regresi linier sederhana dalam penelitian ini digunakan untuk mencari pengaruh harga (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil uji regresi sederhana dengan menggunakan SPSS versi 23 terdapat pada Tabel 4.9

Tabel 4.9
Uji Regresi Sederhana Antara Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.202	1.714		7.119	.000
	Harga	.723	.041	.806	17.698	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Primer (diolah)

Berdasarkan Tabel 4.9 maka persamaan regresi yang mencerminkan pengaruh harga pada penelitian ini adalah:

$$Y = 12.202 + 0,723 X_3 + e$$

Dimana:

Y= Kepuasan pelanggan

a= Konstanta

b= Nilai dan arah koefisien regresi

X= Harga

Terlihat bahwa nilai konstanta kepuasan pelanggan bernilai positif sebesar 12.202 dan nilai harga positif 0,723 sehingga dapat dijelaskan bahwa jika harga sama dengan 0 atau konstan/tetap maka kepuasan pelanggan sebesar 12.202 atau jika harga dengan nilai tepat sebesar 1 satuan maka kepuasan pelanggan naik sebesar 0,723.

b. Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus terhadap konsumen *Gitata House of Beauty*). Hasil regresi secara lengkap ditampilkan pada Tabel 4.10.

Tabel 4.10
Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.692	1.800		6.496	.000
	Kualitas Produk	.002	.135	.002	.018	.986
	Kualitas Pelayanan	.218	.072	.266	3.034	.003
	Harga	.516	.140	.575	3.687	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan Tabel 4.10 maka persamaan regresi yang mencerminkan pengaruh antara variabel-variabel pada penelitian ini adalah:

$$Y = 11,692 + 0,002 X_1 + 0,218 X_2 + 0,516 X_3 + e$$

Persamaan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas produk (X_1) sebesar 0,002 dan

nilai signifikansi sebesar 0,986. Artinya hal ini menunjukkan jika variabel independent lain bernilai tetap dan variabel kualitas produk mengalami kenaikan sebesar 1% maka kepuasan pelanggan (Y) mengalami kenaikan sebesar 0,002, ada pengaruh positif variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Artinya jika kualitas produk semakin meningkat maka kepuasan pelanggan meningkat pula.

2. Nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan (X_2) sebesar 0,218 dan nilai signifikansi sebesar 0,003. Artinya hal ini menunjukkan jika variabel independent lain bernilai tetap dan variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebesar 1% maka kepuasan pelanggan (Y) mengalami kenaikan sebesar 0,218, ada pengaruh positif variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Artinya jika kualitas pelayanan semakin meningkat maka kepuasan pelanggan juga mengalami peningkatan.
3. Nilai koefisien regresi untuk variabel harga (X_3) sebesar 0,516 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Artinya hal ini menunjukkan jika variabel independent lain bernilai tetap dan variabel harga mengalami kenaikan sebesar 1% maka kepuasan pelanggan (Y) mengalami kenaikan sebesar 0,516, ada pengaruh positif variabel harga terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara harga dan kepuasan pelanggan. Artinya jika harga semakin meningkat maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan.

4. Jika variabel kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2), harga (X_3) bernilai 0 maka kepuasan pelanggan (Y) akan bernilai sama dengan konstanta sebesar 11,692 (positif). Hal tersebut yang berarti meskipun kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga tidak ada ataupun sama dengan 0 maka kepuasan pelanggan tetap meningkat.

3) Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013). Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen, dengan output sebagai berikut:

Tabel 4.11
Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.817 ^a	.668	.662	2.280

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan hasil uji regresi berganda pada Tabel 4.11 diatas dapat didapatkan angka koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,662. Hal ini berarti bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga memiliki kontribusi sebesar 66,2% dalam menerangkan penggunaan Kepuasan Pelanggan (Y). Sedangkan faktor lain memiliki kontribusi sebesar 33,8%, dapat dijelaskan oleh variabel yang lain diluar penelitian ini.

4) Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan membuktikan ada tidaknya pengaruh satu variabel bebas (kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga) secara individual dalam menerangkan variabel dependen (kepuasan pelanggan). Dasar pengambilan keputusan yang digunakan adalah, yaitu dengan membandingkan nilai signifikan atau probabilitas dibandingkan dengan nilai atau nilai t hitung dibandingkan dengan nilai t tabel (Ghozali, 2013). Menentukan t tabel dengan rumus:

$$df = n - k - 1$$

keterangan:

df= *degree of freedom* (derajat kebebasan)

n= jumlah responden

k= jumlah variabel independent

Nilai t tabel $df = 171 - 3 - 1 = 167$ menghasilkan t tabel 1,9742. Hipotesis 1,2,dan 3 dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial. Uji t (parsial) dihitung dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS versi 23. Hasil pengujiannya disajikan dalam Tabel 4.12.

Tabel 4.12
Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.692	1.800		6.496	.000
Kualitas Produk	.002	.135	.002	.018	.986
Kualitas Pelayanan	.218	.072	.266	3.034	.003
Harga	.516	.140	.575	3.687	.000

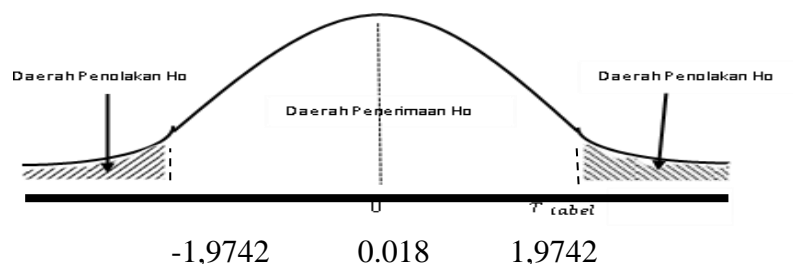
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

1. Uji hipotesis kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Klinik *Gitata House of Beauty*. Perumusan hipotesis sebagai berikut:

- a. $H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$; tidak ada pengaruh antara variabel kualitas produk (X_1) secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y). $-t_{\text{tabel}} < t_{\text{hitung}}$ atau $t_{\text{tabel}} > t_{\text{hitung}}$ dan tingkat signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima atau H_a ditolak.
- b. $H_a: \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$; ada pengaruh antara variabel kualitas produk (X_1) secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y). $-t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ dan tingkat signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima.

Berdasarkan Tabel 4.12 hasil uji t, maka dapat dilakukan pengujian pada variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai t hitung (0.018) $<$ t tabel (1,9742) dan nilai signifikansi sebesar 0.986 $>$ α (0,05). Maka H_0 diterima atau H_a ditolak artinya variabel kualitas produk tidak ada pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Adapun bentuk grafik dapat digambarkan sebagai berikut:



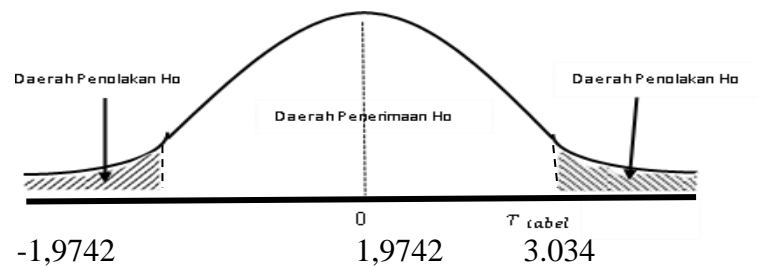
Gambar 4.1
Uji t Kualitas Produk (X_1)

2. Uji hipotesis kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan

pelanggan di *Klinik Gitata House of Beauty*. Perumusan hipotesis sebagai berikut:

- a. $H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$; tidak ada pengaruh antara variabel kualitas pelayanan (X_2) secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y). $-t_{\text{tabel}} < t_{\text{hitung}}$ atau $t_{\text{tabel}} > t_{\text{hitung}}$ dan tingkat signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima atau H_a ditolak.
- b. $H_a: \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$; ada pengaruh antara variabel kualitas pelayanan (X_2) secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y). $-t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ dan tingkat signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima.

Berdasarkan Tabel 4.12 hasil uji t, maka dapat dilakukan pengujian pada variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai t hitung (3.034) $>$ t tabel (1,9742) dan nilai signifikansi sebesar $0.003 < \alpha$ (0,05). Maka H_0 ditolak atau H_a diterima artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Adapun bentuk grafik dapat digambarkan sebagai berikut:



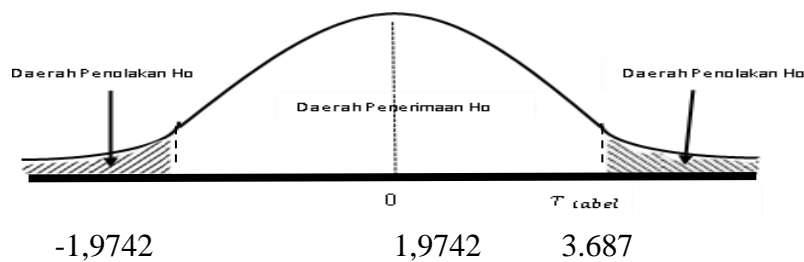
Gambar 4.2
Uji t Kualitas Pelayanan (X_2)

3. Uji hipotesis harga berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan di

Klinik *Gitata House of Beauty*. Perumusan hipotesis sebagai berikut:

- a. $H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$; tidak ada pengaruh antara variabel harga (X_3) secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y). $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dan tingkat signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima atau H_a ditolak.
- b. $H_a: \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$; ada pengaruh antara variabel harga (X_3) secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y). $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dan tingkat signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima.

Berdasarkan Tabel 4.12 hasil uji t, maka dapat dilakukan pengujian pada variabel harga terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai t hasil (3.687) $>$ t tabel (1,9742) dan nilai signifikansi sebesar $0.000 < \alpha$ (0,05). Maka H_0 ditolak atau H_a diterima artinya variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Adapun bentuk grafik dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 4.3
Uji t Harga (X_3)

b. Uji F

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini memiliki tingkat kelayakan yang tinggi untuk dapat menjelaskan fenomena yang dianalisis dengan menggunakan uji F. Uji F

digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan harga (X_3) secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan (Y). Nilai F tabel diperoleh dengan menggunakan tingkat resiko atau signifikan level 5% atau dengan *degree of freedom* = $k-1$. Nilai $F_{\text{tabel}} = 3 - 1 = 2$, $n - k - 1 = 171 - 3 - 1 = 167$ maka nilai F tabel adalah 3.05. Hasil uji F disajikan pada Tabel 4.13

Tabel 4.13
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1745.977	3	581.992	111.964	.000 ^b
Residual	868.070	167	5.198		
Total	2614.047	170			

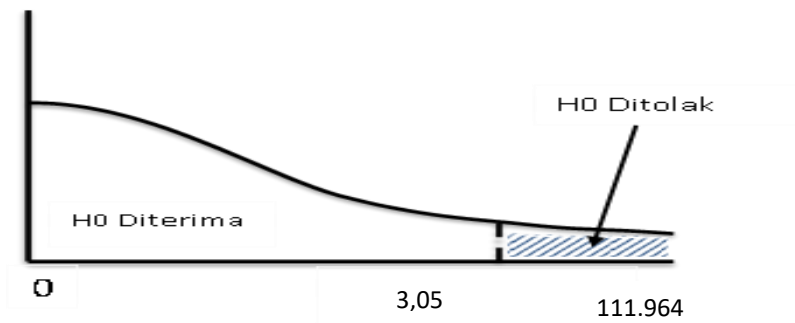
Sumber: Hasil Olah Data SPSS

1. Uji Hipotesis diduga kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, rumusan hipotesisnya sebagai berikut:

- a. $H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$; tidak ada pengaruh antara variabel kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan harga (X_3) secara simultan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). F hitung $< F$ tabel dan tingkat signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima atau H_a ditolak.
- b. $H_a: \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$; ada pengaruh antara variabel kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan harga (X_3) secara simultan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). F hitung $> F$ tabel dan tingkat signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima.

Tabel 4.13 hasil pengujian dengan SPSS versi 23 didapatkan angka F hitung antara kualitas produk, dan kualitas pelayanan dan harga terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan sebesar F hitung (111.964) $> F$

tabel (3,05) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima artinya bahwa variabel kualitas produk, dan kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Adapun bentuk grafik dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 4.4
Uji F Simultan

C. Pembahasan

Kualitas produk yaitu kemampuan dari fungsi suatu produk seperti ketahanan, kehandalan, ketepatan, serta kemudahan dalam penggunaan produk tertentu. Kualitas pelayanan merupakan persepsi pelanggan yang terbentuk dari penilaian pelanggan atas keunggulan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan (Kotler dan Keller dalam Ibrahim, 2019). Nilai koefisien regresi linier sederhana nilai konstanta kepuasan pelanggan bernilai positif sebesar 11,679 dan nilai kualitas produk positif 0,737 sehingga dapat dijelaskan bahwa jika kualitas produk sama dengan 0 atau konstan/tetap maka kepuasan pelanggan sebesar 11,679 atau jika kualitas produk semakin naik dengan nilai tepat sebesar 1 satuan maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,737. Nilai koefisien regresi berganda untuk variabel kualitas produk (X_1) sebesar 0,002 dan nilai signifikansi

sebesar 0,986. Artinya hal ini menunjukkan jika variabel independent lain bernilai tetap dan variabel kualitas produk mengalami kenaikan sebesar 1% maka kepuasan pelanggan (Y) mengalami kenaikan sebesar 0,002, ada pengaruh positif variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Artinya jika kualitas produk semakin meningkat maka kepuasan pelanggan meningkat pula. Hasil uji t, maka dapat dilakukan pengujian pada variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai t hitung $(0.018) < t$ tabel $(1,9742)$ dan nilai signifikansi sebesar $0.986 > \alpha (0,05)$. Maka H_0 diterima atau H_a ditolak artinya variabel kualitas produk tidak ada pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Malik Ibrahim (2019) dengan hasil penelitian kualitas produk telah membuktikan hubungan dan signifikan variasi dari kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan adalah mutu dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal berdasarkan standar prosedur pelayanan (Malik dalam Yulianto, 2017). Nilai koefisien regresi linier sederhana kepuasan pelanggan bernilai positif sebesar 16.395 dan nilai kualitas pelayanan positif 0,627 sehingga dapat dijelaskan bahwa jika kualitas pelayanan sama dengan 0 atau konstan/tetap maka kepuasan pelanggan sebesar 16.395 atau jika kualitas pelayanan semakin naik dengan nilai tepat sebesar 1 satuan maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,627. Nilai koefisien regresi berganda untuk variabel kualitas pelayanan (X_2) sebesar 0,218 dan nilai signifikansi sebesar 0,003. Artinya hal ini menunjukkan jika variabel independent lain bernilai tetap dan variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebesar

1% maka kepuasan pelanggan (Y) mengalami kenaikan sebesar 0,218, ada pengaruh positif variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Artinya jika kualitas pelayanan semakin meningkat maka kepuasan pelanggan juga mengalami peningkatan. Hasil uji t, maka dapat dilakukan pengujian pada variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai t hitung (3.034) > t tabel (1,9742) dan nilai signifikansi sebesar $0.003 < \alpha (0,05)$. Maka H_0 ditolak atau H_a diterima artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti bahwa pengguna sangat mementingkan kualitas pelayanan yang ada di klinik kecantikan *Gitata House of Beauty*. Hasil penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya Malik dalam Yulianto (2017), dimana kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat dilihat berdasarkan persepsi pelanggan atau penerima layanan. Apabila pelayanan yang diterima atau yang dirasakan itu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen, maka pelayanan dapat dikatakan baik dan memuaskan. Dan sebaliknya jika pelayanan yang diterima jauh dari harapan konsumen maka kualitas pelayanan dipresepsikan buruk. Dengan demikian baik buruknya suatu pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa layanan dalam memenuhi harapan konsumen.

Harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa (Kotler dan Keller dalam Yulianto, 2017). Koefisien regresi linier sederhana bahwa nilai konstanta kepuasan pelanggan bernilai positif sebesar 12.202 dan nilai harga positif 0,723 sehingga dapat dijelaskan bahwa jika harga sama dengan 0 atau

konstan/tetap maka kepuasan pelanggan sebesar 12.202 atau jika harga semakin naik dengan nilai tepat sebesar 1 satuan maka kepuasan pelanggan naik sebesar 0,723. Nilai koefisien regresi berganda untuk variabel harga (X3) sebesar 0,516 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Artinya hal ini menunjukkan jika variabel independent lain bernilai tetap dan variabel harga mengalami kenaikan sebesar 1% maka kepuasan pelanggan (Y) mengalami kenaikan sebesar 0,516, ada pengaruh positif variabel harga terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara harga dan kepuasan pelanggan. Artinya jika harga semakin meningkat maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan. Hasil uji t, maka dapat dilakukan pengujian pada variabel harga terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai t hitung (3.687) > t tabel (1,9742) dan nilai signifikansi sebesar $0.000 < \alpha (0,05)$. Maka H_0 ditolak atau H_a diterima artinya variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian Yulianto (2017) menjelaskan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Untuk itu, perusahaan harus senantiasa memperhatikan faktor tersebut tujuannya untuk mengimbangi perkembangan dunia bisnis yang semakin kompetitif. Konsumen yang merasa puas pada produk atau jasa yang dibeli dan digunakannya akan kembali menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Hal ini akan membangun kesetiaan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai variabel kualitas produk(X1), kualitas pelayanan (X2) dan harga (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara simultan atau bersama-sama menunjukkan hasil yang diperoleh dari nilai F hitung antara kualitas produk, dan kualitas pelayanan dan harga terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan sebesar F hitung (111.964) > F tabel (3,05) dan nilai

signifikansi sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima artinya bahwa variabel kualitas produk, dan kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Angka koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,662. Hal ini berarti bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga memiliki kontribusi sebesar 66,2% dalam menerangkan penggunaan Kepuasan Pelanggan (Y). Sedangkan faktor lain memiliki kontribusi sebesar 33,8%, dapat dijelaskan oleh variabel yang lain diluar penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan (studi kasus terhadap konsumen *Gitata House of Beauty*)” dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk (X_1) nilai korelasi antara kualitas produk (X_1) dengan kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 0,767. Berdasarkan interpretasinya hubungan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan berada dalam kategori “kuat”. Nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas produk (X_1) sebesar 0,002 dan nilai signifikansi sebesar 0,986. Variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai t hitung (0.018) $<$ t tabel ($1,9742$) dan variabel kualitas produk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada klinik kecantikan *Gitata House of Beauty* dengan nilai signifikansi sebesar $0.986 > \alpha$ ($0,05$).
2. Kualitas pelayanan (X_2) dengan nilai korelasi sebesar 0,762. Berdasarkan interpretasi pada Tabel 3.5 halaman 30, hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan berada dalam kategori “kuat”. Nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan (X_2) sebesar 0,218 dan nilai signifikansi sebesar 0,003. Kepuasan pelanggan diperoleh nilai t hitung (3.034) $>$ t tabel ($1,9742$) dan variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada klinik kecantikan *Gitata House of Beauty* nilai signifikansi sebesar $0.003 < \alpha$ ($0,05$).

3. Harga (X3) Uji korelasi antara harga (X3) dengan kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 0,806. Berdasarkan interpretasi pada Tabel 3.5 halaman 30, hubungan harga dengan kepuasan pelanggan berada dalam kategori “sangat kuat”. Nilai koefisien regresi berganda untuk variabel harga (X3) sebesar 0,516 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. hasil uji t, maka dapat dilakukan pengujian pada variabel harga terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai t hitung (3.687) > t tabel (1,9742) dan variabel harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada klinik kecantikan *Gitata House of Beauty* nilai signifikansi sebesar $0.000 < \alpha (0,05)$.
4. Kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga mempunyai hubungan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai R sebesar 0,817 Berdasarkan interpretasi nilai koefisien korelasi pada Tabel 3.5 halaman 30 hubungan kualitas produk (X₁), kualitas pelayanan (X₂) dan harga (X₃) dengan kepuasan pelanggan (Y) dalam kategori “sangat kuat”. variabel kualitas produk (X₁), kualitas pelayanan (X₂) dan harga (X₃) terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara simultan atau bersama-sama menunjukkan hasil yang diperoleh dari nilai F hitung antara kualitas produk, dan kualitas pelayanan dan harga terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan sebesar F hitung (111.964) > F tabel (3,05) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$ maka Ho ditolak atau Ha diterima artinya bahwa variabel kualitas produk, dan kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Angka koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,662. Hal ini berarti bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga memiliki kontribusi sebesar 66,2%

dalam menerangkan penggunaan Kepuasan Pelanggan (Y). Sedangkan faktor lain memiliki kontribusi sebesar 33,8%, dapat dijelaskan oleh variabel yang lain diluar penelitian ini.

B. Saran

1. Sebaiknya *Gitata House of Beauty* lebih meningkatkan kualitas produk agar konsumen lebih mempertimbangkan dalam loyalitas penggunaan produk, karena kualitas produk juga menjadi acuan kepuasan pelanggan.
2. Untuk kualitas pelayanan sebaiknya *Gitata House of Beauty* lebih meningkatkan lagi karena beberapa konsumen masih memiliki keluhan dengan sistem antrian.
3. *Gitata House of Beauty* juga bisa menurunkan sedikit harga produk namun tetap meningkatkan kualitas produk sehingga konsumen dapat mendapatkan kualitas produk yang sesuai diinginkan dengan harga yang lebih relatif terjangkau.
4. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan *Gitata House of Beauty* dapat meningkatkan kualitas produk, kualitas pelayanan sesuai harga ataupun membuat promosi sehingga konsumen lebih tertarik dan tetap loyal.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Anwar, A.P. (2002). *Psikolog Pelayanan*. Bandung: Alfabeth Azheri.
- Anggraeni et al. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Nasi Rawon Di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 37, No. 1.
- Ammerin, T. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik Kecantikan Nadindra di Bandar Lampung.
- Daryanto. (2013). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran* (cetakan 2). Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Diapinsa Gema Zakaria., 2017., Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Blue Birs, Surabaya, *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol. 6, No. 4.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryanto, Edy. (2013). Kualitas Layanan, Fasilitas dan Harga Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Pada Kantor Samsat Manado. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Akuntansi*, Vol. 1. No. 3. Hal. 750-760.
- Irawan, Handi. (2008). *Membedah strategi Kepuasan pelanggan*. Cetakan pertama: PT. Gramedia: Jakarta.
- Kotler, P. dan G. Armstrong. (2001). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Buku I. Cetakan Kedua. Andi Offset. Yogyakarta.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. (2002). *Measuring Customer Satisfactio. Teknik Mengukur Kepuasan Strategi Meningkatkan Kerpuasan Pelanggan dan Analisis PL-JP*. PT Gramedia Pustaka Tama: Jakarta.
- Runtuuwu et al. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe Dan Resto Cabana Manado. *Jurnal EMBA*, Vol.2 No.3. Hal. 1803-1813.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D (2013th

ed.).ALFABETA.

Thamrin, Sylvia Denada. (2003). Studi Mengenai Proses Adopsi Konsumen Pasca Masa Tayang Iklan Produk “Xon-Ce” di Surabaya. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. II, No. 2, h.141-154.

Tjiptono, Fandy. (2002). *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Offset. Yogyakarta.

Tjiptono, F. (2015). *Service, Quality dan Satisfaction* Edisi 4. Andi Offset. Yogyakarta.

Yulianto, Akbar Dwi, 2017. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kentucky Fried Chicken (Kfc) Surabaya*. Undergraduated thesis, STIE Perbanas Surabaya.

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

Yth.

Pimpinan *Gitata House Of Beauty*

Di tempat

Dengan Hormat,

Sebelumnya perkenalkanlah saya sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UNIVERSITAS DARUL ULUM ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN – GUPPI (UNDARIS) Ungaran yang akan mengadakan penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi dengan judul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN”.

Guna keperluan penelitian tersebut, saya mohon kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara/i berkenan meluangkan waktu untuk mengisi/ menjawab kuesioner (daftar pernyataan) yang kami ajukan.

Jawaban Bapak/ Ibu/ Saudara/i akan kami jamin kerahasiaannya, oleh karena itu jawaban yang terbaik adalah jawaban yang benar-benar menggambarkan kondisi keadaan yang sebenarnya. Oleh karena itu tidak perlu untuk mencantumkan namanya dalam kuesioner ini.

Demikian, atas kesediaan dan kerjasama dari Bapak/ Ibu/ Saudara dalam membantu kelancaran penelitian ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Himatul Ulya
NPM : 17.51.0052

Lampiran 2

1. Identitas responden

Bapak/Ibu/Saudara diminta menjawab pertanyaan di bawah ini dengan melingkari jawaban yang disediakan dan memberi tanda ceklis (√) pada kolom pernyataan.

A. Jenis Kelamin : Pria Wanita

B. Umur :

C. Pendidikan Terakhir :

D. Pekerjaan :

2. Pernyataan Penelitian

Beri jawaban atas pertanyaan berikut ini sesuai dengan pendapat anda dengan cara memberi tanda centang (√) pada kolom yang tersedia.

Keterangan :

- a. **SS** Sangat Setuju mendapat skor/nilai 5
- b. **S** Setuju mendapat skor/nilai 4
- c. **KS** Kurang Setuju mendapat skor/nilai 3
- d. **TS** Tidak Setuju mendapat skor/nilai 2
- e. **STS** Sangat Tidak Setuju mendapat skor/nilai 1

Kualitas Produk (X1)

No	Pernyataan	Skor Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Produk Gitata House of Beauty memiliki bentuk yang bervariasi dan menarik.					
2.	Produk Gitata House of Beauty memiliki struktur yang lembut bagi kulit.					
3.	Produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.					
4.	Produk memiliki kualitas yang baik dan berkinerja dengan bagus.					
5.	Produk memiliki spesifikasi yang sesuai ditawarkan owner.					
6.	Produk Gitata House of Beauty memiliki daya tahan yang baik dan sesuai dengan kebutuhan konsumen.					
7.	Produk sangat cocok dan aman untuk perawatan kulit.					
8.	Produk dapat diganti jika konsumen memiliki keluhan dalam penggunaan.					
9.	Produk memiliki kemasan yang menarik.					
10.	Produk memiliki desain yang bagus mulai dari kemasan serta fungsinya.					

Kualitas Pelayanan (X2)

No	Pernyataan	Skor Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Gitata House of Beauty menyediakan berbagai produk dan pelayanan kecantikan.					
2.	Karyawan Gitata House of Beauty memiliki keterampilan yang profesional terhadap konsumen.					
3.	Karyawan Gitata House of Beauty memiliki perilaku yang baik dalam memberikan					

	pelayanan terhadap konsumen.					
4.	Karyawan Gitata House of Beauty ramah terhadap pengunjung ataupun konsumen yang datang.					
5.	Gitata House of beauty memiliki tempat yang nyaman sehingga konsumen merasa betah ketika berkunjung.					
6.	Gitata House of beauty memiliki keahlian yang mampu membuat konsumen loyal.					
7.	Gitata House of Beauty mampu menyelesaikan keluhan konsumen secara baik.					
8.	Pelayanan di Gitata House of Beauty sangat baik dan memuaskan pelanggan.					
9.	Gitata House of Beauty mampu menanamkan kepercayaan konsumen.					
10.	Reputasi Gitata House of Beauty sangat baik.					

Harga (X3)

No	Pernyataan	Skor Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Harga berpengaruh terhadap daya beli konsumen.					
2.	Harga produk Gitata House of Beauty sesuai dengan hasil yang diberikan terhadap konsumen.					
3.	Keterjangkauan harga yang diberikan Gitata House of Beauty sesuai dengan kebutuhan konsumen.					
4.	Kesesuaian harga dengan kualitas produk					

	dan pelayanan yang diberikan sangat sesuai.					
5.	Harga yang diberikan Gitata House of Beauty sesuai dengan produk dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen.					
6.	Potongan harga berpengaruh terhadap minat beli dalam kepuasan pelanggan.					
7.	Harga yang diberikan Gitata House of Beauty memiliki daya saing terhadap pelayanan dan produk lain yang serupa terhadap konsumen.					
8.	Promosi yang diberikan Gitata House of Beauty berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.					
9.	Promosi yang diberikan membuat konsumen semakin loyal.					
10.	Harga memiliki daya saing terhadap produsen lain.					

Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	Skor Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Kualitas produk berpengaruh pada tingkat kepuasan pelanggan.					
2.	Kualitas pelayanan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.					
3.	Kualitas produk Gitata House of Beauty sangat baik dan memberi kepuasan pelanggan.					
4.	Kualitas pelayanan Gitata House of Beauty sangat baik dan memberi kepuasan pelanggan.					
5.	Suasana dan kenyamanan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.					
6.	Gitata House of Beauty mempunyai tempat yang nyaman					

	bagi konsumen.					
7.	Harga mempengaruhi tingkat minat pelanggan.					
8.	Harga yang diberikan Gitata House of Beauty sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan.					
9.	Kesesuaian antara biaya yang dikeluarkan dengan produk dan pelayanan yang diberikan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.					
10.	Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.					

Lampiran 3

Tabulasi jawaban 10 responden uji validitas dan reliabilitas

Kualitas produk (X1)

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	TOTAL X1
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	3	2	3	4	4	4	4	5	5	4	38
3	3	4	3	3	4	4	5	4	4	4	38
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	42
5	3	3	2	4	4	3	3	3	4	4	33
6	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	46
7	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	35
8	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
9	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	47
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

Kualitas pelayanan (X2)

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	TOTAL X2
1	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	45
2	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	44
3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	45

5	4	4	3	5	4	3	5	5	4	5	42
6	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	39
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

Harga (X3)

No	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	TOTAL X3
1	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	45
2	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	43
3	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	44
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
5	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	28
6	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	44
7	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
8	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	37
9	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	43
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

Kepuasan pelanggan (Y)

No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	TOTAL Y
1	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	31
4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	45
5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	47
6	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	45
7	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	42
8	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	36
9	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	45
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

Lampiran 4

Jawaban Responden Kualitas Produk (X1)

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	TOTAL X1
1	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	44
2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
3	4	5	4	3	5	4	5	5	2	4	41
4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	43
5	4	5	4	5	4	5	3	3	5	3	41
6	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	44
7	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	42
8	4	5	4	3	4	4	4	4	3	4	39
9	3	4	4	4	4	5	5	3	4	5	41
10	4	4	4	5	4	4	2	4	3	4	38
11	4	5	4	5	4	4	5	4	3	5	43
12	5	4	5	5	4	5	3	5	4	4	44
13	5	5	4	5	4	5	3	4	5	5	45
14	5	4	4	4	4	5	3	4	3	4	40
15	5	4	3	4	4	5	4	5	4	4	42
16	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42
17	5	3	5	5	3	5	5	5	5	3	44
18	3	3	5	3	3	3	3	3	5	3	34
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
20	5	2	5	5	2	5	5	5	5	2	41
21	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42
22	5	4	3	5	4	5	5	5	3	4	43
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
24	4	4	1	4	4	4	4	4	1	4	34
25	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	33
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
27	4	3	2	4	3	3	4	4	4	3	34
28	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	43
29	4	5	5	4	5	3	4	4	5	4	43
30	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	47
31	5	5	4	5	5	3	5	5	4	5	46
32	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	34
33	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
34	2	4	4	2	4	5	2	2	4	3	32
35	2	3	4	2	3	3	2	2	5	5	31
36	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	46
37	3	3	5	3	3	3	4	4	5	3	36
38	4	5	5	4	5	4	4	2	5	5	43
39	5	4	3	5	4	5	5	3	3	4	41
40	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	43
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
42	5	3	4	5	3	5	5	1	4	3	38
43	5	4	5	5	4	5	4	2	5	4	43
44	5	5	4	5	5	5	2	1	4	5	41
45	3	4	5	3	4	3	4	4	5	4	39
46	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	47
47	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	47
48	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	48
49	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42

50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
52	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42
53	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
54	4	3	5	4	3	4	4	4	5	3	39
55	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	43
56	5	4	4	5	4	5	2	5	4	4	42
57	5	4	3	5	4	5	4	5	3	4	42
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
59	3	5	4	3	5	3	4	3	4	5	39
60	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	45
61	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	45
62	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	38
63	3	5	5	3	5	3	3	3	5	5	40
64	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	45
65	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	36
66	5	3	4	5	3	5	5	5	4	3	42
67	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
69	5	3	5	5	3	5	5	5	5	3	44
70	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	43
71	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	43
72	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	45
73	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
75	3	4	5	3	4	3	3	3	5	4	37
76	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	47
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
78	3	4	5	3	4	3	3	3	5	4	37
79	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42
80	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42
81	4	3	5	4	3	4	4	4	5	3	39
82	5	2	5	5	2	5	5	5	5	2	41
83	1	5	4	1	5	1	1	1	4	5	28
84	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42
85	5	1	3	5	1	5	5	5	3	1	34
86	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	45
87	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	47
88	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	43
89	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	45
90	5	3	5	5	3	5	5	5	5	3	44
91	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	47
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
95	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42
96	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42
97	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42
98	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	47
99	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	43
100	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	47
101	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	43
102	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	36
103	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	38
104	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
105	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	45
106	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	37
107	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
108	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42
109	5	3	5	5	3	5	5	5	5	3	44
110	3	3	5	3	3	3	3	3	5	3	34

111	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42
112	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
113	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42
114	3	4	5	3	4	3	3	3	5	4	37
115	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
116	5	4	3	5	4	5	5	5	3	4	43
117	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	48
118	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
119	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
120	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	45
121	4	3	5	4	3	4	4	4	5	3	39
122	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42
123	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	35
124	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	47
125	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42
126	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	48
127	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	45
128	3	5	4	3	5	3	3	3	4	5	38
129	5	4	5	5	4	5	5	3	5	4	45
130	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
131	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	45
132	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	43
133	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
134	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	38
135	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
136	5	5	3	5	5	5	5	5	3	5	46
137	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
138	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	47
139	3	5	4	3	5	3	3	3	4	5	38
140	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	45
141	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	48
142	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
143	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
144	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42
145	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
146	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
147	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	38
148	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	45
149	5	4	5	5	4	5	3	5	5	4	45
150	4	3	5	4	3	4	4	4	5	3	39
151	4	2	3	4	2	4	4	4	3	2	32
152	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
153	4	2	5	4	2	4	4	4	5	2	36
154	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
155	3	5	4	3	5	3	3	3	4	5	38
156	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42
157	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	47
158	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42
159	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	38
160	5	3	2	5	3	5	5	5	2	3	38
161	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42
162	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	47
163	4	4	2	4	4	4	3	4	2	4	35
164	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	45
165	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	45
166	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
167	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
168	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	43
169	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
170	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
171	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

Jawaban Responden Kualitas Pelayanan (X2)

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	TOTAL X2
1	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	44
2	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	37
3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	44
5	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	34
6	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	39
10	5	4	5	2	4	5	5	4	3	5	42
11	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	42
12	5	3	5	3	4	3	4	4	5	3	39
13	4	2	2	3	4	4	4	5	2	4	34
14	4	5	4	3	4	4	4	1	3	1	33
15	3	3	5	4	4	5	3	4	5	2	38
16	5	3	4	4	4	5	4	4	3	5	41
17	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	47
18	5	5	3	3	5	3	3	3	3	3	36
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
20	5	5	5	5	5	3	5	5	2	5	45
21	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	43
22	3	3	5	5	3	5	5	5	4	5	43
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
24	1	1	4	4	1	2	4	4	4	4	29
25	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	31
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
27	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
28	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
29	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	44
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
31	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	47
32	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	33
33	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	43
34	4	4	2	2	4	2	2	2	4	2	28
35	5	5	2	2	5	2	2	2	3	2	30
36	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	43
37	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
38	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	46
39	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	42
40	1	3	3	4	5	4	4	4	4	3	35
41	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	43
42	4	3	5	5	3	2	5	5	4	5	41
43	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	46
44	5	5	4	2	2	4	5	5	4	4	40
45	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
46	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
47	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
48	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	47
49	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	43
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
52	5	5	2	4	5	4	4	4	4	4	41
53	4	4	4	5	2	4	5	5	4	3	40
54	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	44
55	5	5	3	5	3	4	3	4	4	5	41

56	4	4	2	2	3	4	4	4	5	2	34
57	3	3	5	4	3	4	4	4	1	3	34
58	5	5	3	5	4	4	5	3	4	5	43
59	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	39
60	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	46
61	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	46
62	3	3	4	4	3	2	4	4	4	4	35
63	5	5	3	3	5	3	3	3	5	3	38
64	4	4	5	5	4	3	5	5	4	5	44
65	2	2	4	4	2	2	4	4	4	4	32
66	4	4	5	5	4	3	5	5	3	5	43
67	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	43
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
69	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	48
70	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
71	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
72	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	44
73	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	43
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
75	5	5	3	3	5	3	3	3	4	3	37
76	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
78	5	5	3	3	5	3	3	3	4	3	37
79	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	43
80	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	43
81	5	5	4	4	5	4	4	4	3	4	42
82	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	47
83	4	4	1	1	4	1	1	1	5	1	23
84	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	42
85	3	3	5	5	3	5	5	5	1	5	40
86	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	44
87	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
88	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
89	4	4	5	5	4	2	5	5	4	5	43
90	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	48
91	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
95	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	42
96	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	42
97	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	43
98	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
99	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
100	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
101	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
102	2	2	4	4	2	4	4	4	4	4	34
103	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	37
104	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
105	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	44
106	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
107	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
108	5	5	4	4	5	2	4	4	4	4	41
109	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	46
110	5	5	3	3	5	3	3	3	3	3	36
111	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	43
112	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
113	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	43
114	5	5	3	3	5	3	3	3	4	3	37
115	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
116	3	3	5	5	3	3	5	5	4	5	41

117	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	47
118	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
119	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
120	4	4	5	3	4	5	5	5	4	5	44
121	5	5	4	4	5	4	4	4	3	4	42
122	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	43
123	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	34
124	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
125	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	43
126	4	4	5	3	4	5	5	5	5	5	45
127	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	44
128	4	4	3	3	4	3	3	3	5	3	35
129	5	5	5	5	5	2	5	5	4	5	46
130	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
131	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	46
132	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
133	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
134	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	37
135	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
136	3	3	5	5	3	5	5	5	5	5	44
137	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	47
138	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
139	4	4	3	3	4	3	3	3	5	3	35
140	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	46
141	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	47
142	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
143	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
144	5	5	4	4	5	4	4	4	4	3	42
145	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
146	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
147	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	37
148	4	4	5	5	4	3	5	5	4	5	44
149	5	5	5	5	5	3	5	5	4	5	47
150	5	5	4	4	5	4	4	4	3	4	42
151	3	3	4	4	3	4	4	4	2	4	35
152	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	48
153	5	5	4	4	5	3	4	4	2	4	40
154	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
155	4	4	3	3	4	3	3	3	5	3	35
156	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	41
157	5	5	5	5	5	3	5	5	4	5	47
158	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	43
159	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	37
160	2	2	5	5	2	5	5	5	3	5	39
161	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	41
162	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	47
163	2	2	4	4	2	4	4	4	4	4	34
164	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	46
165	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	44
166	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
167	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
168	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
169	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
170	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
171	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39

Jawaban Responden Harga (X3)

No	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	TOTAL X3
1	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	45

2	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	39
3	5	5	4	4	5	2	5	3	3	3	39
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
5	3	4	4	4	4	5	4	3	4	5	40
6	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	44
7	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	37
8	4	5	4	4	4	3	5	4	3	3	39
9	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	42
10	4	5	4	4	4	3	5	4	3	5	41
11	4	4	4	4	4	3	5	4	3	5	40
12	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	44
13	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	46
14	4	4	4	4	4	3	5	4	3	4	39
15	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	41
16	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	43
17	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	46
18	3	5	3	3	3	5	3	3	5	3	36
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
20	5	5	5	5	2	5	5	2	5	5	44
21	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	43
22	5	3	5	5	4	3	5	4	3	5	42
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
24	4	1	4	4	4	1	4	4	1	4	31
25	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	32
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
27	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	39
28	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	42
29	4	3	4	4	5	5	4	5	5	4	43
30	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
31	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	47
32	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	33
33	4	1	4	4	4	5	4	4	5	4	39
34	2	3	2	2	4	4	2	4	4	2	29
35	2	1	2	2	3	5	2	3	5	2	27
36	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	46
37	4	5	3	3	3	5	3	3	5	3	37
38	2	5	4	4	5	5	4	5	5	4	43
39	3	3	5	5	4	3	5	4	3	5	40
40	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	44
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
42	1	4	5	5	3	4	5	3	4	5	39
43	2	5	5	5	4	5	5	4	5	5	45
44	1	4	5	5	5	4	5	5	4	5	43
45	4	5	3	3	4	5	3	4	5	3	39
46	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
47	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
48	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	47
49	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	43
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
52	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	43
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
54	4	5	4	4	3	5	4	3	5	4	41
55	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	43
56	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	45
57	5	3	5	5	4	3	5	4	3	5	42
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
59	3	4	3	3	5	4	3	5	4	3	37
60	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	45
61	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	45
62	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	37

63	3	5	3	3	5	5	3	5	5	3	40
64	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	45
65	4	2	4	4	4	2	4	4	2	4	34
66	5	4	5	5	3	4	5	3	4	5	43
67	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	43
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
69	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	46
70	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	42
71	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	42
72	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	45
73	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	43
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
75	3	5	3	3	4	5	3	4	5	3	38
76	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
78	3	5	3	3	4	5	3	4	5	3	38
79	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	43
80	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	43
81	4	5	4	4	3	5	4	3	5	4	41
82	5	5	5	5	2	5	5	2	5	5	44
83	1	4	1	1	5	4	1	5	4	1	27
84	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	43
85	5	3	5	5	1	3	5	1	3	5	36
86	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	45
87	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
88	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	42
89	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	45
90	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	46
91	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
95	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	43
96	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	43
97	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	43
98	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
99	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	42
100	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
101	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	42
102	4	2	4	4	4	2	4	4	2	4	34
103	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	37
104	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
105	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	45
106	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
107	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
108	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	43
109	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	46
110	3	5	3	3	3	5	3	3	5	3	36
111	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	43
112	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
113	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	43
114	3	5	3	3	4	5	3	4	5	3	38
115	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
116	5	3	5	5	4	3	5	4	3	5	42
117	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	47
118	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
119	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
120	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	45
121	4	5	4	4	3	5	4	3	5	4	41
122	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	43
123	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	35

124	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
125	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	43
126	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	47
127	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	45
128	3	4	3	3	5	4	3	5	4	3	37
129	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
130	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
131	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	45
132	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	42
133	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
134	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	37
135	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
136	5	3	5	5	5	3	5	5	3	5	44
137	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	48
138	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
139	3	4	3	3	5	4	3	5	4	3	37
140	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	45
141	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	47
142	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
143	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
144	3	5	4	4	4	5	3	4	5	4	41
145	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
146	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
147	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	37
148	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	45
149	5	5	5	3	4	5	5	4	5	5	46
150	4	5	4	4	3	5	4	3	5	4	41
151	4	3	4	4	2	3	4	2	3	4	33
152	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
153	4	5	4	4	2	5	4	2	5	4	39
154	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
155	3	4	3	3	5	4	3	5	4	3	37
156	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	43
157	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
158	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	41
159	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	37
160	5	2	5	5	3	2	5	3	2	5	37
161	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	43
162	5	5	3	5	4	5	5	4	5	5	46
163	4	2	4	4	4	2	4	4	2	4	34
164	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	45
165	4	5	4	4	5	3	4	5	5	4	43
166	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
167	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
168	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	42
169	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
170	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
171	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

Jawaban Responden Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	TOTAL Y
1	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	43
2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
3	4	3	5	5	3	4	5	5	3	5	42
4	4	4	4	5	4	2	4	5	5	5	42
5	4	5	3	4	5	5	3	5	5	4	43
6	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	45
7	5	3	4	4	3	4	5	4	3	4	39
8	4	3	4	4	3	4	4	5	3	3	37

9	4	4	5	4	5	5	3	5	4	4	43
10	4	5	2	4	5	4	4	5	5	5	43
11	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	46
12	5	5	3	4	5	5	5	4	5	4	45
13	4	5	3	4	5	5	4	4	5	5	44
14	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	40
15	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	42
16	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	42
17	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	46
18	5	3	3	5	3	3	5	5	3	5	40
19	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
20	5	5	5	5	5	5	5	3	2	5	45
21	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	44
22	3	5	5	3	5	4	5	5	5	5	45
23	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	48
24	1	4	4	1	4	4	4	4	4	4	34
25	3	3	3	3	5	5	3	5	3	5	38
26	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	42
27	2	4	4	4	4	4	4	4	5	5	40
28	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	41
29	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	42
30	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	47
31	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	45
32	4	3	3	4	5	5	5	5	3	3	40
33	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	42
34	4	2	2	4	5	4	5	5	4	2	37
35	4	2	2	5	5	3	5	5	4	4	39
36	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	43
37	5	3	4	4	5	5	3	5	3	3	40
38	5	4	4	5	4	5	4	3	4	4	42
39	3	5	5	4	4	4	4	4	5	5	43
40	4	5	4	5	4	5	5	3	5	5	45
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
42	4	5	5	3	5	5	1	5	5	5	43
43	5	5	4	5	5	5	2	5	5	5	46
44	4	5	2	2	4	5	4	5	5	5	41
45	5	3	4	4	3	4	4	4	3	3	37
46	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
47	5	5	5	5	5	3	3	5	3	5	44
48	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	47
49	5	4	4	5	3	5	4	4	4	4	42
50	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
52	5	4	4	5	4	5	3	4	4	4	42
53	4	4	5	2	5	5	3	5	4	4	41
54	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	44
55	5	4	5	3	5	3	4	3	4	4	40
56	4	5	2	3	5	5	5	4	5	5	43
57	3	5	4	3	5	5	5	4	5	5	44
58	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
59	4	3	4	4	4	4	5	4	3	3	38
60	4	5	5	4	4	3	5	4	5	5	44
61	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48
62	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
63	5	3	3	5	3	3	3	3	3	3	34
64	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48
65	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	36
66	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48
67	5	4	4	5	3	4	4	3	4	4	40
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
69	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49

70	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
71	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
72	5	4	4	5	3	5	4	4	4	4	42
73	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	45
74	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	39
75	5	3	3	5	4	5	4	3	3	3	38
76	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	48
77	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
78	5	3	3	5	5	3	5	3	3	3	38
79	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	43
80	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	43
81	5	4	4	5	4	5	3	4	4	4	42
82	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	48
83	4	1	1	4	5	5	5	5	1	5	36
84	5	4	4	5	5	5	3	4	4	4	43
85	3	5	5	3	4	4	5	5	5	5	44
86	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	43
87	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
88	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
89	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	45
90	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	47
91	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	47
92	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
93	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	38
94	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	40
95	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	43
96	5	4	4	5	4	4	5	2	4	4	41
97	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	44
98	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	48
99	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	39
100	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	48
101	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
102	2	4	4	2	5	3	5	5	4	4	38
103	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	39
104	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
105	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	41
106	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
107	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
108	5	4	4	5	5	5	4	4	4	3	43
109	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
110	5	3	3	5	4	5	3	3	3	3	37
111	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	43
112	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
113	5	4	4	5	3	4	4	3	4	4	40
114	5	3	3	5	5	2	5	5	3	5	41
115	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	42
116	3	5	5	3	5	5	4	5	5	5	45
117	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	45
118	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	41
119	4	3	4	4	4	4	5	3	4	4	39
120	4	5	3	4	4	5	4	4	5	5	43
121	5	4	4	5	3	5	5	3	4	4	42
122	5	4	4	5	3	5	3	3	4	4	40
123	4	3	3	4	4	5	4	4	3	3	37
124	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	46
125	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	43
126	4	5	3	4	4	5	3	4	5	5	42
127	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	42
128	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	32
129	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
130	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

131	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48
132	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
133	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
134	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	37
135	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
136	3	5	5	3	5	5	5	5	3	5	44
137	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
138	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
139	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	32
140	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48
141	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48
142	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
143	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
144	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	41
145	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
146	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
147	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
148	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48
149	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
150	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	42
151	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
152	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
153	5	4	4	5	4	4	2	3	4	4	39
154	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
155	4	3	3	4	5	5	3	3	3	3	36
156	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	40
157	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
158	5	4	4	5	4	4	4	3	4	5	42
159	3	4	4	3	3	3	4	4	4	5	37
160	2	5	5	2	5	5	5	5	5	3	42
161	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	40
162	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	48
163	2	4	4	2	4	5	3	4	4	4	36
164	4	5	5	4	5	5	5	5	5	3	46
165	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	43
166	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	38
167	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
168	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	43
169	4	4	4	4	3	4	2	5	4	4	38
170	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	44
171	4	4	4	4	5	5	2	4	5	5	42

Lampiran 5

Tabel r

**Distribusi Nilai r_{tabel}
Signifikansi 5% dan 1%**

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

Lampiran 6 Tabel uji T

Titik Persentase Distribusi t (df = 161 –200)

Pr df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
161	0.67602	1.28683	1.65437	1.97481	2.34973	2.60671	3.14162
162	0.67601	1.28680	1.65431	1.97472	2.34959	2.60652	3.14130
163	0.67600	1.28677	1.65426	1.97462	2.34944	2.60633	3.14098
164	0.67599	1.28673	1.65420	1.97453	2.34930	2.60614	3.14067
165	0.67598	1.28670	1.65414	1.97445	2.34916	2.60595	3.14036
166	0.67597	1.28667	1.65408	1.97436	2.34902	2.60577	3.14005
167	0.67596	1.28664	1.65403	1.97427	2.34888	2.60559	3.13975
168	0.67595	1.28661	1.65397	1.97419	2.34875	2.60541	3.13945
169	0.67594	1.28658	1.65392	1.97410	2.34862	2.60523	3.13915
170	0.67594	1.28655	1.65387	1.97402	2.34848	2.60506	3.13886
171	0.67593	1.28652	1.65381	1.97393	2.34835	2.60489	3.13857
172	0.67592	1.28649	1.65376	1.97385	2.34822	2.60471	3.13829
173	0.67591	1.28646	1.65371	1.97377	2.34810	2.60455	3.13801
174	0.67590	1.28644	1.65366	1.97369	2.34797	2.60438	3.13773
175	0.67589	1.28641	1.65361	1.97361	2.34784	2.60421	3.13745
176	0.67589	1.28638	1.65356	1.97353	2.34772	2.60405	3.13718
177	0.67588	1.28635	1.65351	1.97346	2.34760	2.60389	3.13691
178	0.67587	1.28633	1.65346	1.97338	2.34748	2.60373	3.13665
179	0.67586	1.28630	1.65341	1.97331	2.34736	2.60357	3.13638
180	0.67586	1.28627	1.65336	1.97323	2.34724	2.60342	3.13612
181	0.67585	1.28625	1.65332	1.97316	2.34713	2.60326	3.13587
182	0.67584	1.28622	1.65327	1.97308	2.34701	2.60311	3.13561
183	0.67583	1.28619	1.65322	1.97301	2.34690	2.60296	3.13536
184	0.67583	1.28617	1.65318	1.97294	2.34678	2.60281	3.13511
185	0.67582	1.28614	1.65313	1.97287	2.34667	2.60267	3.13487
186	0.67581	1.28612	1.65309	1.97280	2.34656	2.60252	3.13463
187	0.67580	1.28610	1.65304	1.97273	2.34645	2.60238	3.13438
188	0.67580	1.28607	1.65300	1.97266	2.34635	2.60223	3.13415
189	0.67579	1.28605	1.65296	1.97260	2.34624	2.60209	3.13391
190	0.67578	1.28602	1.65291	1.97253	2.34613	2.60195	3.13368
191	0.67578	1.28600	1.65287	1.97246	2.34603	2.60181	3.13345
192	0.67577	1.28598	1.65283	1.97240	2.34593	2.60168	3.13322
193	0.67576	1.28595	1.65279	1.97233	2.34582	2.60154	3.13299
194	0.67576	1.28593	1.65275	1.97227	2.34572	2.60141	3.13277
195	0.67575	1.28591	1.65271	1.97220	2.34562	2.60128	3.13255
196	0.67574	1.28589	1.65267	1.97214	2.34552	2.60115	3.13233
197	0.67574	1.28586	1.65263	1.97208	2.34543	2.60102	3.13212
198	0.67573	1.28584	1.65259	1.97202	2.34533	2.60089	3.13190
199	0.67572	1.28582	1.65255	1.97196	2.34523	2.60076	3.13169
200	0.67572	1.28580	1.65251	1.97190	2.34514	2.60063	3.13148

Lampiran 9

Uji Reliabilitas

A. Kualitas Produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,931	10

B. Kualitas Playanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,873	10

C. Harga

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,938	10

D. Kepuasan Pelanggan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,945	10

Lampiran 10

1. Uji Korelasi Sederhana

Correlations

		Kualitas Produk	Kualitas Pelayanan	Harga	Kepuasan Pelanggan
Kualitas Produk	Pearson Correlation	1	.824**	.948**	.767**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	171	171	171	171
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.824**	1	.860**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	171	171	171	171
Harga	Pearson Correlation	.948**	.860**	1	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	171	171	171	171
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.767**	.762**	.806**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	171	171	171	171

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

2. Korelasi Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.817 ^a	.668	.662	2.280	.668	111.964	3	167	.000

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

Lampiran 11

1. Regresi Sederhana

Kualitas Produk

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.679	1.986		5.880	.000
Kualitas Produk	.737	.047	.767	15.526	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Kualitas Pelayanan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16.395	1.708		9.601	.000
Kualitas Pelayanan	.627	.041	.762	15.314	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Harga

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.202	1.714		7.119	.000
Harga	.723	.041	.806	17.698	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

2. Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	11.692	1.800		6.496	.000		
Kualitas Produk	.002	.135	.002	.018	.986	.101	9.932
Kualitas Pelayanan	.218	.072	.266	3.034	.003	.259	3.854
Harga	.516	.140	.575	3.687	.000	.082	12.239

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Lampiran 12

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.817 ^a	.668	.662	2.280

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Lampiran 13

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	11.692	1.800		6.496	.000		
Kualitas Produk	.002	.135	.002	.018	.986	.101	9.932
Kualitas Pelayanan	.218	.072	.266	3.034	.003	.259	3.854

Harga	.516	.140	.575	3.687	.000	.082	12.239
-------	------	------	------	-------	------	------	--------

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Lampiran 14

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1745.977	3	581.992	111.964	.000 ^b
	Residual	868.070	167	5.198		
	Total	2614.047	170			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

Lampiran 15

Surat Pernyataan Bebas Plagiarisme

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Himatul Ulya
NPM : 17510052
Mahasiswa Program : S1 Manajemen
Judul Skripsi : pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan (study kasus konsumen *Gitata House of Beauty*).

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya serahkan ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya.

Ungaran, 21 September 2023



Himatul Ulya

Lampiran 16 Berita acara



YAYASAN UNRARIS KABUPATEN SEMARANG
UNIVERSITAS DARUL ULUM ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN GUPPI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Tentara Pelajar No. 13 Telp (024) 6923180, Fax. (024) 76911689 Ungaran Timur 50514
Website : undaris.ac.id email : info@undaris.ac.id

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Pada hari ini, Kamis tanggal, 15 September tahun 2023 pukul 08.00 WIB, berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNRARIS No 012/A.III/6/1/2023 tanggal 24 Januari 2023 perihal Penunjukkan Dosen Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNRARIS tingkat Sarjana (S1):

1. Nama lengkap : Pitaloka Dharma Ayu, SE., MBA
Jabatan Akademik : Asisten Ahli
Pangkat / Golongan: Penata Muda Tk I, III/b
Bertugas sebagai : Pembimbing Utama

2. Nama lengkap : Fajar Suryatama, S.sos., SE., M.M.
Jabatan Akademik : Asisten Ahli
Pangkat / Golongan: Penata Muda Tk I,III/b
Bertugas sebagai : Pembimbing Pendamping

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini telah menyelesaikan proses pembimbing skripsi :

Nama : Himatul Ulya
NIM : 17510052
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Study Kasus Konsumen *Gitata House of Beauty*)

NO	T A H A P A N	TANGGAL	KETERANGAN
1	Penunjukan Dosen Pembimbing	04 Oktober 2020	Acc Judul
2	Penyusunan Proposal Skripsi	08 September 2022	Bab I,II,III
3	Instrumen penelitian	10 Oktober 2022	Uji Instrumen
4	Ijin Pelaksanaan Penelitian	01 Januari 2023	Ijin Penelitian
5	Pengumpulan Data	20 Januari 2023	Tabulasi Data
6	Analisis Data	10 Maret 2023	Olah Data
7	Penyusunan Laporan/Skripsi	01 Juni 2023	Bab IV dan V

Demikian berita acara bimbingan skripsi ini dibuat untuk diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pembimbing Utama,

Pitaloka Dharma Ayu, SE., MBA

Pembimbing Pendamping,

Fajar Suryatama, S.sos., SE., M.M.

Mengetahui
Dekan Ekonomi dan Bisnis UNRARIS,

Dr. Sri Rahayu., S.E., M.Si



YAYASAN UNRARIS KABUPATEN SEMARANG
UNIVERSITAS DARUL ULUM ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN GUPPI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Tentara Pelajar No. 13 Telp (024) 6923180, Fax. (024) 76911689 Ungaran Timur 50514
Website : undaris.ac.id email : info@undaris.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini, Jumat 15 September tahun 2023 pukul 08.00 WIB, berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNRARIS No 139/A.I/6/IX/2023 tanggal 13 September tahun 2023 perihal Susunan Dosen Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNRARIS tingkat Sarjana (S1):

1. Nama lengkap : Dr. Sri Rahayu., S.E., M.Si
Jabatan Akademik : Lektor
Pangkat / Golongan: Penata IIIc
Bertugas sebagai : Ketua Penguji
2. Nama lengkap : Pitaloka Dharma Ayu, SE., M.BA
Jabatan Akademik : Asisten Ahli
Pangkat / Golongan: Penata Muda Tk I, III/b
Bertugas sebagai : Anggota
3. Nama lengkap : Fajar Suryatama, S.sos., SE., M.M.
Jabatan Akademik : Asisten Ahli
Pangkat / Golongan: Penata Muda Tk I, III/b
Bertugas sebagai : Anggota

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini telah diuji skripsinya,

Nama : Himatul Ulya
N I M : 17510052
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Study Kasus Konsumen *Gitata House of Beauty*)

NILAI HASIL UJIAN : Angka = 82,14 Equivalent = AB

Demikian berita acara ujian skripsi ini dibuat untuk diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ketua,

Dr. Sri Rahayu., S.E., M.Si

Anggota,

Pitaloka Dharma Ayu, SE., M.BA

Anggota,

Fajar Suryatama, S.sos., SE., M.M.

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNRARIS,

Dr. Sri Rahayu., S.E., M.Si