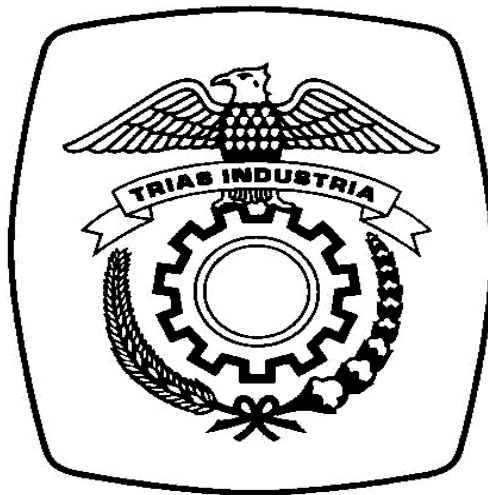


**ANALISIS PENGARUH DESAIN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PO RZ
HANDBAG
TAHUN AJARAN 2016/2017**

TUGAS AKHIR

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat dalam Penyelesaian
Program Diploma IV Program Studi Manajemen Bisnis Industri**



NAMA : MASUHA
NIM : 1711071
JURUSAN : MANAJEMEN BISNIS INDUSTRI

**KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI d.h
JAKARTA
2016**

KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI
POLITEKNIK STMI JAKARTA

TANDA PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

JUDUL TUGAS AKHIR :

**ANALISIS PENGARUH DESAIN DAN KUALITAS BARANG
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADAPO RZ HANDBAG
DENGAN MENGGUNAKAN METODE REGRESI BERGANDA**

DISUSUN OLEH:

NAMA : MASUHA

NIM : 1711071

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS INDUSTRI

Telah Diperiksa dan Disetujui untuk Diajukan dan Dipertahankan dalam Tugas Akhir
Politeknik STMI Jakarta

Dosen Pembimbing

Drs. Mulyono, MM.

NIP 195309011983031001

KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN
POLITEKNIK STMI JAKARTA
d.h. SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR:

**“ANALISIS PENGARUH DESAIN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA PO RZ HANDBAG DENGAN
MENGUNAKAN METODE REGRESI BERGANDA”**

DISUSUN OLEH:

NAMA : MASUHA
NIM : 1711071
JURUSAN : MANAJEMEN BISNIS INDUSTRI

Telah diuji oleh Tim Penguji sidang Tugas Akhir Jurusan Manajemen Bisnis Industri
Politeknik STMI Jakarta pada hari Jumat ,tanggal 18 November 2016

Jakarta, November2016

Penguji 1,

Penguji 2,

(Drs. Mulyono, MM)

(Drs. Ubaldus Upa, MM)

Penguji 3,

Penguji 4,

(Dra. Sri Daryuni, MM)

(Drs. Marison Sitorus, MM)

POLITEKNIK STMI
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI
JAKARTA

Lembar Bimbingan Tugas Akhir

Nama : Masuha
Nim : 711071
Jurusan : Manajemen Bisnis Industri
Dosen Pembimbing : Drs. Mulyono, MM.

No.	Tanggal	Materi	Keterangan	Paraf
1.	22 Agustus 2016	Pemberian Proposal	Acc	
2.	29 Agustus 2016	Bab I	Acc	
3.	7 September 2016	Bab II	Revisi	
4.	9 September 2016	Bab II	Acc	
5.	14 September 2016	Bab III	Revisi	
6.	23 September 2016	Bab III, Bab IV	Acc	
7.	30 September 2016	Bab V	Revisi	
8.	3 Oktober 2016	Bab V	Acc	
9.	14 Oktober 2016	Bab VI	Acc	

Mengetahui,

Ka Prodi Administrasi Bisnis Otomotif

Pembimbing

Drs. Mulyono, MM

Drs. Mulyono, MM

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya mahasiswa Politeknik STMI Jakarta d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri,
Kementerian Perindustrian R.I.

Nama : Masuha
NIM : 1711071
Jurusan : Manajemen Bisnis Industri

Dengan ini menyatakan bahwa hasil karya Tugas Akhir yang saya buat dengan judul :
**ANALISIS PENGARUH DESAIN DAN KUALITAS BARANG TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA PO RZ HANDBAG**

- Dibuat dan diselesaikan, dengan menggunakan literatur hasil kuliah, survei lapangan, dosen pembimbing, melalui tanya jawab serta buku-buku jurnal acuan yang tertera dalam referensi pada Tugas Akhir ini.
- Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana sains terapan/sarjana di Sekolah Tinggi Manajemen Bisnis Industri atau Universitas/Perguruan Tinggi lain, kecuali pada bagian-bagian tertentu digunakan sebagai referensi yang semestinya.
- Bukan merupakan karya tulis terjemahan dari kumpulan buku atau judul acuan yang tertera dalam referensi pada karya Tugas Akhir saya

Jika terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah saya nyatakan seperti diatas, maka karya Tugas Akhir saya ini dibatalkan.

Jakarta, Oktober 2016
Yang Membuat Pernyataan

(Masuha)

ABSTRAKSI

PO RZ Handbag adalah perusahaan yang memproduksi tas wanita. Banyaknya pesaing yang membuat produk sejenis, maka perlu dilakukan kegiatan pemasaran untuk memperkenalkan kepada masyarakat produk yang diciptakan dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan dan diharapkan kedepannya dapat mengembangkan produk agar tercapai visi dan misi perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara desain dan kualitas barang terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun secara simultan dalam arti apakah pengaruh tersebut signifikan atau tidak. Dari hasil pengolahan data dengan menggunakan analisis regresi linier berganda didapat persamaan $\hat{Y} = 9,029 + 0,4382 X_1 + 0,4503 X_2$.

.Dimana desain produk dan kualitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penjualan. Hal ini ditunjukkan oleh perbandingan antara t_{hitung} dan t_{tabel} , dimana desain t_{hitung} (1,744) lebih kecil dari t_{tabel} (2,048), kualitas t_{hitung} (16,4345) lebih besar dari t_{tabel} (2,048). Dengan demikian H_0 yang dinyatakan bahwa tidak ada pengaruh desain terhadap kepuasan pelanggan harus ditolak. Berdasarkan hasil perhitungan uji F didapat F_{hitung} sebesar (82,551) sedangkan F_{tabel} ditentukan sebesar (3,35) sehingga F_{hitung} (82,551) lebih besar (3,35) maka, Tolak H_0 : Terima H_a , yang berarti bahwa secara simultan desain dan kualitas barang memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci : desain, kualitas barang data biaya penjualan, dan regresi berganda.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat, dan petunjuk-Nya sehingga skripsi dengan judul “Analisis pengaruh desain dan kualitas barang terhadap kepuasan pelanggan pada PO RZ Handbag” dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat dalam Penyelesaian Program Diploma IV Jurusan Manajemen Bisnis Industri Sekolah Tinggi Manajemen Industri.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, petunjuk dan saran dari semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Mustofa, S.T, MT selaku Ketua STMI yang telah mendukung penulis untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Bapak Drs. Mulyono, MM selaku ketua jurusan Manajemen Bisnis Industri dan sekaligus dosen pembimbing yang telah memberikan petunjuk bimbingan dan berbagai solusi selama ini untuk terselesaikannya skripsi ini.
3. Semua bapak dan ibu dosen Jurusan Manajemen Bisnis Industri dan Sekolah Tinggi Manajemen Industri yang telah mentransfer ilmu kepada semua mahasiswa khususnya penulis.
4. Seluruh staf karyawan Sekolah Tinggi Manajemen Industri yang telah membantu proses administrasi dalam penulisan skripsi.

5. Para pelanggan PO RZ selaku responden dalam penelitian ini.
6. Kepada keluarga tercinta yang telah memberikan doa dan dukungannya kepada penulis baik moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini.
7. Teman-teman kuliah Jurusan Manajemen Bisnis Indutri yang telah memberikan dukungan, semangat serta sebuah persahabatan dan kerjasama yang baik selama kuliah. Terutama kepada M Nuzulul Saputra, Salwani, dan teman-teman yang lain yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah bersama-sama saling membantu dalam proses penulisan, penyebaran kuesioner, dan pengolahan data selama penyusunan skripsi.

Semoga semua pihak yang penulis sebutkan diatas diberikan balasan pahala oleh Allah SWT. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan memberikan masukan bagi penelitian selanjutnya.

Jakarta, Oktober 2016

Masuha

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR BIMBINGAN	iii
LEMBAR KEASLIAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB IPENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan masalah.....	2
1.3 Batasan masalah	2
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Sistematika Penulisan	3
BAB IILANDASAN TEORI	5
2.1Aspek Pemasaran	5
2.1.1Pengertian Pemasaran	5
2.1.2Fungsi Pemasaran	6
2.1.3 Konsep Pemasaran	8
2.2 Desain, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan..	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Pengertian Desain.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Pengertian Kualitas Produk.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.3 Pengertian Kepuasan Pelanggan	Error! Bookmark not defined.

2.3	Desain dan Kualitas Produk.....	15
2.3.1	Hubungan Perilaku dengan Keputusan Konsumen.....	15
2.3.2	Hubungan Desain dengan Kepuasan Pelanggan	16
2.3.3	Hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan	16
2.4	Aspek Produksi, Personalia dan Keuangan.....	18
2.4.1	Pengertian Produksi	18
2.4.1.1	Manajemen Produksi	19
2.4.1.2	Proses Produksi	20
2.4.2	Aspek Personalia/SDM	20
2.4.2.1	Manajemen SDM	20
2.4.2.2	Fungsi Manajemen SDM.....	21
2.4.2.4	Perencanaan Sumber Daya Manusia	21
2.4.3	Aspek Keuangan	22
2.4.3.1	Manajemen Keuangan.....	22
2.4.3.2	Laporan Keuangan.....	22
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	24
3.2	Metode Penentuan Populasi dan Sampel	24
3.3	Metode Pengumpulan Data	25
3.4	Metode Analisis Data	26
3.4.1	Uji Kualitas Data.....	25
3.4.2	Analisis Regresi Linier Berganda	27
BAB IV	PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	36
4.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	36
4.1.1	Profil Perusahaan	36
4.1.1.1	Klasifikasi Perusahaan	37
4.1.1.2	Lokasi Perusahaan	37
4.1.2	Struktur Organisasi Perusahaan	38
4.1.2.1	Deskripsi Jabatan.....	39

4.1.3. Layout Perusahaan PO RZ Handbag	Error! Bookmark not defined.
4.2Aspek Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Produk yang dijual	42
4.2.2Wilayah Pemasaran Produk	43
4.2.3Penjualan	Error! Bookmark not defined.
4.3. Aspek Keuangan	44
4.3.1. Modal Aktiva Tetap	44
4.3.2 Modal Kerja	45
4.3.3Laporan laba rugi	45
4.3.4Laporan Neraca	45
4.4Aspek Produksi	48
4.4.1Klasifikasi Produk.....	48
4.4.2Bahan Baku dan Bahan Penolong.....	49
4.4.3Peralatan dan Perlengkapan.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.4Alur Proses Produksi.....	51
4.4.5Biaya Produksi	52
4.5Aspek Personalia.....	54
4.5.1 Ketenagakerjaan.....	54
4.5.2 Kesejahteraan Karyawan.....	55
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN	56
5.1.1Uji Kualitas Data.....	57
BAB VIKESIMPULAN DAN SARAN	117
6.1 Kesimpulan	117
DAFTAR PUSTAKA	118

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1Skala Likert	27
Tabel 3.2Tabel Penolong	29
Tabel 4.1Produk yang dijual PO RZ Handbag	42
Tabel 4.2 Data Penjualan	43
Tabel 4.3 Modal Aktiva Tetap	44
Tabel 4.4 Modal Kerja	45
Tabel 4.5 Laporan Laba Rugi.....	46
Tabel 4.6 Laporan Neraca	47
Tabel 4.7Perkembangan Produksi.....	48
Tabel 4.8Perlengkapan.....	50
Tabel 4.9Budget dan realisasi biaya produksi.....	53
Tabel 5.1 Data Total Kuesioner	56
Tabel 5.2 Jawaban Responden	58
Tabel 5.3 Tabel Penolong Uji Validitas butir 1 desain	59
Tabel 5.4 Tabel Penolong Uji Validitas butir 2 desain	61
Tabel 5.5 Tabel Penolong Uji Validitas butir 3 desain	63
Tabel 5.6 Tabel Penolong Uji Validitas butir 4 desain	65
Tabel 5.7 Tabel Penolong Uji Validitas butir 5 kualitas barang	67
Tabel 5.8 Tabel Penolong Uji Validitas butir 6 kualitas barang.....	59
Tabel 5.9 Tabel Penolong Uji Validitas butir 7 kualitas barang	71

Tabel 5.10 Tabel Penolong Uji Validitas butir 8 kualitas barang	73
Tabel 5.11 Tabel Penolong Uji Validitas butir 9 kualitas barang	75
Tabel 5.12 Tabel Penolong Uji Validitas butir 10 kepuasan pelanggan	77
Tabel 5.13 Tabel Penolong Uji Validitas butir 11 kepuasan pelanggan	79
Tabel 5.14 Tabel Penolong Uji Validitas butir 12 kepuasan pelanggan	81
Tabel 5.15 Tabel Penolong Uji Validitas butir 13 kepuasan pelanggan	83
Tabel 5.16 Tabel Penolong Uji Validitas butir 14 kepuasan pelanggan	85
Tabel 5.17 Tabel Penolong Uji Validitas butir 15 kepuasan pelanggan	87
Tabel 5.18 Tabel Penolong Uji Reliabilitas desain	89
Tabel 5.19 Tabel Penolong Uji Reliabilitas kualitas barang	92
Tabel 5.20 Tabel Penolong Uji Reliabilitas kepuasan pelanggan	95
Tabel 5.21 Tabel Penolong mencari konstanta	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1Konsep Pemasaran	8
Gambar 2.2Kerangka Pemikiran.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3.1Diagram Uji F	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3.2 Diagram Uji t.....	35
Gambar 4.1Struktur Organisasi PO RZ Handbag ..	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.2 Layout Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.3 Proses Produksi	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.4 Persiapan Bahan Baku Tas.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.6Proses Pemotongan	51
Gambar 4.7 Proses Penjahitan.....	52
Gambar 5.1 Kurva Uji t Pengaruh Kurva Uji t Pengaruh X1 dan Y.....	113
Gambar 5.2 Kurva Uji t Pengaruh X2 dan Y	116

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Lembar Kuesioner Penelitian.....	100
Lampiran 2: Data Mentah Jawaban Responden.....	106
Lampiran 3 : Hasil Pengolahan Data	121

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Di dalam suatu usaha, pemasaran adalah fungsi utama dalam memperoleh pendapatan dan laba dari penjualan produknya, sehingga dapat dikatakan bahwa kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada kebijakan strategi pemasaran yang ditetapkan oleh perusahaan. Selain kebijakan strategi pemasaran, sumber daya yang dimiliki dikerahkan untuk dapat mencapai target penjualan produk yang ditentukan perusahaan. Hal ini tentunya bisa tercapai dengan mengaktifkan dan mengefisienkan kerja perusahaan.

Sebagaimana diketahui, dunia usaha sekarang ini banyak menghadapi persaingan. Dengan semakin ketatnya persaingan dan semakin selektifnya konsumen dalam memilih produk yang tersedia di pasar, perusahaan harus semakin bekerja keras untuk dapat meraih targetnya. Banyaknya persaingan, membuat perusahaan harus berkompetisi dalam meningkatkan penjualan.

Dengan memiliki Desain dan Kualitas yang baik diharapkan konsumen lebih tertarik karena mampu mempengaruhi konsumen secara langsung dan mampu meningkatkan penjualan target perusahaan.

Dengan kata lain untuk menunjukan dan memperkenalkan produk kepada konsumen sehingga konsumen tertarik untuk membelinya sehingga kepuasan konsumen tercapai.

PO RZ Handbag dihadapkan pada suatu kondisi persaingan yang ketat, dimana bermunculan produk yang sejenis yang menawarkan berbagai macam Tas wanita. Maka dengan pengaruh desain dan kualitas perusahaan dapat mengambil kebijaksanaan yang tepat menyangkut kepuasan konsumen sehingga akan banyak membawa hasil dan peranan yang penting dalam menyampaikan produk perusahaan ke konsumen.

Untuk itu penulis tertarik untuk mengkaji lebih lanjut mengenai desain dan kualitas , khususnya produk tas wanita. Maka disini penulis mengambil judul **“Analisis pengaruh desain dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PO RZ Handbag”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas dan juga setelah penulis melakukan penelitian, ditentukan beberapa masalah, maka penulis merumuskan masalah yang terdapat didalam perusahaan tersebut sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh antara desain terhadap kepuasan pelanggan pada PO Rz handbag ?
2. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PO Rz handbag ?
3. Apakah terdapat pengaruh desain dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan pelanggan?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini mempunyai alur perhatian yang jelas dan tidak menyimpang dari pembahasan dan tujuan-tujuan yang telah ditetapkan, maka dibuatlah beberapa pembatasan masalah:

1. Pengamatan dilakukan di PO RZ Handbag dan pada produk tas wanita.
2. Data perusahaan yang digunakan merupakan data dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2015.
3. Pengaruh desain terhadap kepuasan pelanggan.
4. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
5. Pengaruh desain dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh desain terhadap kepuasan pelanggan .
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh desain dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan pelanggan dalam melakukan pembelian.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pengkajian, penulisan, pembahasan, dan penyusunan laporan tugas akhir ini, maka peneliti membuat sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, pokok permasalahan, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat tugas akhir, serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini merupakan bagian yang berisi dasar-dasar teori atau konsep yang digunakan sebagai dasar pemikiran ilmiah untuk membahas permasalahan yang ada.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Berisikan langkah-langkah yang dilakukan penulis dalam memecahkan masalah yang ada.

BAB IV: PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Berisikan pengumpulan data-data yang dibutuhkan untuk pengolahan data sesuai dengan metode yang dipilih, pengolahan data tersebut akan digunakan dalam analisa data.

BAB V: ANALISA DAN PEMBAHASAN

Berisikan analisa serta pembahasan terhadap hasil yang diperoleh dari data pengolahan data melalui metode yang diterapkan.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, serta saran-saran yang diperlukan perusahaan dan peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Aspek Pemasaran

2.1.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan perkembangan dan perluasan perusahaan. Pemasaran merupakan salah satu cara perusahaan untuk memasarkan produk atau jasa yang dihasilkan kepada konsumen sebagai pemakai. Pemasaran tersebut posisinya berada antara produsen dan konsumen, artinya pemasaran merupakan alat penghubung antara produsen dan konsumen. Melihat perkembangan perekonomian seperti sekarang ini tanpa adanya kegiatan pemasaran yang efektif dalam menunjang usaha perusahaan maka mungkin tujuan yang ingin dicapai yaitu laba yang maksimal maka akan sangat sulit. Sehingga dapat dikatakan bahwa berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung pada keahlian manajemen perusahaan di bidang pemasaran.

Menurut American Marketing Association (AMA) pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya Philip Kotler(2008). Menurut William J. Stanton menyatakan bahwa pemasaran adalah suatu system keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial, Basu Swawtha Irawan (2010).

Berdasarkan uraian pengertian pemasaran diatas maka terdapat unsur-unsur penting dalam pemasaran, meliputi:

- a. Kebutuhan dan keinginan konsumen
- b. Adanya kebutuhan produk yang dianggap mampu memuaskan kebutuhan.
- c. Proses pemasaran kebutuhan dan keinginan dilakukan dengan cara tertentu yaitu melalui cara pertukaran.
- d. Adanya pertukaran akan membutuhkan tempat untuk pertukaran yaitu pasar.

Pemasaran mempunyai peran yang demikian penting dalam meningkatkan kegunaan barang yang semula di tempat lain pada waktu tertentu tidak berguna maka di suatu tempat sewaktu-waktu akan sangat diperlukan dan diinginkan guna memenuhi kebutuhan untuk meningkatkan taraf hidup konsumen. Pemenuhan kebutuhan yang semakin meningkat mendorong perusahaan untuk mengadakan produksi yang besar-besaran yang didukung antara lain oleh promosi dan distribusi yang efektif.

2.1.2 Fungsi Pemasaran

Proses pemasaran perlu dilakukan oleh setiap perusahaan, karena dengan pemasaran akan menambah kegunaan produk yang ada yaitu kegunaan tempat, waktu dan pemikiran, dan kegiatan pemasaran. Kegiatan pemasaran tersebut di dalamnya mempunyai fungsi pemasaran.

- a. Fungsi pertukaran

Fungsi pertukaran meliputi pembelian dan penjualan. Fungsi ini berkaitan dengan pertukaran barang dari penjual ke pembeli. Fungsi pembelian dilakukan oleh pembeli untuk memilih jenis barang yang akan dibeli, kualitas yang diinginkan, kualitas yang memadai dan penyediaan uang sesuai. Fungsi

penjualan paling luas meliputi kegiatan untuk mencapai pasar dan mempengaruhi permintaan.

b. Fungsi penyedia fisik

Fungsi penyedia fisik meliputi pengangkutan dan penyimpanan. Fungsi pengangkutan dan penyimpanan berkaitan dengan pemindahan barang-barang dari tempat produksi ke konsumen. Selain itu fungsi tersebut berkaitan pula dengan penyimpanan barang-barang sampai barang tersebut diperlukan oleh konsumen. Fungsi pengangkutan dapat dilakukan dengan kereta api, truk, kapal laut, dan pesawat udara, sedangkan fungsi penyimpanan dapat dilakukan di bagian produksi itu sendiri sampai di gudang umum.

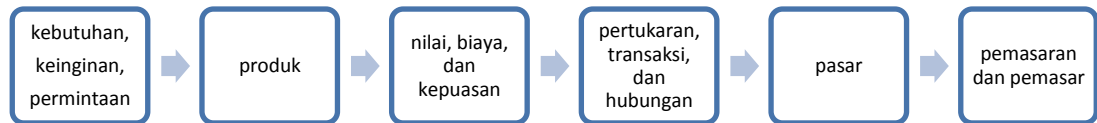
c. Fungsi penunjang

Fungsi penunjang meliputi pembelian, penanggungan resiko, standarisasi barang-barang dan *grading* serta pengumpulan informasi pasar. Fungsi ini dapat membantu pelaksanaan dari fungsi-fungsi lainnya. Fungsi pembelian bertujuan untuk menyediakan dana, melayani penjualan kredit atau menanggung kerugian perusahaan yang semuanya merupakan kegiatan yang selalu ada di dalam semua kegiatan bisnis. Standarisasi merupakan fungsi yang bertujuan menyederhanakan keperluan-keperluan pembeli dengan menciptakan golongan-golongan barang tertentu yang berdasarkan pada kriteria-kriteria seperti ukuran berat, warna, dan rasa. Fungsi terakhir adalah fungsi penunjang yaitu pengumpulan informasi pasar, bertujuan mengumpulkan berbagai macam informasi yang dapat dipakai oleh Manager Pemasaran untuk mengambil keputusan.

2.1.3 Konsep Pemasaran

Kotler menyatakan bahwa dalam mendefenisikan pemasaran terdapat konsep-konsep inti yang membentuknya, yaitu: kebutuhan, keinginan dan permintaan; produk; nilai, biaya dan kepuasan; pertukaran, transaksi dan hubungan; pasar, dan pemasaran dan pemasar.

Gambar 2.1 Konsep Pemasaran



Kebutuhan, Keinginan, dan Permintaan

Titik tolak disiplin pemasaran terletak pada kebutuhan dan keinginan manusia. Manusia membutuhkan makanan, udara, air, pakaian, dan tempat tinggal untuk melangsungkan kehidupannya. Disamping itu, orang mempunyai keinginan yang kuat untuk hal-hal lain seperti meningkatkan jenjang pendidikan, berwisata, dan lain sebagainya. Dan tiap-tiap individu memiliki karakteristik yang berbeda-beda terhadap kebutuhan dan keinginannya.

Suatu perbedaan dapat ditarik antara kebutuhan, keinginan, dan permintaan. *Kebutuhan manusia adalah suatu keadaan perasaan kekurangan akan kepuasan dasar tertentu.* Kebutuhan tidak diciptakan oleh masyarakat atau pemasar. Kebutuhan-kebutuhan tersebut terdapat dalam jaringan biologis individu dan kondisinya.

Keinginan adalah dorongan-dorongan akan pemuas tertentu dari kebutuhan yang lebih dalam. Meskipun kebutuhan manusia sedikit, keinginan mereka banyak. Keinginan manusia secara terus-menerus dibentuk dan

dibentuk kembali oleh kekuatan-kekuatan sosial dan kelembagaan seperti gereja, sekolah, keluarga, dan perusahaan-perusahaan.

Permintaan adalah keinginan akan produk-produk tertentu yang didukung oleh suatu kemampuan dan keinginan untuk membelinya. Keinginan menjadi permintaan apabila didukung oleh daya beli. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan harus mengukur tidak hanya beberapa orang menginginkan produknya, tetapi yang lebih penting lagi, berapa banyak benar-benar mau dan mampu membelinya.

Produk.

Produk secara luas yang mencakup *segala sesuatu yang bisa ditawarkan kepada seseorang untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan mereka.* Produk terdiri dari berbagai jenis wujud. Umumnya, produk dikategorikan kedalam jenis *tangible* dan *intangible*.

Nilai, Biaya, dan Kepuasan.

Nilai adalah perkiraan konsumen akan kapasitas keseluruhan produk untuk memenuhi kebutuhannya. Nilai dari produk sebenarnya tergantung pada berapa dekatnya kepada produk ideal.

Masing-masing produk yang ditawarkan memiliki biaya. Nilai produk dan biaya menjadi pertimbangan individu sebelum melakukan pilihan. Produk dengan nilai yang tinggi dan dianggap wajar dalam pembiayaan akan dipilih.

Pertukaran, Transaksi, dan Hubungan.

Pemasaran muncul ketika orang memutuskan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka melalui pertukaran. Pertukaran merupakan salah satu dari empat cara orang mendapatkan produk yang mereka inginkan. Tiga cara lainnya adalah produksi sendiri, pemaksaan, dengan meminta-minta.

Pertukaran adalah perbuatan untuk mendapatkan produk yang diinginkan dari seseorang dengan menawarkan sesuatu sebagai gantinya. Agar terjadi pertukaran, lima kondisi harus terpenuhi:

1. Paling tidak terdapat dua pihak
2. Masing-masing pihak mempunyai sesuatu yang mungkin bernilai bagi pihak lain
3. Masing-masing pihak mampu berkomunikasi dan mengantarkan
4. Masing-masing pihak bebas untuk menolak atau menerima tawaran.
5. Masing-masing pihak percaya adalah tepat dan baik berhubungan dengan pihak lain.

Dua pihak dikatakan terlibat dalam pertukaran apabila mereka berunding dan bergerak ke arah persetujuan. Apabila suatu persetujuan dicapai, dapat dikatakan bahwa terjadi transaksi. *Suatu transaksi terdiri dari pertukaran nilai antara dua pihak.* Transaksi adalah satuan satuan dasar pertukaran.

Pasar.

Konsep pertukaran menimbulkan konsep pasar. Pasar terdiri dari semua pelanggan potensial yang sama-sama mempunyai kebutuhan atau keinginan yang mungkin ingin dan mampu terlibat dalam pertukaran untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan. Pada mulanya istilah pasar berarti tempat di mana pembeli dan penjual berkumpul untuk saling menukar barang mereka. Para ahli ekonomi menggunakan istilah pasar untuk merujuk pada suatu kumpulan pembeli dan penjual yang mentransaksikan produk dan kelas produk tertentu.

Orang-orang bisnis menggunakan istilah pasar mencakup beberapa pengelompokan pelanggan. Mereka berbicara tentang pasar kebutuhan, pasar produk, pasar demografi, dan pasar geografi.

Pemasaran dan Pemasar.

Pemasaran berarti aktivitas manusia yang berkaitan dengan pasar. Artinya bekerja dengan pasar untuk mengaktualisasi potensi pertukaran untuk tujuan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Pemasaran merupakan proses sosial dan manjerial di mana masing-masing individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produ yang bernilai bagi pihak lainnya

Apabila satu pihak lebih aktif berusaha melakukan pertukaran daripada pihak lain dikatakan pemasar dan pihak lain dikatakan prospek. *Seorang pemasar* adalah seseorang yang mencari sumber daya dari orang lain dan mau untuk menawarkan sesuatu yang berharga dalam pertukaran.

2.2 Desain, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan

2.2.1 Desain

Desain Produk adalah sebagai alat manajemen untuk menterjemahkan hasil kegiatan penelitian dan pengembangan yang dilakukan sebelum menjadi rancangan yang nyata yang akan diproduksi dan dijual dengan menghasilkan laba.

Produk pun memiliki pengertian sendiri sebagaimana dikemukakan oleh W.J. Stanton (1981 ; 192), dimana :“ A product is a set of tangible and intangible attributes, including, packaging, color, price, manufakture prestige, retailer prestige, and manufactur and retailer service, which the buyer may accept as offering want – satisfaction ”

Pengertian desain dikemukakan pula oleh W.J. Syanton yang diterjemahkan oleh Y. Lamarto, yaitu :“ Desain adalah ragam khusus dari sebuah bentuk atau penampilan dalam seni, produk atau ikhtiar.”

Setiap perusahaan yang didirikan tentunya disertai harapan bahwa kelak dikemudian hari usahanya akan mengalami perkembangan dan kemajuan dengan

pesat, memperoleh keuntungan yang maksimal. Bagi perusahaan yang bergerak di bidang industri yang membuat dan menjual produk-produk kebutuhan konsumen. Untuk itu perusahaan selalu menyesuaikan product design dengan selera dan keinginan konsumen.

Hal ini sesuai dengan pendapat Bagas Prastyowibowo (1999:5), menyatakan bahwa : “ Desain produk salah satu unsur memajukan industri agar hasil industri produk tersebut dapat diterima oleh masyarakat, karena produk yang mereka dapatkan mempunyai kualitas baik, harga terjangkau, desain yang menarik, mendapatkan jaminan dan sebagainya. ”

Begitu pun pendapat Yus R Hadjadinata (1995:18) menyatakan bahwa: “ Product design berhubungan dengan bentuk dan fungsi. Design mengenai bentuk berhubungan dengan perencanaan dan penampilan dari product tersebut. Sedangkan desain mengenai fungsi berhubungan dengan bagaimana product tersebut dapat di gunakan. ”

2.2.2 Kualitas Produk

Berbicara mengenai produk maka aspek yang perlu diperhatikan adalah kualitas produk. Menurut *American Society for Quality Control*, kualitas adalah “*The totality of features and characteristics of a product or service that bears on its ability to satisfy given needs*”, artinya keseluruhan ciri dan karakter-karakter dari sebuah produk atau jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang tersirat. Definisi ini merupakan pengertian kualitas yang berpusat pada konsumen sehingga dapat dikatakan bahwa seorang penjual telah memberikan kualitas bila produk atau pelayanan penjual telah memenuhi atau melebihi harapan konsumen. (www.jurnal-sdm.blogspot.com).

Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Oleh karena itu perusahaan berusaha memfokuskan pada kualitas produk dan

membandingkannya dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing. Akan tetapi, suatu produk dengan penampilan terbaik atau bahkan dengan tampilan lebih baik bukanlah merupakan produk dengan kualitas tertinggi jika tampilannya bukanlah yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pasar.

Kotler (2009:2), menyatakan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Dimensi Kualitas Produk

Menurut Mullins, Orville, Lareche dan Boyd (2005:442), apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing. Dimensi kualitas produk tersebut terdiri dari:

1. Kinerja (*performance*), karakteristik operasi suatu produk utama, seperti kemudahan dan kenyamanan.
2. Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan. Dimensi ini mencakup umur ekonomis.
3. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
4. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*feature*), yaitu karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
5. Reabilitas (*reliability*), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat di andalkan.

6. Estetika (*esthetic*), yaitu daya tarik produk terhadap panca indra, misalkan model atau desain yang artistik, warna dan sebagainya.
7. Kesan kualitas (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

Menurut giffen (2002) ada beberapa tahapan untuk mengelola kualitas suatu produk :

1. Perencanaan Kualitas
2. Mengorganisasi Untuk Kualitas
3. Pengarahan Untuk Kualitas
4. Pengendalian Untuk Kualitas

2.2.3 Kepuasan Pelanggan

Dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan, kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk yang diterima dan yang diharapkan (Kotler, 1997).

Dalam era globalisasi ini perusahaan akan selalu menyadari pentingnya faktor pelanggan. Oleh karena itu mengukur tingkat kepuasan para pelanggan sangatlah perlu, walaupun hal tersebut tidaklah semudah mengukur berat badan atau tinggi badan pelanggan yang tinggi. Tingkat kepuasan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan dan meningkatkan reputasi bisnis (Fornell, 1992).

2.3 Desain dan Kualitas Produk

2.3.1 Hubungan Perilaku Konsumen dengan Keputusan Konsumen

Schiffman dan Kanuk (2007) mengatakan bahwa psikologi konsumen berisi konsep dasar psikologi yang menentukan perilaku individu dan mempengaruhi perilaku konsumsi. Faktor-faktor dari psikologi konsumen dimaksud adalah motivasi, persepsi, pembelajaran, dan sikap konsumen. Kotler (2004) menyatakan bahwa Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh faktor psikologis yang utama yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran (pengetahuan), serta keyakinan dan sikap. Faktor-faktor psikologis tersebut akan mendorong konsumen dalam bertindak untuk mendayagunakan serta mempersepsikan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dalam melakukan keputusan pembelian produk.

Konsep tersebut diperkuat oleh Latif (2011) yang menyatakan bahwa keputusan konsumen memiliki hubungan yang positif dengan faktor psikologis dalam diri konsumen yang bersangkutan. Kotler dan Armstrong (2004) menjelaskan bahwa dorongan seseorang dalam melakukan sebuah tindakan dipengaruhi oleh persepsi terhadap situasi disekitarnya dengan melakukan proses seleksi dan evaluasi atas semua informasi dan stimuli yang ada dirasakan melalui panca indera. Atribut produk bahan pangan sedapat mungkin mencerminkan keunggulan produk meliputi keamanan pangan, nutrisi, dan komposisi produk sehingga dapat merangsang sikap positif konsumen terhadap produk (Grolleau dan Caswell, 2005).

Beberapa penelitian lain menjelaskan bahwa beberapa faktor yang berperan dalam pemilihan produk pangan adalah persepsi dan sikap terhadap atribut produk (Verbeke, 2000) dan harapan kualitas sesungguhnya yang diperoleh sebelum dan setelah pembelian dan konsumsi (Grunert, 2002). Rah, et al., (2004) mengemukakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan variabel sikap terhadap niat membeli ulang. Sikap mengarahkan individu dalam membentuk niat untuk membeli suatu produk. Sikap merupakan faktor penting dalam pengambilan keputusan konsumen.

Manfaat dari produk bagi konsumen yang menyebabkan seseorang menyukai produk tersebut. Pengetahuan tentang manfaat produk penting bagi konsumen karena pengetahuan akan mempengaruhi keputusan pembeliannya. Berdasarkan paparan di atas dapat disimpulkan bahwa faktor psikologis memiliki hubungan positif dengan keputusan konsumen.

2.3.2 Hubungan desain dengan Kepuasan pelanggan

Desain dapat menciptakan semacam kepribadian tersendiri sehingga menonjol bila dibandingkan produk pesaing yang kelihatan serupa. Dalam siklus kehidupan produk yang pada tahap penurunan, desain yang bagus dapat menggantikan produk baru dan juga mampu memperlihatkan nilai tertentu dan mempermudah konsumen dalam memilih barang. Hasil penelitian dan pengembangan produk ini harus diterjemahkan menjadi produk dan jasa nyata yang akan diproduksi dan dijual dengan menghasilkan laba. Berbagai keputusan harus dibuat manajemen sehubungan dengan desain (atau yang sekarang disebut rancang bangun) adapun keputusan tersebut sebagai berikut, T. Hani Handoko (1994 : 44) :

- a. Pertama manajemen harus membuat keputusan yang menyangkut “trade off” antara bentuk dan fungsi.
- b. Kedua, dalam banyak kasus, para perancang harus membuat keputusan tentang bahan-bahan yang digunakan, sehingga harus selalu memfungsikan kaidah biaya, spesifikasi, proses dan lain-lain.

Atas dasar pemikiran tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis :

H1: desain berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

2.3.3 Hubungan Kualitas Produk dengan kepuasan pelanggan

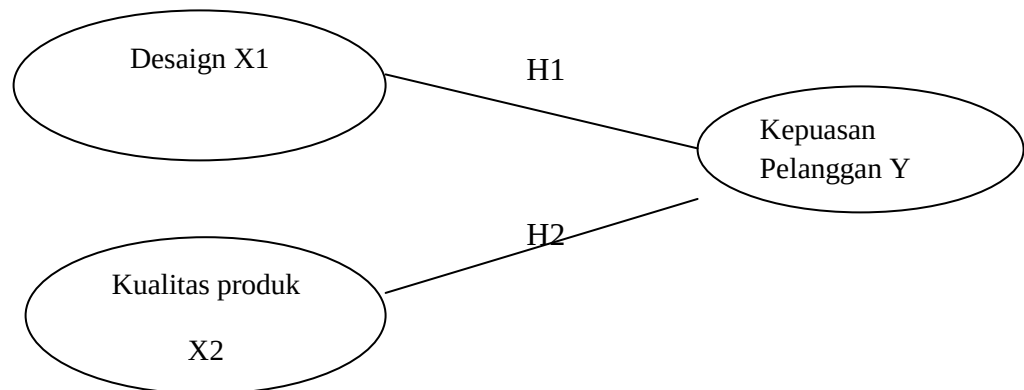
Suatu perusahaan yang mengetahui hal tersebut, tentu tidak hanya menjual produk itu sendiri, tetapi juga manfaat dari produk tersebut dimana pada akhirnya hal tersebut membantu perusahaan untuk meningkatkan penjualan karena akan berpengaruh pada keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Melihat hal

tersebut pada akhirnya akan dapat ditarik suatu kesimpulan untuk dijadikan suatu hipotesis bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen. Atas dasar pemikiran tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis :

H2: kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Kerangka penelitian ini menggambarkan pengaruh dua variabel independen yaitu desain dan kualitas produk terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan dalam membeli suatu produk tas wanita. Berdasarkan tinjauan landasan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat disusun kerangka pemikiran sebagai berikut :

Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran



Sumber : konsep yang dikembangkan dalam penelitian

Keterangan :

- Variabel dependent : kepuasan pelanggan (Y)
- Variabel independent : desain (X₁), kualitas produk (X₂)

2.4 Aspek Produksi, Personalia, dan Keuangan

2.4.1 Pengertian Produksi

Schroeder (1993) memberikan penekanan terhadap definisi kegiatan produksi dan operasi pada 3 hal yaitu:

1. Pengelolaan fungsi organisasi dalam menghasilkan barang dan jasa.
2. Adanya sistem transformasi yang menghasilkan barang dan jasa.
3. Adanya pengambilan keputusan sebagai elemen penting dari manajemen operasi.

Keputusan yang di ambil oleh sebuah organisasi mengenai produk yang di tawarkan mempunyai dampak penting terhadap kinerja perusahaan. Sebagian keputusan bisnis mempunyai dampak yang cukup luas, misalnya pilihan mengenai produk baru dan pengembangan-pengembangan produk. Keputusan-keputusan seperti ini menyentuh setiap bidang fungsional dan mempengaruhi segala lapisan organisasi.

Ada empat macam pengambilan keputusan yang sering dihadapi dalam manajemen operasional.

1. Peristiwa yang Pasti (*Certainty*)
2. Peristiwa Tidak Pasti (*Uncertainty*)
3. Peristiwa dengan Resiko (*Under Risk*)
4. Peristiwa Akibat Konflik Antarlembaga (*Institutional Conflic*)

Pola pengambilan keputusan umumnya seperti diuraikan pada gambar diatas ini. Data yang diolah menjadi informasi merupakan unsur terpenting sebagai masukan di dalam sistem pengambilan keputusan, selanjutnya disalurkan melalui prosedur untuk dilakukan peramalan. Hasil dari peramalan yang diperoleh akan merupakan kumpulan alternatif kemungkinan yang bisa saja terjadi. Produksi produk biasanya timbul setelah di lakukan riset atau penelitian terhadap konsumen, produk apa yang sedang di inginkan konsumen

serta sesuai dengan kebutuhan. Perencanaan dan pengembangan produk pada hakikatnya adalah meliputi berbagai macam aktifitas marketing dan hal tersebut merupakan sebuah fungsi yang berorientasi pada konsumen.

Analisis dalam aspek produksi adalah untuk menilai kesiapan perusahaan dalam menjalankan usahanya dengan menilai ketetapan lokasi dan layout serta kesiagaan mesin yang digunakan.

Menurut Kasmir (2003) Tujuan yang hendak dicapai dalam penilaian aspek produksi adalah :

1. Agar perusahaan dapat menentukan **lokasi yang tepat**
2. Agar perusahaan dapat menentukan **layout yang sesuai dengan proses produksi yang dipilih**, sehingga memberikan efisiensi.
3. Agar perusahaan dapat menentukan **teknologi yang tepat** dalam menjalankan produksinya.
4. Agar perusahaan dapat menentukan **metode perusahaan yang paling baik**.
5. Agar dapat menentukan **kualitas tenaga kerja** yang dibutuhkan sekarang dan dimasa yang akan datang.

2.4.1.1 Manajemen Produksi

Manajemen produksi adalah proses kegiatan untuk mengadakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengkoordinasian dari produksi dan proses produksi. Manajemen produksi juga merupakan usaha mengelola dengan cara optimal terhadap faktor-faktor produksi seperti manusia, tenaga kerja, mesin, dan bahan baku yang ada. Tujuan manajemen produksi adalah memproduksi atau mengatur produksi barang-barang dan jasa-jasa dalam jumlah, kualitas, harga, waktu, dan tempat tertentu sesuai dengan kebutuhan.

2.4.1.2 Proses Produksi

Proses produksi adalah cara atau metode untuk menciptakan atau menambah guna suatu barang atau jasa dengan memanfaatkan sumber daya yang ada. Jenis-jenis proses produksi :

a. Proses produksi terus-menerus

Adalah proses produksi yang terdapat pola atau urutan yang pasti sejak dari bahan baku sampai menjadi barang jadi

b. Proses produksi terputus-putus

Adalah proses produksi yang tidak terdapat urutan atau pola yang pasti sejak dari bahan baku sampai menjadi barang jadi.

2.4.2 Aspek Personalia/SDM

2.4.2.1 Manajemen SDM

SDM sebagai salah satu unsur penunjang organisasi, dapat diartikan sebagai manusia yang bekerja di lingkungan suatu organisasi; atau potensi manusiawi sebagai penggerak organisasi dalam mewujudkan eksistensinya. Oleh sebab itu sangat diperlukan untuk mengelolanya dengan baik. Mengelola SDM di era globalisasi bukan merupakan hal yang mudah. Oleh karena itu, berbagai macam suprastruktur dan infrastruktur perlu disiapkan untuk mendukung proses terwujudnya SDM yang berkualitas.

Manajemen SDM adalah proses serta upaya untuk merekrut, mengembangkan memotivasi serta mengevaluasi keseluruhan sumber daya manusia yang diperlukan perusahaan dalam pencapaian tujuannya. Harvard Business School mendefinisikan Manajemen SDM sebagai proses pengelolaan yang lebih memperhatikan manusia sebagai asset potensial daripada hanya sebagai variabel biaya. Manajemen SDM melibatkan semua keputusan dan tindakan manajemen yang mempengaruhi sifat hubungan antara organisasi dan karyawan sebagai sumber daya organisasi.

2.4.2.2 Fungsi Manajemen SDM

Secara sederhana, fungsi Manajemen SDM terdiri dari lima, antara lain:

1. Fungsi Perencanaan (*Human Resource Planning*)
Merencanakan kebutuhan dan pemanfaatan sumber daya manusia bagi perusahaan
2. Fungsi Pengadaan (*Personnel Procurement*)
Mencari dan mendapatkan sumber daya manusia, termasuk didalamnya rekrutmen, seleksi, dan penempatan serta kontrak kerja
3. Fungsi Pengembangan (*Personnel Development*)
Mengembangkan sumber daya manusia, termasuk didalamnya origram orientasi tenaga kerja, pendidikan dan pelatihan
4. Fungsi Pemeliharaan (*Personnel Maintenance*)
Memelihara sumber daya manusia, termasuk didalamnya pemberian insentif, jaminan kesehatan dan keselamatan kerja, dan pemberian penghargaan
5. Fungsi Penggunaan (*Personnel utilization*)
Memanfaatkan dan mengoptimalkan sumber daya manusia, termasuk didalamnya promosi, demosi, transfer dan sebagainya.

2.4.2.4 Perencanaan Sumber Daya Manusia

Perencanaan kebutuhan tenaga kerja dimaksudkan agar jumlah kebutuhan tenaga kerja masa kini dan masa depan sesuai dengan beban pekerjaan. Perencanaan sumber daya manusia adalah perencanaan strategis untuk mendapatkan dan memelihara kualifikasi sumber daya manusia yang diperlukan bagi organisasi perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan.

Merencanakan sumber daya manusia diawali dengan menyesuaikan kembali rencana strategis perusahaan. Dalam merencanakannya, perlu menentukan tugas yang akan diemban oleh tenaga kerja. Terdapat tiga hal yang biasa

dilakukan yaitu menganalisis jabatan, mendeskripsi kerja, dan menentukan spesifikasi kerja.

2.4.3 Aspek Keuangan

2.4.3.1 Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan merupakan salah satu bidang manajemen fungsional dalam suatu perusahaan yang mempelajari tentang penggunaan dana, memperoleh dana, dan pembagian hasil operasi perusahaan. Manajemen keuangan dapat didefinisikan dari tugas dan tanggungjawan manajer keuangan. Tugas pokok manajemen keuangan meliputi: keputusan tentang investasi, pembiayaan kegiatan usaha, dan pembagian dividen suatu perusahaan.

2.4.3.2 Laporan Keuangan

Menurut Harahap (2004), laporan keuangan menggambarkan kondisi keuangan dan hasil usaha suatu perusahaan pada saat tertentu atau jangka waktu tertentu. Adapun jenis laporan keuangan yang lazim dikenal adalah neraca, laporan rugi laba, dan laporan perubahan posisi keuangan.

Menurut Swastha dan Sukotjo (2010), laporan keuangan yang lengkap terdiri atas komponen-komponen berikut ini: neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas. Berikut ini diberikan penjelasannya :

1. Neraca (Balance Sheet)

Neraca memuat semua informasi mengenai semua sumber dana dan *equity*. Neraca keuangan dibuat untuk mengetahui posisi keuangan perusahaan pada periode waktu tertentu, umumnya pada akhir tahun anggaran. Neraca mencerminkan semua transaksi yang dibuat oleh perusahaan pada periode tertentu.

2. Laporan Laba –Rugi

Laporan laba rugi merupakan hasil dari kegiatan operasional perusahaan pada periode waktu tertentu. Didalamnya terdapat informasi mengenai inflow asset (revenues), outflows asset (expenses), dan kenaikan atau penurunan yang dihasilkan oleh semua kegiatan tersebut. Laporan rugi/laba menjelaskan pendapatan dan pengeluaran pada periode tertentu dan dapat menjawab pertanyaan tentang besarnya laba atau kerugian yang dihasilkan oleh perusahaan.

3. Laporan Perubahan Modal

Laporan perubahan modal merupakan ringkasan tentang perubahan modal yang terjadi dalam suatu periode tertentu. Maka dapat diketahui bahwa laporan perubahan ekuitas memberikan informasi mengenai tambahan atau pengurangan ekuitas selama periode tertentu. Penambahan ekuitas berasal dari investasi dan laba, sedangkan pengurangan ekuitas biasanya karena kerugian atau pengambilan pribadi.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian

Pada penelitian ini yang dijadikan tempat penelitian adalah wilayah Jakarta Pusat dan penelitian dilakukan pada tahun 2016. Adapun yang akan dibahas terbatas hanya pada seberapa besar pengaruh desain, kualitas produk terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan. Sebagai variabel independen pada penelitian ini adalah yang diberi lambang desain (X_1), kualitas produk (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Sedangkan variabel dependen pada penelitian ini adalah kepuasan pelanggan yang diberi lambang (Y).

3.2 Metode Penentuan Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiono, 2007:115). Populasi dari penelitian ini mencakup pelanggan yaitu masyarakat yang membeli tas di wilayah Jakarta Pusat.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2007:116). Metode pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan Tabel Cohen Manion dan Morrison (satu tabel dengan tiga penulis) ini cukup menarik.[1] Pertama, penentuan populasi yang diprediksi dalam pengambilan sampelnya hingga 1 juta anggota populasi. Kedua, tabel ini merinci Taraf Keyakinan penelitian dari 90%,

95% dan 99% yang masing-masing taraf memiliki jumlah sampel berbeda. Ketiga, tabel ini pun merinci Interval Keyakinan penelitian (α) yaitu dari 0,1, 0,05, hingga 0,01.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Data adalah suatu fakta dan angka yang secara relatif tidak berarti bagi pemakai (Umar, 2010:129). Dalam penelitian ini peneliti akan mengumpulkan data yang bersifat data primer, yaitu data yang diperoleh dari sumber pertama baik dari individu maupun perseorangan. Data primer akan diperoleh melalui penyebaran kuisioner kepada sampel yang sudah ditentukan (Umar, 2010:130).

Teknik yang menggunakan angket/kuisioner adalah suatu cara mengumpulkan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan mereka akan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut (Umar, 2010:167). Data sekunder merupakan data primer yang diolah dan disajikan oleh pihak lain (Umar, 2010:130). Dalam penelitian ini peneliti mencoba untuk mengumpulkan berbagai data sekunder yang berasal dari internet dan lembaga terkait dalam penelitian ini, sebagai data penunjang.

Dalam pengumpulan data yang akan dianalisa, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data, yaitu:

1. Penelitian kepustakaan (*library research*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data-data serta informasi yang diperlukan sebagai landasan teori dengan cara membaca literatur, buku-buku manajemen, dan sumber-sumber lain yang menunjang penyusunan skripsi ini.
2. Penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Dalam hal ini peneliti menggunakan kuesioner atau angket secara terbuka dan tertutup. Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang desain, kualitas produk.

3.4 Metode Analisis Data

3.4.1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Menurut (Bhuono, 2005:66), Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir suatu daftar (struktur) pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu variabel tertentu. Validitas adalah ukuran untuk menunjukkan tingkat kevaliditasan suatu instrumen, suatu instrumen dikatakan valid apa bila mampu mengukur apa yang diukur.

Uji Validitas dilakukan dengan membandingkan nilai rhitung dengan rtabel, Dengan membandingkan nilai rhitung dari hasil output (*Corrected Item- Total Correlation*) dengan rtabel, jika rhitung lebih besar dari rtabel maka butir pertanyaan tersebut adalah valid, tetapi jika rhitung lebih kecil dari pada rtabel maka butir pertanyaan tersebut tidak valid (Ghozali, 2009:45).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama (Umar, 2010:194). Uji ini mengukur ketepatan alat ukur. Suatu alat ukur disebut memiliki reliabilitas yang tinggi jika alat ukur yang digunakan stabil. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini untuk menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur dalam penelitian melalui nilai *alpha cronbach* karena menggunakan jenis data likert/essay. Teknik ini dapat menafsirkan korelasi antara skala diukur dengan semua variabel yang ada (Umar, 2010:2007).

Dengan kata lain, mampu memperoleh data yang tepat dari variabel yang diteliti. Pengujian tiap butir digunakan analisis item, yaitu Uji reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan pengujian reliabilitas instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus

Cronbach's Alpha. Skala pengukuran yang reabel sebaiknya memiliki nilai *Alpha Cronbach* minimal 0,60 (Bhuono, 2005:72).

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh desain, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dilakukan pengukuran dengan skala Likert. Mengembangkan prosedur pengskalaan dimana mewakili suatu *kontinum bipolar*. Pada ujung sebelah kiri (dengan angka besar) menggambarkan suatu jawaban yang positif, sedangkan ujung kanan (dengan angka rendah) menggambarkan yang negatif seperti:

Tabel 3.1 Skala Likert

Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
SS	S	N	TS	STS
5	4	3	2	1

Sumber: Rangkuti (2003:66)

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi Heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

3.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda

- a. Regresi berganda merupakan pengembangan dari regresi linear sederhana, yaitu sama-sama alat yang dapat digunakan untuk melakukan prediksi permintaan di masa yang akan datang, berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variable bebas (*independent*)

terhadap satu variable terikat (*dependent*). Perbedaan penerapan metode ini hanya terletak pada jumlah variabel bebas (*independent*) yang digunakan.

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + ... + b_n.X_n$$

Gambar 3.1 Rumus Regresi Linear Berganda

Keterangan:

Y = variabel terikat

X_1 = variabel bebas pertama

X_2 = variabel bebas kedua

X_3 = variabel bebas ketiga

X_n = variabel bebas ke-n

a dan b_1 serta b_2 = konstanta

Regresi linear dengan 2 prediktor langkah-langkahnya adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2 Tabel Penolong

a. *Membuat tabel penolong*

No.	X ₁	X ₂	Y	X ₁ ²	X ₂ ²	Y ²	X ₁ .Y	X ₂ .Y	X ₁ .X ₂
1	...	...	...	...	...	...	...	...	...
2	...	...	...	...	...	...	...	...	...
3	...	...	...	...	...	...	...	...	...
4	...	...	...	...	...	...	...	...	...
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
N	...	...	...	...	...	...	...	...	...
	Σ X ₁	Σ X ₂	Σ Y	Σ X ₁ ²	Σ X ₂ ²	Σ Y ²	Σ X ₁ .Y	Σ X ₂ .Y	Σ X ₁ .X ₂

b. *Menerapkan metode skor deviasi*

$$1) \sum x_1^2 = \sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{n}$$

$$2) \sum x_2^2 = \sum X_2^2 - \frac{(\sum X_2)^2}{n}$$

$$3) \sum y^2 = \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n}$$

$$4) \sum x_1 y = \sum X_1 Y - \frac{(\sum X_1)(\sum Y)}{n}$$

$$5) \sum x_2 y = \sum X_2 Y - \frac{(\sum X_2)(\sum Y)}{n}$$

$$6) \sum x_1 x_2 = \sum X_1 X_2 - \frac{(\sum X_1)(\sum X_2)}{n}$$

$$7) \bar{X}_1 = \frac{\sum X_1}{n}$$

$$8) \bar{X}_2 = \frac{\sum X_2}{n}$$

$$9) \bar{Y} = \frac{\sum Y}{n}$$

c. Mencari korelasi berganda

$$r_{X_1.Y} = \frac{n(\sum X_1 Y) - (\sum X_1)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2\} \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

d. Mencari koefisien determinasi

$$KP = (R_{X_1.X_2.Y})^2 \times 100\%$$

e. Mencari nilai konstanta-konstanta

1) Menghitung nilai konstanta b_1

$$b_1 = \frac{(\sum x_2^2)(\sum x_1 y) - (\sum x_1 \cdot x_2)(\sum x_2 y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 \cdot x_2)^2}$$

2) Menghitung nilai konstanta b_2

$$b_2 = \frac{(\sum x_1^2)(\sum x_2 y) - (\sum x_1 \cdot x_2)(\sum x_1 y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 \cdot x_2)^2}$$

3) Menghitung nilai konstanta a

$$a = \frac{Y}{n} - b_1 \left(\frac{\sum X_1}{n} \right) - b_2 \left(\frac{\sum X_2}{n} \right)$$

f. Menentukan persamaan regresi dengan dua variabel bebas

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2$$

1. Uji hipotesis regresi berganda dua prediktor

Tujuan dilakukannya pengujian hipotesis terhadap penerapan metode regresi linear berganda adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh secara simultan antara kelompok data A dan B (variabel bebas X1 dan X2) terhadap kelompok data C (variabel terikat Y)

- Uji signifikansi secara simultan (bersama-sama)

- a. *Membuat hipotesis dalam uraian kalimat*

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) antara kelompok data A dan B terhadap kelompok data C.

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) antara kelompok data A dan B terhadap kelompok data C.

- b. *Membuat hipotesis dalam bentuk model statistik*

Ho : $\beta = 0$

Ha : $\beta \neq 0$

- c. *Menentukan taraf signifikan α*

- d. *Kaidah pengujian*

Jika, $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka terima Ho.

Jika, $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka tolak Ho.

- e. *Menghitung F_{hitung} dan F_{tabel}*

- 1) *Menghitung nilai F_{hitung}*

$$F_{hitung} = \frac{(R_{X1,X2,Y})^2(n - m - 1)}{m(1 - R_{X1,X2,Y}^2)}$$

Keterangan :

m = jumlah variabel bebas

n = jumlah data

2) Menentukan nilai F_{tabel}

Nilai F_{tabel} dapat dicari dengan menggunakan tabel F

$$F_{tabel} = F_{(\alpha)(dka,dkb)}$$

Keterangan :

dka = jumlah variabel bebas (pembilang)

dkb = $n - m - 1$ (penyebut)

f. Membandingkan F_{tabel} dan F_{hitung}

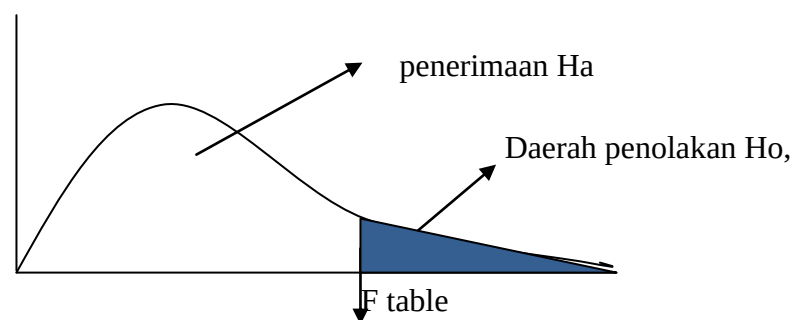
Tujuan membandingkan F_{tabel} dan F_{hitung} adalah untuk mengetahui apakah H_0 ditolak atau diterima berdasarkan kaidah pengujian.

g. Mengambil keputusan

Menerima atau menolak H_0 .

Gambar 3.1 Diagram Uji F

Daerah penerimaan H_0 , penerimaan H_a



- Uji signifikansi secara parsial

Tujuan dilakukan uji signifikansi secara parsial dua variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*) adalah untuk mengukur secara terpisah dampak yang ditimbulkan dari masing-masing variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*).

- Membuat hipotesis dalam uraian kalimat*

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara kelompok data A atau B terhadap kelompok data C.

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara kelompok data A atau B terhadap kelompok data C.

- Membuat hipotesis dalam bentuk model statistik*

Ho : $\beta_j = 0$

Ha : $\beta_j \neq 0$

Dimana β_j adalah koefisien yang akan diuji.

- Menentukan taraf signifikan (α)*

- Kaidah pengujian*

Jika, $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$, maka Ho diterima.

Jika, $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka Ho ditolak.

- Menghitung t_{hitung}*

$$t_{\text{hitung}} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Keterangan :

b_i = nilai konstanta

S_{b_i} = standar error

Sebelum menghitung t_{hitung} terlebih dahulu mencari nilai S_{bi} (standar error). Adapun nilai S_{bi} (standar error) dapat dicari dengan tahapan sebagai berikut :

1) *Menghitung nilai standar error*

- Standar error S_{b1}

$$S_{b1} = \frac{S_{X1.X2}}{\sqrt{[\sum X_1^2 - n \cdot \sum X_1^2][1 - (r_{X1.X2})^2]}}$$

- Standar error S_{b2}

$$S_{b2} = \frac{S_{X1.X2}}{\sqrt{[\sum X_2^2 - n \cdot \sum X_2^2][1 - (r_{X1.X2})^2]}}$$

2) *Menghitung nilai standar deviasi regresi berganda ($S_{X1.X2}$)*

- Menentukan nilai varian

$$S_{X1.X2}^2 = \frac{\sum y^2 - [b_1(\sum x_1 y) + b_2(x_2 y)]}{n - m - 1}$$

- Menentukan nilai deviasi standar

$$S_{X1.X2} = \sqrt{S_{X1.X2}^2}$$

Keterangan :

$S_{X1.X2}$ = standar deviasi regresi berganda

n = jumlah data

m = jumlah variabel bebas

f. *Menentukan nilai t_{tabel}*

Nilai t_{tabel} dapat dicari dengan menggunakan tabel *t-student*. Bila pengujian dua sisi, maka nilai α dibagi 2.

Rumus : $t_{\text{tabel}} = t_{(\alpha/2)(n-2)}$

g. Membandingkan t_{tabel} dan t_{hitung}

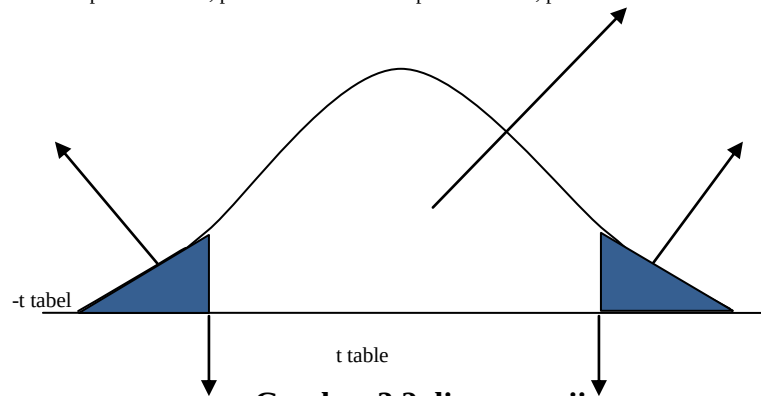
Tujuan membandingkan t_{tabel} dan t_{hitung} adalah untuk mengetahui apakah H_0 ditolak atau diterima berdasarkan kaidah pengujian.

h. Mengambil keputusan

Tujuan dari membuat keputusan adalah untuk mengetahui hipotesis mana yang terpilih, H_0 atau H_a

Daerah penerimaan H_0 , penerimaan H_a

daerah penolakan H_0 , penerimaan H_a



Gambar 3 2 diagram uji t

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Sejarah Singkat Perusahaan PO RZ Handbag

4.1.1 Profil Perusahaan

PO. RZ Handbag merupakan perusahaan yang bergerak di bidang fashion khususnya wanita yakni tas. Tas wanita ini merupakan bukan produk pertama yang di produksi oleh PO. RZ Handbag.

Awal memulai usaha pada tahun 1990-an PO. RZ Handbag ini hand belum berbadan hukum melainkan usaha *Home Industry* yang memproduksi dompet dan tas tas kecil untuk ibu-ibu sekitar komplek.

Setelah berjalan sekian lama dan permintaan tidak ada lagi dari ibu ibu komplek sang pemilik memikirkan untuk berinovasi dan mencoba menjual tas wanita yang bisa dijual tidak hanya untuk ibu-ibu tetapi juga untuk semua umur khususnya wanita.

Dengan modal nekat diawal tahun 2005 pemilik RZ handbag mulai mencari pekerja yang bisa membantu kelangsungan usahanya, mulai dari tukang jahit hingga tukang bersih bersih, untuk pekerja pak Yoserizal mengambil masyarakat sekitar mulai dari ibu-ibu dan bapak-bapak untuk bekerja paruh waktu dengannya.

Pada pertengahan 2006 bapak Yoserizal baru serius untuk menggeluti usahanya dengan menggunakan merek RZ Handbag yang berasal dari kata Rizal yang berarti tas rizal, Kemudian Pak Yoserizal mulai mengurus surat-surat seperti SIUP dan TDP untuk me-legalkan usahanya.

Harapan perusahaan yang ingin di wujudkan oleh bapak Yoserizal untuk masa yang akan datang, dimana harapan ini dijadikan sebagai landasan untuk mencapai tujuan perusahaan PO. RZ Handbag adalah ”memberikan kualitas yang terbaik dengan harga yang terjangkau untuk konsumen”.

4.1.1.1 Klasifikasi Perusahaan

- Nama Perusahaan : PO. RZ Handbag
- Nama Pemilik : Yoserizal
- Alamat : Jl Taruna jaya no.17 Rt 18 Rw 03 Serdang
Jakarta Pusat
- Jenis usaha : Tas wanita
- Tahun berdiri : 2006
- Jumlah karyawan : 53 Orang
- No telepon / Faks : (021) 4427436
- NPWP : 021705.0278
- Nomor SIUP : 27049/09.01/PK/95
- Nomor TDP : 09.05.3.54.04750

4.1.1.2 Lokasi Perusahaan

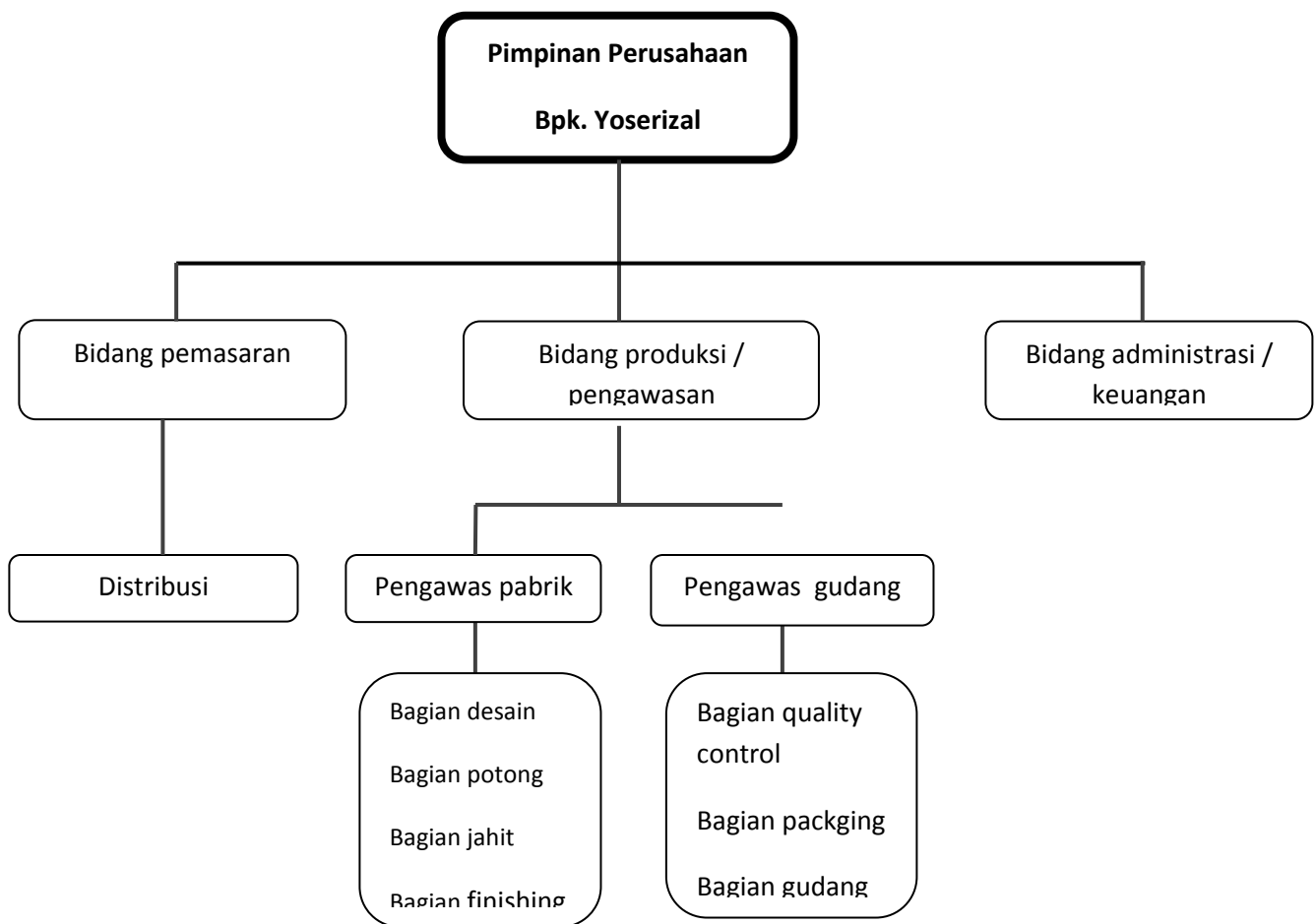
Lokasi perusahaan merupakan tempat dimana perusahaan melakukan aktifitasnya. Lokasi perusahaan juga dapat menentukan maju atau tidaknya sebuah perusahaan. Dengan lokasi yang mudah dijangkau dan strategis, maka akan memudahkan perusahaan untuk mencapai tujuan dan target pasar yang akan dituju oleh perusahaan. PO. RZ Handbag terletak di jl Taruna jaya no.17 Rt 18 Rw 03 Serdang Jakarta pusat. Sedangkan tempat usahanya terletak di Pasar Senen Jakarta Pusat.

Adapun pertimbangan mengenai lokasi tersebut diantaranya

- Lokasi tidak banjir atau terendam air pada musim hujan.
- Lokasi dekat dengan jalan, transportasi, dan prasarana listrik , air bersih serta akses jalan.
- Lokasi dekat dengan sumber daya manusia, sumber bahan baku maupun bahan pembantu.
- Tenaga kerja yang dibutuhkan tidak memerlukan kualifikasi yang tinggi sehingga upah tenaga kerja juga terjangkau.

4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Gambar 4.1 Struktur Organisasi PO RZ Handbag



4.1.2.1 Deskripsi Jabatan

1) Pemilik usaha / Pimpinan Perusahaan

Pimpinan adalah pendiri sekaligus pemilik perusahaan. Tugas pimpinan adalah :

- a. Mengkoordinasikan aktivitas perusahaan.
- b. Menentukan kebijaksanaan yang menyangkut keuangan, tata usaha, kepegawaian dan rencana induk perusahaan.
- c. Melakukan pengawasan terhadap setiap kegiatan agar berjalan sesuai program yang telah ditetapkan.
- d. Ikut serta aktif dalam mempromosikan produk perusahaannya.
- e. Melaksanakan tugas lain yang berkaitan dengan fungsinya.

2) Bagian Keuangan

Tugas dari kordinator keuangan antara lain :

- a. Mengatur dan mencatat keluar masuknya uang.
- b. Mencatat dan melaksanakan pembayaran gaji dan upah karyawan.
- c. Membuat laporan keuangan.

3) Bagian Produksi

- a. Mendapatkan tugas/ perintah langsung dari pimpinan untuk mengatur dan mengawasi kerja seluruh karyawan agar bekerja dengan baik,
- b. Memberikan laporan kepada pimpinan,
- c. Mewakili pimpinan menemui kurir dari produsen bahan baku produksi,
- d. Membantu proses produksi,
- e. Harus mampu menguasai semua proses produksi.

4) Bagian Pemasaran

Tugas dari Kepala Bagian Pemasaran antara lain :

- a. Mencatat barang yang akan dijual.
- b. Memasarkan / menjual produk.
- c. Memperluas daerah pemasaran dengan mengadakan analisis pasar.
- d. Mengatur strategi bersaing.
- e. Mencari dan mengusulkan kepada Pimpinan mengenai daerah pemasaran yang baru.
- f. Membuat Pembukuan keuangan

5) Kepala gudang dan Produksi

Tugas tugas Kepala Gudang dan Produksi antara lain :

- a. Menangani masalah penyimpanan dan bahan baku , bahan penolong, hasil produksi serta alat-alat produksi.
- b. Bertanggung jawab terhadap proses dan hasil produksi baik kualitas maupun kontinuitasnya.
- c. Melaporkan dan mendistribusikan ke bagian pemasaran.

4.1.3 Layout Perusahaan

Berikut merupakan tata letak PO RZ Handbag untuk produksi yang terletak di Jalan Taruna jaya no.17 Rt 18 Rw 03 Serdang Jakarta pusat.

Dan untuk pemasaran terletak di Pasar Inpres Senen blok 6, los D No 280 Jakarta Pusat.

Gambar 4.2 Layout Perusahaan PO RZ Handbag



Gambar 4.2 layout perusahaan

Sumber : PO RZ Handbag

4.2 Aspek Pemasaran

Menurut Philip Kotler dan Amstrong pemasaran adalah sebagai suatu proses sosial dan managerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.

Pemasaran (*Marketing*) adalah proses penyusunan komunikasi secara jelas yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai barang atau jasa berkaitan dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Pemasaran dimulai dengan

pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia.

4.2.1 Produk yang Dijual

Produk unggulan dari perusahaan ini adalah tas wanita dengan desain sendiri dan desain pasar.

Tabel 4.1

Produk yang di jual oleh PO RZ Handbag

Tahun	Keterangan	Terjual (pcs)
2011	Desain sendiri	8994
	Desain pasar	24388
2012	Desain sendiri	13986
	Desain pasar	28875
2013	Desain sendiri	15988
	Desain pasar	33997
2014	Desain sendiri	29069
	Desain pasar	38943
2015	Desain sendiri	33845
	Desain pasar	42370

Sumber : PO RZ Handbag

4.2.2 Wilayah Pemasaran Produk

Wilayah Pemasaran yang telah dijangkau oleh PO RZ Handbag meliputi daerah Jakarta terutama di dalam lingkungan Jakarta Pusat dan sekitarnya. Perusahaan ini tetap menjaga kualitas dari produk yang dibuatnya agar produksi PO RZ Handbag ini mempunyai bagian di hati konsumen/pelanggan, mengingat banyaknya industri sejenis yang berada di pasaran.

4.2.3 Penjualan

Dalam memasarkan produknya, sebuah perusahaan pasti melakukan kegiatan penjualan. karena penjualan ini merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang paling utama. Dengan adanya penjualan dapat mempengaruhi naik dan juga turunnya pendapatan sebuah perusahaan. Berikut ini adalah data penjualan dari PO RZ Handbag :

Tabel 4.2

Data Penjualan PO RZ Handbag

Tahun	Keterangan	Terjual (pcs)	Harga/pcs
2011	Desain sendiri	8994	Rp 20.000
	Desain pasar	24388	Rp 50.000
2012	Desain sendiri	13986	Rp 20.000
	Desain pasar	28875	Rp 55.000
2013	Desain sendiri	15988	Rp 25.000
	Desain pasar	33997	Rp 60.000
2014	Desain sendiri	29069	Rp 30.000
	Desain pasar	38943	Rp 65.000
2015	Desain sendiri	33845	Rp 35.000
	Desain pasar	42370	Rp 75.000

Sumber: PO RZ Handbag

4.3 Aspek Keuangan

Keuangan merupakan ilmu dan seni dalam mengelola uang yang mempengaruhi kehidupan setiap orang dan setiap organisasi. Keuangan berhubungan dengan proses, lembaga, dan instrumen yang terlibat dalam transfer uang diantara individu maupun antara bisnis dan pemerintah. Ridwan S. Sundjaja dan Inge Barhan (2002: 34).

4.3.1 Modal Aktiva Tetap

Modal aktiva tetap merupakan asset yang diperlukan untuk pendirian pabrik dan organisasi perusahaan. Adapun aktiva tetap dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu aktiva tetap berwujud dan tetap tidak berwujud. Pada tabel 4.2 yang terdapat pada halaman berikutnya dapat dilihat data investasi yang diperlukan untuk menganalisis keuangan pada PO RZ Handbag.

Tabel 4.3
Modal Aktiva Tetap

	Keterangan	Jumlah
a.	Aktiva Berwujud	
	Tanah	Rp 400,000,000
	Bangunan	Rp 600,000,000
	Mesin dan peralatan	Rp 33,225,000
	Inventaris kantor	Rp 22,970,000
	Kendaraan	Rp 90,000,000
	Total Aktiva Berwujud	Rp 1,146,195,000
b.	Aktiva Tak Berwujud	
	Perizinan	Rp 3,500,000
	Total Aktiva Tak Berwujud	Rp 3,500,000
	Total Aktiva	Rp 1,149,695,000

Sumber: PO RZ Handbag

4.3.2 Modal Kerja

Modal kerja adalah suatu modal atau dana yang dikeluarkan untuk membiayai keperluan operasi dan produksi pada waktu pertama kali dijalankan. Adapun estimasi modal kerja yang dibutuhkan dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.4
Modal Kerja

No	Keterangan	2011	2012	2013	2014	2015
1	Modal awal	Rp2,300,000,000	Rp2.329.615.350	Rp2.404.544.700	Rp2.502.087.550	Rp 2.847.081.900
2	Laba setelah pajak	Rp 79.615.350	Rp 134.929.350	Rp 147.542.850	Rp 474.994.350	Rp 956.804.850
3	Modal setelah penambahan (1+2)	Rp 2.379.615.350	Rp 2.464.544.700	Rp 2.552.087.550	Rp 2.977.081.900	Rp 3.803.886.750
4	Prive	Rp50.000.000	Rp60,000,000	Rp50,000,000	Rp130,000,000	Rp300.000.000
5	Modal akhir (3-4)	Rp2.329.615.350	Rp2.404.544.700	Rp2.502.087.550	Rp 2.847.081.900	Rp3.503.886.750

Sumber: PO RZ Handbag

4.3.3 Laporan laba rugi

Laporan laba-rugi (income statement) adalah suatu laporan keuangan yang menyajikan informasi mengenai hasil seluruh operasi (pendapatan) dan beban yang dikeluarkan (beban usaha) dalam kegiatannya selama suatu periode tertentu dengan tujuan untuk memperoleh laba.

4.3.4 Laporan Neraca

Neraca atau dalam bahasa inggris disebut dengan *balance sheet* adalah suatu laporan keuangan yang menyajikan sebuah informasi mengenai keadaan dari harta, utang, modal suatu perusahaan yang terjadi pada saat neraca tersebut disusun.

TABEL 4.5
LAPORAN RUGI LABA PO RZ HANDBAG
TAHUN 2011-2015

No	Keterangan	2011	2012	2013	2014	2015
1	Hasil Penjualan	Rp1.399.280.000	Rp1.867.845.000	Rp2.439.520.000	Rp3.403.365.000	Rp 4.512.325.000
2	Harga pokok penjualan	Rp1.209.680.000	Rp1.594.405.000	Rp2.147.135.000	Rp2.717.245.000	Rp3.273.560.000
3	Labakotor (1-2)	Rp189.600.000	Rp273.440.000	Rp292.385.000	Rp686.120.000	Rp1.238.765.000
4	Biaya usaha:					
	Biaya pemasaran	Rp10,000,000	Rp10,500,000	Rp12,200,000	Rp12,800,000	Rp15,600,000
	Biaya distribusi	Rp 3.650.000	Rp 4.650.000	Rp 5.000.000	Rp 5.300.000	Rp 6.300.000
	Biaya packing	Rp 43.000.000	Rp 50.420.000	Rp 57.700.000	Rp 65.500.000	Rp 73.000.000
	Biaya penyusutan inventaris kantor	Rp1.148.500	Rp1.148.500	Rp1.148.500	Rp1.148.500	Rp1.148.500
	Biaya penyusutan perizinan	Rp400,000	Rp400,000	Rp400,000	Rp400,000	Rp400,000
	Biaya Gaji:					
	Ka. Pemasaran	Rp 18.000.000	Rp 18.000.000	Rp 18.000.000	Rp 21.600.000	Rp21,600,000
	Kurir	Rp 9.600.000	Rp 9.600.000	Rp 14.400.000	Rp 14.400.000	Rp 18.000.000
	Kasir	Rp 14.400.000	Rp 14.400.000	Rp 18.000.000	Rp 18.000.000	Rp 18.000.000
	Ka Keuangan	Rp12,000,000	Rp14,400,000	Rp16,800,000	Rp19,200,000	Rp21,600,000
	Total biaya usaha	Rp 101.138.500	Rp 123.518.500	Rp 127.448.500	Rp 158.348.500	Rp 175.648.500
5	Labaooperasi/EBIT (3-4)	Rp 88.461.500	Rp 149.921.500	Rp 163.936.500	Rp 527.771.500	Rp 1.063.116.500
6	Pajak 10%	Rp 8.846.150	Rp 14.992.150	Rp 16.393.650	Rp 52.777.150	Rp 106.311.650
	Lababersih/EAT (5-6)	Rp 79.615.350	Rp 134.929.350	Rp 147.542.850	Rp 474.994.350	Rp 956.804.850

TABEL 4.6
LAPORAN NERACA PO RZ HANDBAG
TAHUN 2011-2015

No	Keterangan	2011	2012	2013	2014	2015
1	Harta Lancar:					
	Kas	Rp560.753.850	Rp796.201.700	Rp1.097.193.050	Rp1.630.535.900	Rp2.562.989.250
	Persediaan bahan baku	Rp10.000.000	Rp18.000.000	Rp4.000.000	Rp11.500.000	Rp6.500.000
	Persediaan barang jadi	Rp2,400,000	Rp5.720.000	Rp7,115,000	Rp480.000	Rp16.635.000
	Total harta lancar	Rp573.153.850	Rp819.921.700	Rp1.108.208.050	Rp1.642.515.900	Rp2.586.124.250
2	Harta Tetap:					
	Tanah	Rp400,000,000	Rp400,000,000	Rp400,000,000	Rp400,000,000	Rp400,000,000
	Bangunan	Rp600,000,000	Rp600,000,000	Rp600,000,000	Rp600,000,000	Rp600,000,000
	Mesin dan peralatan	Rp33.445.000	Rp33.445.000	Rp33.445.000	Rp33.445.000	Rp33.445.000
	Inventaris kantor	Rp22.970.000	Rp22.970.000	Rp22.970.000	Rp22.970.000	Rp22.970.000
	Kendaraan	Rp90,000,000	Rp90,000,000	Rp90,000,000	Rp90,000,000	Rp90,000,000
	Perizinan	Rp3,500,000	Rp3,500,000	Rp3,500,000	Rp3,500,000	Rp3,500,000
	Total aktiva tetap	Rp1.149.915.000	Rp1.149.915.000	Rp1.149.915.000	Rp1.149.915.000	Rp1.149.915.000
	Akumulasi penyusutan	Rp73.871.000	Rp73.871.000	Rp73.871.000	Rp73.871.000	Rp73.871.000
	Nilai sisa buku aktiva tetap	Rp1.076.044.000	Rp1.076.044.000	Rp1.076.044.000	Rp1.076.044.000	Rp1.076.044.000
3	Total aktiva tetap (1+2)	Rp1.649.197.850	Rp1.895.965.700	Rp2.184.352.050	Rp2.718.559.900	Rp3.662.168.250
4	Modal	Rp2.329.615.350	Rp2.404.544.700	Rp2.502.087.550	Rp 2.847.081.900	Rp3.503.886.750
	Hutang	Rp120.900.000	Rp144.100.000	Rp156.700.000	Rp326.880.000	Rp457.100.000
	Total passive	Rp2.450.515.350	Rp2.548.644.700	Rp2.658.787.550	Rp3.173.961.900	Rp3.960.986.750

4.4 Aspek Produksi

4.4.1 Klasifikasi Produk

A. Sistem Produksi

Produksi merupakan kegiatan membuat atau menciptakan atau menghasilkan suatu produk (barang atau jasa) yang mempunyai nilai tambah dan memiliki hubungan timbal balik dengan teknologi. Atau produksi dapat juga diartikan sebagai cara, metode dan teknik untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa dengan menggunakan sumber-sumber (tenaga kerja, mesin, bahan-bahan dan dana) yang ada.

Berikut ini data produksi dan data persediaan PO RZ Handbag

Tabel 4.7

Perkembangan Produksi Tahun 2011-2015

Tahun	Keterangan	Jumlah
2011	Desaign RZ	9000
	Desaign pasar	24500
2012	Desaign RZ	14000
	Desaign pasar	29000
2013	Desaign RZ	16000
	Desaign pasar	34000
2014	Desaign RZ	29500
	Desaign pasar	39000
2015	Desaign RZ	34000
	Desaign pasar	44500

Sumber : PO RZ Handbag

4.4.2 Bahan Baku dan Bahan Penolong

Bahan baku merupakan salah satu unsur yang paling aktif didalam perusahaan yang secara terus-menerus diperoleh, diubah yang kemudian dijual kembali. Sebagian besar dari sumber-sumber perusahaan juga sering dikaitkan dalam persediaan bahan baku yang akan digunakan dalam operasi perusahaan pabrik. Bahan baku adalah bahan utama yang diolah menjadi produk bahan jadi dan pemakaian dapat diidentifikasi secara langsung atau diikuti jejaknya atau merupakan integral dari produk tertentu.

Adapun bahan-bahan yang digunakan untuk membuat tas dengan desain Rz dan tas desain pasar berbeda beda Karena bahan juga yang menentukan kualitas.

Bahan baku langsung yang terdiri dari:

- 1) Bahan Taiga, Glossy, Satin
- 2) Resleting
- 3) Benang

Bahan penolong yang terdiri dari:

- 1) Gunting
- 2) Jarum

4.4.3 Peralatan dan Perlengkapan

Tabel 3.3 Perlengkapan

Perlengkapan	Jumlah Unit
Mesin Potong	3
Mesin Jahit	10

Sumber: PO RZ Handbag

Tabel 3.4 Peralatan

Peralatan	Jumlah Unit
Gunting	5
Jarum	10

Sumber: PO RZ Handbag

Gambar 4.3

Proses produksi tas wanita



4.4.4 Alur Proses Produksi

Berdasarkan gambar proses produksi di atas, data dijelaskan sebagai berikut:

1) Menyiapkan Bahan

Proses pembuatan pola pada salah satu pilihan bahan tas yang akan Anda gunakan



Gambar 4.4 Persiapan Bahan Baku Tas

2) Pemotongan Bahan

Pemotongan bahan yang sudah digambari pola terlebih dahulu



Gambar 4.6 Proses Pemotongan

3) Proses Penjahitan

Proses penyatuan menggunakan sistem jahit berbagai macam potongan pola yang sudah terlebih dahulu dipotong (pada tahap sebelumnya) menjadi sebuah bagian tas utuh.



Gambar 4.7 Penjahitan

4) Proses Finishing

Proses finishing yang meliputi pengecekan kembali hasil tas yang sudah di jahit dan memasukkannya kedalam gudang dan toko.

4.4.5 Biaya produksi PO RZ Handbag

Biaya produksi merupakan sarana guna menyajikan jumlah biaya yang diakumulasikan dan rinciannya selama satu bulan atau satu periode.

Berikut ini merupakan biaya produksi yang digunakan PO RZ Handbag selama lima tahun.

Tabel 4.9
Budget dan Realisasi biaya produksi tahun 2011-2015

No	Keterangan	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Upah tenaga kerja					
	ka. Produksi	Rp18.000.000	Rp18.000.000	Rp18.000.000	Rp21.600.000	Rp21.600.000
	Bag. Gudang	Rp18.000.000	Rp18.000.000	Rp18.000.000	Rp21.600.000	Rp21.600.000
	Tenaga kerja langsung	Rp765.000.000	Rp765.000.000	Rp826.200.000	Rp826.200.000	Rp918.000.000
	Subtotal	Rp36.000.000	Rp36.000.000	Rp36.000.000	Rp43.200.000	Rp43.200.000
2	Bahan Baku					
	Tas desain sendiri					
	Bahan	Rp152.000.000	Rp249.000.000	Rp440.000.000	Rp500.000.000	Rp735.000.000
	Resleting	Rp50.000.000	Rp60.000.000	Rp87.500.000	Rp100.000.000	Rp112.500.000
	Benang	Rp100.000.000	Rp225.000.000	Rp300.000.000	Rp550.000.000	Rp575.000.000
	Subtotal Bahan Baku & Penolong Tas desain Pasar	Rp 302,000.000	Rp 534.000.000	Rp 827.500.000	Rp 1.150.000.000	Rp 1.422.500.000
	Bahan	Rp60.000.000	Rp110.000.000	Rp198.000.000	Rp210.000.000	Rp325.000.000
	Resleting	Rp20.000.000	Rp 30.000.000	Rp 42.000.000	Rp 75.000.000	Rp 87.500.000
	Benang	Rp 50.000.000	Rp 150.000.000	Rp 225.000.000	Rp 450.000.000	Rp 500.000.000
	Subtotal Bahan Baku & Penolong Tas desain Rz	Rp 130.000.000	Rp 290.000.000	Rp 465.000.000	Rp 735.000.000	Rp 912.500.000
3	Biaya overhead pabrik					
	Listrik dan air	Rp15.000.000	Rp15.800.000	Rp20.800.000	Rp21.200.000	Rp25.600.000
	Pemeliharaan	Rp1.000.000	Rp1.000.000	Rp1.000.000	Rp1.000.000	Rp1.000.000
	Subtotal	Rp16,000,000	Rp16,800,000	Rp21,800,000	Rp22,200,000	Rp26,600,000
	Total Biaya Produksi	Rp 484.000.000	Rp 876.800.000	Rp 1.350.300.000	Rp 1.950.400.000	Rp 2.404.800.000

4.5 Aspek Personalia

4.5.1 Ketenagakerjaan

Menurut ketentuan UU No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan beserta peraturan pelaksanaannya, dari peraturan pemerintah, peraturan menteri, hingga keputusan-keputusan menteri yang terkait, dapat ditarik kesimpulan adanya beberapa pengertian ketenagakerjaan, sebagai berikut:

1. Ketenagakerjaan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan tenaga kerja pada waktu sebelum, selama dan setelah selesainya masa hubungan kerja.
2. Tenaga kerja adalah objek, yaitu setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan untuk menghasilkan barang atau jasa, untuk kebutuhan sendiri dan orang lain.
3. Pekerja atau buruh adalah setiap orang yang bekerja untuk orang lain dengan menerima upah berupa uang atau imbalan dalam bentuk lain.

Karyawan yang bekerja pada PO RZ handbag saat ini berjumlah 53 orang yang terdiri dari karyawan laki-laki dan perempuan. Koordinator lapangan yang merupakan orang kepercayaan atau tangan kanan pimpinan perusahaan dijabat oleh seseorang yang dinilai mampu untuk mengkoordinir seluruh karyawan untuk melakukan pekerjaan sesuai dengan bagian masing-masing agar proses produksi dapat berjalan dengan baik.

4.5.2 Kesejahteraan Karyawan

Kesejahteraan adalah balas jasa lengkap (materi dan non materi) yang diberikan oleh pihak perusahaan berdasarkan kebijaksanaan. Tujuannya untuk mempertahankan dan memperbaiki kondisi fisik dan mental karyawan agar produktifitasnya meningkat.

Kesejahteraan adalah dapat dipandang sebagai uang bantuan lebih lanjut kepada karyawan. Terutama pembayarannya kepada mereka yang sakit, uang bantuan untuk tabungan karyawan, pembagian berupa saham, asuransi, perawatan di rumah sakit, dan pensiun.

Pentingnya program kesejahteraan yang diberikan kepada karyawan dalam rangka meningkatkan disiplin kerja karyawan

Tujuan program kesejahteraan pada Karyawan :

1. Untuk meningkatkan kesetiaan dan ketertarikan pegawai dengan perusahaan.
2. Memberikan ketenangan dan pemenuhan kebutuhan bagi pegawai beserta keluarganya.
3. Memotivasi gairah kerja, disiplin dan produktifitas pegawai.
4. Menurunkan tingkat absensi. Dan *labour turn over*.
5. Menciptakan lingkungan dan suasana kerja yang baik serta nyaman.
6. Membantu lancarnya pelaksanaan pekerjaan untuk mencapai tujuan.

Sistem kesejahteraan yang ada di terapkan oleh PO RZ Handbag yaitu berupa Tunjangan-tunjangan antara lain :

- a. Tunjangan kerja
- a. Tunjangan hari raya, yang diberikan pada saat hari raya Idul Fitri
- b. Tunjangan kesehatan

BAB V

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Tabel 5.1
Data Total Kuesioner Desain Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan

Responden	Desain	Kualitas Produk	Kepuasan Pelanggan
1	15	19	24
2	15	19	25
3	16	20	23
4	16	22	27
5	17	23	27
6	15	21	24
7	17	21	25
8	15	19	22
9	14	21	24
10	18	21	27
11	16	21	25
12	17	21	27
13	14	17	25
14	14	22	26
15	17	22	27
16	16	22	26
17	17	23	29
18	17	23	27
19	16	20	23
20	16	20	24
21	13	16	22
22	10	12	20
23	16	20	25
24	16	20	24
25	16	22	24
26	17	21	27
27	17	22	29
28	20	24	29
29	16	21	25
30	16	20	24

5.1.1 Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (nilai *Corrected Item - Total Correlation* pada output *Cronbach Alpha*) dengan nilai r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n - k$, dalam hal ini n merupakan jumlah sampel dan k merupakan jumlah variabel independen. Pada penelitian ini jumlah sampel (n) = 30 dan besarnya df dapat dihitung $30 - 3 = 27$, dengan $df = 27$ dan $\alpha = 0,05$ didapat r tabel dengan uji dua sisi = 0,374. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan bernilai positif, maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2007). Dengan jumlah sampel (n) adalah 30 dan tingkat signifikansi 0,05 maka r tabel pada penelitian ini adalah:

$$r(0,05 ; 30 - 3 = 27) => 0,374.$$

Bila: r hitung $>$ r tabel, berarti pernyataan tersebut dinyatakan valid.

r hitung $<$ r tabel, berarti pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

Tabel 5.2
Jawaban Responden

Responden	Desaign				Kualitas Produk					Kepuasan Pelanggan					
	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6
1	4	4	5	2	4	3	4	4	4	5	3	4	4	4	4
2	4	4	5	2	4	4	2	5	4	5	3	4	5	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
4	5	4	5	2	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4
5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	3	4	5	5	5
6	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	2	3	5	5	5
7	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	2	4	5	5	4
8	4	5	4	2	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4
9	4	4	4	2	4	4	4	5	4	4	3	3	5	5	4
10	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	3	4	5	5	5
11	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	5	4
12	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4
13	3	3	5	3	3	3	4	4	3	5	4	3	4	5	4
14	3	3	5	3	3	4	5	5	5	5	4	3	5	5	4
15	4	4	5	4	4	3	5	5	5	5	4	4	5	4	5
16	5	3	5	3	3	5	4	5	5	5	4	3	5	4	5
17	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5
18	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	3	5	5	5	4
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4
22	2	2	4	2	2	2	2	4	2	4	4	2	4	2	4
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	3	5	5	4
26	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5
27	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5
28	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5
29	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Tabel 5.3

Tabel Penolong Untuk Uji Validitas Butir Pertanyaan 1 Desain

Responden (n)	X	Y	XY	(X)²	(Y)²
1	4	15	60	16	225
2	4	15	60	16	225
3	4	16	64	16	256
4	5	16	80	25	256
5	4	17	68	16	289
6	4	15	60	16	225
7	4	17	68	16	289
8	4	15	60	16	225
9	4	14	56	16	196
10	4	18	72	16	324
11	4	16	64	16	256
12	4	17	68	16	289
13	3	14	42	9	196
14	3	14	42	9	196
15	4	17	68	16	289
16	5	16	80	25	256
17	4	17	68	16	289
18	4	17	68	16	289
19	4	16	64	16	256
20	4	16	64	16	256
21	3	13	39	9	169
22	2	10	20	4	100
23	4	16	64	16	256
24	4	16	64	16	256
25	4	16	64	16	256
26	4	17	68	16	289
27	4	17	68	16	289
28	5	20	100	25	400
29	4	16	64	16	256
30	4	16	64	16	256
Jumlah	118	475	1891	474	7609

1) Menentukan nilai r_{hitung} butir 1 Desain

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum x^2) - (\sum X)^2\}\{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

$$r_{hitung} = \frac{30(1891) - (118)(475)}{\sqrt{\{30(474) - (118)^2\}\{30(7609) - (475)^2\}}}$$

$$r_{hitung} = \frac{680}{884,827}$$

$$r_{hitung} = \mathbf{0,7685}$$

Ternyata $r_{hitung} \ 0,7685 > r_{tabel} \ 0,374$, Maka butir pertanyaan 1 memiliki korelasi signifikan dengan skor total tes, dengan demikian butir tersebut dianggap **Valid**.

Tabel 5.4
Tabel Penolong Untuk Uji Validitas Butir Pertanyaan 2 Desain

Responden (n)	X	Y	XY	(X) ²	(Y) ²
1	4	15	60	16	225
2	4	15	60	16	225
3	4	16	64	16	256
4	4	16	64	16	256
5	4	17	68	16	289
6	4	15	60	16	225
7	4	17	68	16	289
8	5	15	75	25	225
9	4	14	56	16	196
10	5	18	90	25	324
11	4	16	64	16	256
12	4	17	68	16	289
13	3	14	42	9	196
14	3	14	42	9	196
15	4	17	68	16	289
16	3	16	48	9	256
17	4	17	68	16	289
18	4	17	68	16	289
19	4	16	64	16	256
20	4	16	64	16	256
21	3	13	39	9	169
22	2	10	20	4	100
23	4	16	64	16	256
24	4	16	64	16	256
25	4	16	64	16	256
26	4	17	68	16	289
27	4	17	68	16	289
28	5	20	100	25	400
29	4	16	64	16	256
30	4	16	64	16	256
Jumlah	117	475	1876	467	7609

2) Menentukan nilai r_{hitung} butir 2 Desain

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum x^2) - (\sum X)^2\}\{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

$$r_{hitung} = \frac{30(1876) - (117)(475)}{\sqrt{\{30(467) - (117)^2\}\{30(7609) - (475)^2\}}}$$

$$r_{hitung} = \frac{705}{921,436}$$

$$r_{hitung} = \mathbf{0,7651}$$

Ternyata $r_{hitung} \ 0,7651 > r_{tabel} \ 0,374$, Maka butir pertanyaan 2 memiliki korelasi signifikan dengan skor total tes, dengan demikian butir tersebut dianggap **Valid**.

Tabel 5.5

Tabel Penolong Untuk Uji Validitas Butir Pertanyaan 3 Desain

Responden (n)	X	Y	XY	(X) ²	(Y) ²
1	5	15	75	25	225
2	5	15	75	25	225
3	4	16	64	16	256
4	5	16	80	25	256
5	5	17	85	25	289
6	4	15	60	16	225
7	5	17	85	25	289
8	4	15	60	16	225
9	4	14	56	16	196
10	5	18	90	25	324
11	4	16	64	16	256
12	5	17	85	25	289
13	5	14	70	25	196
14	5	14	70	25	196
15	5	17	85	25	289
16	5	16	80	25	256
17	5	17	85	25	289
18	5	17	85	25	289
19	4	16	64	16	256
20	4	16	64	16	256
21	4	13	52	16	169
22	4	10	40	16	100
23	4	16	64	16	256
24	4	16	64	16	256
25	4	16	64	16	256
26	5	17	85	25	289
27	5	17	85	25	289
28	5	20	100	25	400
29	4	16	64	16	256
30	4	16	64	16	256
Jumlah	136	475	2164	624	7609

3) Menentukan nilai r_{hitung} butir 3 Desain

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum x^2) - (\sum X)^2\}\{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

$$r_{hitung} = \frac{30(2164) - (136)(475)}{\sqrt{\{30(624) - (136)^2\}\{30(7609) - (475)^2\}}}$$

$$r_{hitung} = \frac{320}{769,727}$$

$$r_{hitung} = \mathbf{0,4157}$$

Ternyata $r_{hitung} \ 0,4157 > r_{tabel} \ 0,374$, Maka butir pertanyaan 3 memiliki korelasi signifikan dengan skor total tes, dengan demikian butir tersebut dianggap **Valid**.

Tabel 5.6
Tabel Penolong Untuk Uji Validitas Butir Pertanyaan 4
Desain

Responden (n)	X	Y	XY	(X) ²	(Y) ²
1	2	15	30	4	225
2	2	15	30	4	225
3	4	16	64	16	256
4	2	16	32	4	256
5	4	17	68	16	289
6	3	15	45	9	225
7	4	17	68	16	289
8	2	15	30	4	225
9	2	14	28	4	196
10	4	18	72	16	324
11	4	16	64	16	256
12	4	17	68	16	289
13	3	14	42	9	196
14	3	14	42	9	196
15	4	17	68	16	289
16	3	16	48	9	256
17	4	17	68	16	289
18	4	17	68	16	289
19	4	16	64	16	256
20	4	16	64	16	256
21	3	13	39	9	169
22	2	10	20	4	100
23	4	16	64	16	256
24	4	16	64	16	256
25	4	16	64	16	256
26	4	17	68	16	289
27	4	17	68	16	289
28	5	20	100	25	400
29	4	16	64	16	256
30	4	16	64	16	256
Jumlah	104	475	1678	382	7609

4) Menentukan nilai r_{hitung} butir 4 Desain

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum x^2) - (\sum X)^2\}\{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

$$r_{hitung} = \frac{30(1678) - (140)(475)}{\sqrt{\{30(382) - (140)^2\}\{30(7609) - (475)^2\}}}$$

$$r_{hitung} = \frac{940}{1305,136}$$

$$r_{hitung} = \mathbf{0,7202}$$

Ternyata $r_{hitung} \ 0,7202 > r_{tabel} \ 0,374$, Maka butir pertanyaan 4 memiliki korelasi signifikan dengan skor total tes, dengan demikian butir tersebut dianggap **Valid**.

Tabel 5.7
Tabel Penolong Untuk Uji Validitas Butir Pertanyaan 5 Kualitas
Barang

Responden (n)	X	Y	XY	(X) ²	(Y) ²
1	4	19	76	16	361
2	4	19	76	16	361
3	4	20	80	16	400
4	5	22	110	25	484
5	4	23	92	16	529
6	4	21	84	16	441
7	4	21	84	16	441
8	4	19	76	16	361
9	4	21	84	16	441
10	4	21	84	16	441
11	4	21	84	16	441
12	4	21	84	16	441
13	3	17	51	9	289
14	3	22	66	9	484
15	4	22	88	16	484
16	3	22	66	9	484
17	5	23	115	25	529
18	5	23	115	25	529
19	4	20	80	16	400
20	4	20	80	16	400
21	3	16	48	9	256
22	2	12	24	4	144
23	4	20	80	16	400
24	4	20	80	16	400
25	4	22	88	16	484
26	4	21	84	16	441
27	4	22	88	16	484
28	5	24	120	25	576
29	4	21	84	16	441
30	4	20	80	16	400
Jumlah	118	615	2451	476	12767

5) Menentukan nilai r_{hitung} butir 5 Kualitas Barang

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum x^2) - (\sum X)^2\}\{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

$$r_{hitung} = \frac{30(2451) - (118)(615)}{\sqrt{\{30(476) - (118)^2\}\{30(12767) - (615)^2\}}}$$

$$r_{hitung} = \frac{960}{1305,166}$$

$$r_{hitung} = \mathbf{0,7355}$$

Ternyata $r_{hitung} \ 0,7355 > r_{tabel} \ 0,374$, Maka butir pertanyaan 5 memiliki korelasi signifikan dengan skor total tes, dengan demikian butir tersebut dianggap **Valid**.

Tabel 5.8
Tabel Penolong Untuk Uji Validitas Butir Pertanyaan 6 Kualitas
Barang

Responden (n)	X2	Y	XY	(X) ²	(Y) ²
1	3	19	57	9	361
2	4	19	76	16	361
3	4	20	80	16	400
4	4	22	88	16	484
5	5	23	115	25	529
6	4	21	84	16	441
7	4	21	84	16	441
8	3	19	57	9	361
9	4	21	84	16	441
10	4	21	84	16	441
11	4	21	84	16	441
12	4	21	84	16	441
13	3	17	51	9	289
14	4	22	88	16	484
15	3	22	66	9	484
16	5	22	110	25	484
17	4	23	92	16	529
18	4	23	92	16	529
19	4	20	80	16	400
20	4	20	80	16	400
21	3	16	48	9	256
22	2	12	24	4	144
23	4	20	80	16	400
24	4	20	80	16	400
25	4	22	88	16	484
26	4	21	84	16	441
27	4	22	88	16	484
28	5	24	120	25	576
29	4	21	84	16	441
30	4	20	80	16	400
Jumlah	116	615	2412	460	12767

6) Menentukan nilai r_{hitung} butir 6 Kualitas Barang

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum x^2) - (\sum X)^2\}\{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

$$r_{hitung} = \frac{30(2412) - (116)(615)}{\sqrt{\{30(460) - (116)^2\}\{30(12767 - (615)^2)\}}}$$

$$r_{hitung} = \frac{1020}{1282,980}$$

$$r_{hitung} = \mathbf{0,7950}$$

Ternyata $r_{hitung} \ 0,7950 > r_{tabel} \ 0,374$, Maka butir pertanyaan 6 memiliki korelasi signifikan dengan skor total tes, dengan demikian butir tersebut dianggap **Valid**.

Tabel 5.9
Tabel Penolong Untuk Uji Validitas Butir Pertanyaan 7 Kualitas
Barang

Responden (n)	X3	Y	XY	(X) ²	(Y) ²
1	4	19	76	16	361
2	2	19	38	4	361
3	4	20	80	16	400
4	4	22	88	16	484
5	5	23	115	25	529
6	4	21	84	16	441
7	4	21	84	16	441
8	4	19	76	16	361
9	4	21	84	16	441
10	4	21	84	16	441
11	4	21	84	16	441
12	4	21	84	16	441
13	4	17	68	16	289
14	5	22	110	25	484
15	5	22	110	25	484
16	4	22	88	16	484
17	5	23	115	25	529
18	5	23	115	25	529
19	4	20	80	16	400
20	4	20	80	16	400
21	3	16	48	9	256
22	2	12	24	4	144
23	4	20	80	16	400
24	4	20	80	16	400
25	5	22	110	25	484
26	4	21	84	16	441
27	5	22	110	25	484
28	4	24	96	16	576
29	5	21	105	25	441
30	4	20	80	16	400
Jumlah	123	615	2560	521	12767

7) Menentukan nilai r_{hitung} butir 7 Kualitas Barang

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum x^2) - (\sum X)^2\}\{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

$$r_{hitung} = \frac{30(2560) - (123)(615)}{\sqrt{\{30(521) - (123)^2\}\{30(12767) - (615)^2\}}}$$

$$r_{hitung} = \frac{1155}{1548,316}$$

$$r_{hitung} = \mathbf{0,7459}$$

Ternyata $r_{hitung} \ 0,7459 > r_{tabel} \ 0,374$, Maka butir pertanyaan 7 memiliki korelasi signifikan dengan skor total tes, dengan demikian butir tersebut dianggap **Valid**.

Tabel 5.10
Tabel Penolong Untuk Uji Validitas Butir Pertanyaan 8 Kualitas
Barang

Responden (n)	X4	Y	XY	(X) ²	(Y) ²
1	4	19	76	16	361
2	5	19	95	25	361
3	4	20	80	16	400
4	5	22	110	25	484
5	5	23	115	25	529
6	5	21	105	25	441
7	5	21	105	25	441
8	4	19	76	16	361
9	5	21	105	25	441
10	5	21	105	25	441
11	5	21	105	25	441
12	5	21	105	25	441
13	4	17	68	16	289
14	5	22	110	25	484
15	5	22	110	25	484
16	5	22	110	25	484
17	5	23	115	25	529
18	5	23	115	25	529
19	4	20	80	16	400
20	4	20	80	16	400
21	4	16	64	16	256
22	4	12	48	16	144
23	4	20	80	16	400
24	4	20	80	16	400
25	5	22	110	25	484
26	5	21	105	25	441
27	5	22	110	25	484
28	5	24	120	25	576
29	4	21	84	16	441
30	4	20	80	16	400
Jumlah	138	615	2851	642	12767

8) Menentukan nilai r_{hitung} butir 8 Kualitas Barang

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum x^2) - (\sum X)^2\}\{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

$$r_{hitung} = \frac{30(2851) - (138)(615)}{\sqrt{\{30(642) - (138)^2\}\{30(12767 - (615)^2)\}}}$$

$$r_{hitung} = \frac{660}{1016,641}$$

$$r_{hitung} = \mathbf{0,6491}$$

Ternyata $r_{hitung} \ 0,6491 > r_{tabel} \ 0,374$, Maka butir pertanyaan 8 memiliki korelasi signifikan dengan skor total tes, dengan demikian butir tersebut dianggap **Valid**.

Tabel 5.11

Tabel Penolong Untuk Uji Validitas Butir Pertanyaan 9 Kualitas Barang

Responden (n)	X5	Y	XY	(X) ²	(Y) ²
1	4	19	76	16	361
2	4	19	76	16	361
3	4	20	80	16	400
4	4	22	88	16	484
5	4	23	92	16	529
6	4	21	84	16	441
7	4	21	84	16	441
8	4	19	76	16	361
9	4	21	84	16	441
10	4	21	84	16	441
11	4	21	84	16	441
12	4	21	84	16	441
13	3	17	51	9	289
14	5	22	110	25	484
15	5	22	110	25	484
16	5	22	110	25	484
17	4	23	92	16	529
18	4	23	92	16	529
19	4	20	80	16	400
20	4	20	80	16	400
21	3	16	48	9	256
22	2	12	24	4	144
23	4	20	80	16	400
24	4	20	80	16	400
25	4	22	88	16	484
26	4	21	84	16	441
27	4	22	88	16	484
28	5	24	120	25	576
29	4	21	84	16	441
30	4	20	80	16	400
Jumlah	120	615	2493	490	12767

9) Menentukan nilai r_{hitung} butir 9 Kualitas Barang

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum x^2) - (\sum X)^2\}\{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

$$r_{hitung} = \frac{30(2493) - (120)(615)}{\sqrt{\{30(490) - (120)^2\}\{30(12767 - (615)^2)\}}}$$

$$r_{hitung} = \frac{990}{1198,123}$$

$$r_{hitung} = \mathbf{0,8262}$$

Ternyata $r_{hitung} \ 0,8262 > r_{tabel} \ 0,374$, Maka butir pertanyaan 9 memiliki korelasi signifikan dengan skor total tes, dengan demikian butir tersebut dianggap **Valid**.

Tabel 5.12
Tabel Penolong Untuk Uji Validitas Butir Pertanyaan 10 Kepuasan
pelanggan

Responden (n)	X1	Y	XY	(X) ²	(Y) ²
1	5	24	120	25	576
2	5	25	125	25	625
3	4	23	92	16	529
4	5	27	135	25	729
5	5	27	135	25	729
6	4	24	96	16	576
7	5	25	125	25	625
8	4	22	88	16	484
9	4	24	96	16	576
10	5	27	135	25	729
11	4	25	100	16	625
12	5	27	135	25	729
13	5	25	125	25	625
14	5	26	130	25	676
15	5	27	135	25	729
16	5	26	130	25	676
17	5	29	145	25	841
18	5	27	135	25	729
19	4	23	92	16	529
20	4	24	96	16	576
21	4	22	88	16	484
22	4	20	80	16	400
23	4	25	100	16	625
24	4	24	96	16	576
25	4	24	96	16	576
26	5	27	135	25	729
27	5	29	145	25	841
28	5	29	145	25	841
29	4	25	100	16	625
30	4	24	96	16	576
Jumlah	136	756	3451	624	19186

10) Menentukan nilai r_{hitung} butir 10 Kepuasan Pelanggan

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum x^2) - (\sum X)^2\}\{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

$$r_{hitung} = \frac{30(3451) - (136)(756)}{\sqrt{\{30(624) - (136)^2\}\{30(19186 - (756)^2\}}}$$

$$r_{hitung} = \frac{714}{951,764}$$

$$r_{hitung} = \mathbf{0,750}$$

Ternyata $r_{hitung} \ 0,750 > r_{tabel} \ 0,374$, Maka butir pertanyaan 10 memiliki korelasi signifikan dengan skor total tes, dengan demikian butir tersebut dianggap **Valid**.

Tabel 5.13
Tabel Penolong Untuk Uji Validitas Butir Pertanyaan 11 Kepuasan
pelanggan

Responden (n)	X2	Y	XY	(X) ²	(Y) ²
1	3	24	72	9	576
2	3	25	75	9	625
3	3	23	69	9	529
4	4	27	108	16	729
5	3	27	81	9	729
6	2	24	48	4	576
7	2	25	50	4	625
8	3	22	66	9	484
9	3	24	72	9	576
10	3	27	81	9	729
11	3	25	75	9	625
12	4	27	108	16	729
13	4	25	100	16	625
14	4	26	104	16	676
15	4	27	108	16	729
16	4	26	104	16	676
17	4	29	116	16	841
18	3	27	81	9	729
19	3	23	69	9	529
20	4	24	96	16	576
21	4	22	88	16	484
22	4	20	80	16	400
23	4	25	100	16	625
24	4	24	96	16	576
25	3	24	72	9	576
26	4	27	108	16	729
27	4	29	116	16	841
28	5	29	145	25	841
29	4	25	100	16	625
30	4	24	96	16	576
Jumlah	106	756	2684	388	19186

11) Menentukan nilai r_{hitung} butir 11 Kepuasan Pelanggan

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum x^2) - (\sum X)^2\}\{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

$$r_{hitung} = \frac{30(2684) - (106)(756)}{\sqrt{\{30(388) - (106)^2\}\{30(19186 - (756)^2\}}}$$

$$r_{hitung} = \frac{384}{1278,194}$$

$$r_{hitung} = \mathbf{0,30042}$$

Ternyata $r_{hitung} \ 0,30042 < r_{tabel} \ 0,374$, Maka butir pertanyaan 11 tidak memiliki korelasi signifikan dengan skor total tes, dengan demikian butir tersebut dianggap **Tidak Valid**.

Tabel 5.14
Tabel Penolong Untuk Uji Validitas Butir Pertanyaan 12 Kepuasan
pelanggan

Responden (n)	X3	Y	XY	(X) ²	(Y) ²
1	4	24	96	16	576
2	4	25	100	16	625
3	4	23	92	16	529
4	4	27	108	16	729
5	4	27	108	16	729
6	3	24	72	9	576
7	4	25	100	16	625
8	3	22	66	9	484
9	3	24	72	9	576
10	4	27	108	16	729
11	4	25	100	16	625
12	4	27	108	16	729
13	3	25	75	9	625
14	3	26	78	9	676
15	4	27	108	16	729
16	3	26	78	9	676
17	5	29	145	25	841
18	5	27	135	25	729
19	4	23	92	16	529
20	4	24	96	16	576
21	3	22	66	9	484
22	2	20	40	4	400
23	5	25	125	25	625
24	4	24	96	16	576
25	3	24	72	9	576
26	4	27	108	16	729
27	5	29	145	25	841
28	5	29	145	25	841
29	4	25	100	16	625
30	4	24	96	16	576
Jumlah	115	756	2930	457	19186

12) Menentukan nilai r_{hitung} butir 12 Kepuasan Pelanggan

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum x^2) - (\sum X)^2\}\{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

$$r_{hitung} = \frac{30(2930) - (115)(756)}{\sqrt{\{30(457) - (115)^2\}\{30(19186) - (756)^2\}}}$$

$$r_{hitung} = \frac{960}{1400,478}$$

$$r_{hitung} = \mathbf{0,6854}$$

Ternyata $r_{hitung} \ 0,6854 > r_{tabel} \ 0,374$, Maka butir pertanyaan 12 memiliki korelasi signifikan dengan skor total tes, dengan demikian butir tersebut dianggap **Valid**.

Tabel 5.15
Tabel Penolong Untuk Uji Validitas Butir Pertanyaan 13 Kepuasan
pelanggan

Responden (n)	X4	Y	XY	(X) ²	(Y) ²
1	4	24	96	16	576
2	5	25	125	25	625
3	4	23	92	16	529
4	5	27	135	25	729
5	5	27	135	25	729
6	5	24	120	25	576
7	5	25	125	25	625
8	4	22	88	16	484
9	5	24	120	25	576
10	5	27	135	25	729
11	5	25	125	25	625
12	5	27	135	25	729
13	4	25	100	16	625
14	5	26	130	25	676
15	5	27	135	25	729
16	5	26	130	25	676
17	5	29	145	25	841
18	5	27	135	25	729
19	4	23	92	16	529
20	4	24	96	16	576
21	4	22	88	16	484
22	4	20	80	16	400
23	4	25	100	16	625
24	4	24	96	16	576
25	5	24	120	25	576
26	5	27	135	25	729
27	5	29	145	25	841
28	5	29	145	25	841
29	4	25	100	16	625
30	4	24	96	16	576
Jumlah	138	756	3499	642	19186

13) Menentukan nilai r_{hitung} butir 13 Kepuasan Pelanggan

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum x^2) - (\sum X)^2\}\{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

$$r_{hitung} = \frac{30(3499) - (138)(756)}{\sqrt{\{30(642) - (138)^2\}\{30(19186) - (756)^2\}}}$$

$$r_{hitung} = \frac{642}{934,614}$$

$$r_{hitung} = \mathbf{0,6869}$$

Ternyata $r_{hitung} \ 0,6869 > r_{tabel} \ 0,374$, Maka butir pertanyaan 13 memiliki korelasi signifikan dengan skor total tes, dengan demikian butir tersebut dianggap **Valid**.

Tabel 5.16
Tabel Penolong Untuk Uji Validitas Butir Pertanyaan 14 Kepuasan
pelanggan

Responden (n)	X5	Y	XY	(X) ²	(Y) ²
1	4	24	96	16	576
2	4	25	100	16	625
3	4	23	92	16	529
4	5	27	135	25	729
5	5	27	135	25	729
6	5	24	120	25	576
7	5	25	125	25	625
8	4	22	88	16	484
9	5	24	120	25	576
10	5	27	135	25	729
11	5	25	125	25	625
12	5	27	135	25	729
13	5	25	125	25	625
14	5	26	130	25	676
15	4	27	108	16	729
16	4	26	104	16	676
17	5	29	145	25	841
18	5	27	135	25	729
19	4	23	92	16	529
20	4	24	96	16	576
21	3	22	66	9	484
22	2	20	40	4	400
23	4	25	100	16	625
24	4	24	96	16	576
25	5	24	120	25	576
26	4	27	108	16	729
27	5	29	145	25	841
28	4	29	116	16	841
29	5	25	125	25	625
30	4	24	96	16	576
Jumlah	132	756	3353	596	19186

14) Menentukan nilai r_{hitung} butir 14 Kepuasan Pelanggan

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum x^2) - (\sum X)^2\}\{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

$$r_{hitung} = \frac{30(3353) - (132)(756)}{\sqrt{\{30(596) - (132)^2\}\{30(19186 - (756)^2)\}}}$$

$$r_{hitung} = \frac{798}{1357,963}$$

$$r_{hitung} = \mathbf{0,5876}$$

Ternyata $r_{hitung} \ 0,5876 > r_{tabel} \ 0,374$, Maka butir pertanyaan 14 memiliki korelasi signifikan dengan skor total tes, dengan demikian butir tersebut dianggap **Valid**.

Tabel 5.17

Tabel Penolong Untuk Uji Validitas Butir Pertanyaan 15 Kepuasan pelanggan

Responden (n)	X6	Y	XY	(X) ²	(Y) ²
1	4	24	96	16	576
2	4	25	100	16	625
3	4	23	92	16	529
4	4	27	108	16	729
5	5	27	135	25	729
6	5	24	120	25	576
7	4	25	100	16	625
8	4	22	88	16	484
9	4	24	96	16	576
10	5	27	135	25	729
11	4	25	100	16	625
12	4	27	108	16	729
13	4	25	100	16	625
14	4	26	104	16	676
15	5	27	135	25	729
16	5	26	130	25	676
17	5	29	145	25	841
18	4	27	108	16	729
19	4	23	92	16	529
20	4	24	96	16	576
21	4	22	88	16	484
22	4	20	80	16	400
23	4	25	100	16	625
24	4	24	96	16	576
25	4	24	96	16	576
26	5	27	135	25	729
27	5	29	145	25	841
28	5	29	145	25	841
29	4	25	100	16	625
30	4	24	96	16	576
Jumlah	129	756	3269	561	19186

15) Menentukan nilai r_{hitung} butir 15 Kepuasan Pelanggan

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum x^2) - (\sum X)^2\}\{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

$$r_{hitung} = \frac{30(3269) - (129)(756)}{\sqrt{\{30(561) - (129)^2\}\{30(19186) - (756)^2\}}}$$

$$r_{hitung} = \frac{546}{874,251}$$

$$r_{hitung} = \mathbf{0,6245}$$

Ternyata $r_{hitung} \ 0,6245 > r_{tabel} \ 0,374$, Maka butir pertanyaan 15 memiliki korelasi signifikan dengan skor total tes, dengan demikian butir tersebut dianggap **Valid**.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Dalam karya ilmiah ini penulis menggunakan teknik *Alpha Cronbach*.

Tabel 5.18
Tabel Penolong Perhitungan Uji Reliabilitas Desain dengan Teknik Alpha Cronbach

Responden	1	2	3	4	(X1) ²	(X2) ²	(X3) ²	(X4) ²	ΣX	ΣX ²
1	4	4	5	2	16	16	25	4	15	225
2	4	4	5	2	16	16	25	4	15	225
3	4	4	4	4	16	16	16	16	16	256
4	5	4	5	2	25	16	25	4	16	256
5	4	4	5	4	16	16	25	16	17	289
6	4	4	4	3	16	16	16	9	15	225
7	4	4	5	4	16	16	25	16	17	289
8	4	5	4	2	16	25	16	4	15	225
9	4	4	4	2	16	16	16	4	14	196
10	4	5	5	4	16	25	25	16	18	324
11	4	4	4	4	16	16	16	16	16	256
12	4	4	5	4	16	16	25	16	17	289
13	3	3	5	3	9	9	25	9	14	196
14	3	3	5	3	9	9	25	9	14	196
15	4	4	5	4	16	16	25	16	17	289
16	5	3	5	3	25	9	25	9	16	256
17	4	4	5	4	16	16	25	16	17	289
18	4	4	5	4	16	16	25	16	17	289
19	4	4	4	4	16	16	16	16	16	256
20	4	4	4	4	16	16	16	16	16	256
21	3	3	4	3	9	9	16	9	13	169
22	2	2	4	2	4	4	16	4	10	100
23	4	4	4	4	16	16	16	16	16	256
24	4	4	4	4	16	16	16	16	16	256
25	4	4	4	4	16	16	16	16	16	256
26	4	4	5	4	16	16	25	16	17	289
27	4	4	5	4	16	16	25	16	17	289
28	5	5	5	5	25	25	25	25	20	400
29	4	4	4	4	16	16	16	16	16	256
30	4	4	4	4	16	16	16	16	16	256
Jumlah	118	117	136	104	474	467	624	382	475	7609

1) Menghitung nilai varian setiap butir pertanyaan

a. Pertanyaan butir 1 desain

$$\sigma_1^2 = \frac{\sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{n}}{n}$$
$$\sigma_1^2 = \frac{474 - \frac{(118)^2}{30}}{30}$$
$$\sigma_1^2 = 0,329$$

b. Pertanyaan butir 2 desain

$$\sigma_2^2 = \frac{\sum X_1^2 - \frac{(\sum X_2)^2}{n}}{n}$$
$$\sigma_2^2 = \frac{467 - \frac{(117)^2}{30}}{30}$$
$$\sigma_2^2 = 0,350$$

c. Pertanyaan butir 3 desain

$$\sigma_3^2 = \frac{\sum X_1^2 - \frac{(\sum X_3)^2}{n}}{n}$$
$$\sigma_3^2 = \frac{624 - \frac{(136)^2}{30}}{30}$$
$$\sigma_3^2 = 0,249$$

d. Pertanyaan butir 4 desain

$$\sigma_4^2 = \frac{\sum X_4^2 - \frac{(\sum X_4)^2}{n}}{n}$$
$$\sigma_4^2 = \frac{382 - \frac{(104)^2}{30}}{30}$$
$$\sigma_4^2 = 0,7156$$

2) Menghitung nilai total varian

$$\sigma_t^2 = 0,329 + 0,356 + 0,249 + 0,715 = 1,643$$

3) Menghitung nilai varian total

$$\begin{aligned}\sigma_T^2 &= \frac{\sum X_4^2 - \frac{(\sum X_4)^2}{n}}{n} \\ \sigma_{4T}^2 &= \frac{7609 - \frac{7520,83^2}{30}}{30} \\ \sigma_4^2 &= 2,939\end{aligned}$$

4) Menghitung nilai reliabilitas instrumen

$$\begin{aligned}r_{11} &= \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right) \\ r_{11} &= \left(\frac{4}{4-1} \right) \left(1 - \frac{1,643}{2,939} \right) \\ r_{11} &= 0,6526\end{aligned}$$

Instrumen penelitian dinyatakan reliabel, karena nilai $r_{11} = 0,6526 > 0,6$

Tabel 5.19
Tabel Penolong Perhitungan Uji Reliabilitas Kualitas Barang dengan Teknik Alpha Croncbach

Responden	1	2	3	4	5	(X1)2	(X2)2	(X3)2	(X4)2	(X5)2	ΣX	ΣX^2
1	4	3	4	4	4	16	9	16	16	16	19	361
2	4	4	2	5	4	16	16	4	25	16	19	361
3	4	4	4	4	4	16	16	16	16	16	20	400
4	5	4	4	5	4	25	16	16	25	16	22	484
5	4	5	5	5	4	16	25	25	25	16	23	529
6	4	4	4	5	4	16	16	16	25	16	21	441
7	4	4	4	5	4	16	16	16	25	16	21	441
8	4	3	4	4	4	16	9	16	16	16	19	361
9	4	4	4	5	4	16	16	16	25	16	21	441
10	4	4	4	5	4	16	16	16	25	16	21	441
11	4	4	4	5	4	16	16	16	25	16	21	441
12	4	4	4	5	4	16	16	16	25	16	21	441
13	3	3	4	4	3	9	9	16	16	9	17	289
14	3	4	5	5	5	9	16	25	25	25	22	484
15	4	3	5	5	5	16	9	25	25	25	22	484
16	3	5	4	5	5	9	25	16	25	25	22	484
17	5	4	5	5	4	25	16	25	25	16	23	529
18	5	4	5	5	4	25	16	25	25	16	23	529
19	4	4	4	4	4	16	16	16	16	16	20	400
20	4	4	4	4	4	16	16	16	16	16	20	400
21	3	3	3	4	3	9	9	9	16	9	16	256
22	2	2	2	4	2	4	4	4	16	4	12	144
23	4	4	4	4	4	16	16	16	16	16	20	400
24	4	4	4	4	4	16	16	16	16	16	20	400
25	4	4	5	5	4	16	16	25	25	16	22	484
26	4	4	4	5	4	16	16	16	25	16	21	441
27	4	4	5	5	4	16	16	25	25	16	22	484
28	5	5	4	5	5	25	25	16	25	25	24	576
29	4	4	5	4	4	16	16	25	16	16	21	441
30	4	4	4	4	4	16	16	16	16	16	20	400
Jumlah	118	116	123	138	120	476	460	521	642	490	615	12767

1) Menghitung nilai varian setiap butir pertanyaan

a. Pertanyaan butir 1 kualitas barang

$$\sigma_1^2 = \frac{\sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{n}}{n}$$
$$\sigma_1^2 = \frac{476 - \frac{(118)^2}{30}}{30}$$
$$\sigma_1^2 = 0,3956$$

b. Pertanyaan butir 2 kualitas barang

$$\sigma_2^2 = \frac{\sum X_1^2 - \frac{(\sum X_2)^2}{n}}{n}$$
$$\sigma_2^2 = \frac{460 - \frac{(1176)^2}{30}}{30}$$
$$\sigma_2^2 = 0,3823$$

c. Pertanyaan butir 3 kualitas barang

$$\sigma_3^2 = \frac{\sum X_1^2 - \frac{(\sum X_3)^2}{n}}{n}$$
$$\sigma_3^2 = \frac{521 - \frac{(123)^2}{30}}{30}$$
$$\sigma_3^2 = 0,556$$

d. Pertanyaan butir 4 kualitas barang

$$\sigma_4^2 = \frac{\sum X_4^2 - \frac{(\sum X_4)^2}{n}}{n}$$
$$\sigma_4^2 = \frac{642 - \frac{(138)^2}{30}}{30}$$
$$\sigma_4^2 = 0,24$$

e. Pertanyaan butir 5 kualitas barang

$$\sigma_5^2 = \frac{\sum X_4^2 - \frac{(\sum X_4)^2}{n}}{n}$$

$$\sigma_5^2 = \frac{490 - \frac{(120)^2}{30}}{30}$$

$$\sigma_5^2 = 0,3$$

2) Menghitung nilai total varian

$$\sigma_t^2 = 0,3956 + 0,3823 + 0,556 + 0,24 + 0,3 = 1,8739$$

3) Menghitung nilai varian total

$$\sigma_T^2 = \frac{\sum X_4^2 - \frac{(\sum X_4)^2}{n}}{n}$$

$$\sigma_{4T}^2 = \frac{7609 - \frac{7520,83}{30}}{30}$$

$$\sigma_4^2 = 2,939$$

4) Menghitung nilai reliabilitas instrumen

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

$$r_{11} = \left(\frac{5}{5-1} \right) \left(1 - \frac{1,8739}{5,316} \right)$$

$$r_{11} = 0,81$$

Instrumen penelitian dinyatakan reliabel, karena nilai $r_{11} = 0,81 > 0,6$

Tabel 5.20
Tabel Penolong Perhitungan Uji Reliabilitas Kualitas Barang dengan Teknik Alpha Cronch

Responden	1	2	3	4	5	6	(X1)2	(X2)2	(X3)2	(X4)2	(X5)2	(X6)2	ΣX	ΣX2
1	5	3	4	4	4	4	25	9	16	16	16	16	24	576
2	5	3	4	5	4	4	25	9	16	25	16	16	25	625
3	4	3	4	4	4	4	16	9	16	16	16	16	23	529
4	5	4	4	5	5	4	25	16	16	25	25	16	27	729
5	5	3	4	5	5	5	25	9	16	25	25	25	27	729
6	4	2	3	5	5	5	16	4	9	25	25	25	24	576
7	5	2	4	5	5	4	25	4	16	25	25	16	25	625
8	4	3	3	4	4	4	16	9	9	16	16	16	22	484
9	4	3	3	5	5	4	16	9	9	25	25	16	24	576
10	5	3	4	5	5	5	25	9	16	25	25	25	27	729
11	4	3	4	5	5	4	16	9	16	25	25	16	25	625
12	5	4	4	5	5	4	25	16	16	25	25	16	27	729
13	5	4	3	4	5	4	25	16	9	16	25	16	25	625
14	5	4	3	5	5	4	25	16	9	25	25	16	26	676
15	5	4	4	5	4	5	25	16	16	25	16	25	27	729
16	5	4	3	5	4	5	25	16	9	25	16	25	26	676
17	5	4	5	5	5	5	25	16	25	25	25	25	29	841
18	5	3	5	5	5	4	25	9	25	25	25	16	27	729
19	4	3	4	4	4	4	16	9	16	16	16	16	23	529
20	4	4	4	4	4	4	16	16	16	16	16	16	24	576
21	4	4	3	4	3	4	16	16	9	16	9	16	22	484
22	4	4	2	4	2	4	16	16	4	16	4	16	20	400
23	4	4	5	4	4	4	16	16	25	16	16	16	25	625
24	4	4	4	4	4	4	16	16	16	16	16	16	24	576
25	4	3	3	5	5	4	16	9	9	25	25	16	24	576
26	5	4	4	5	4	5	25	16	16	25	16	25	27	729
27	5	4	5	5	5	5	25	16	25	25	25	25	29	841
28	5	5	5	5	4	5	25	25	25	25	16	25	29	841
29	4	4	4	4	5	4	16	16	16	16	25	16	25	625
30	4	4	4	4	4	4	16	16	16	16	16	16	24	576
Jumlah	136	106	115	138	132	129	624	388	457	642	596	561	756	19186

1) Menghitung nilai varian setiap butir pertanyaan

a. Pertanyaan butir 1 kepuasan pelanggan

$$\sigma_1^2 = \frac{\sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{n}}{n}$$

$$\sigma_1^2 = \frac{624 - \frac{(136)^2}{30}}{30}$$

$$\sigma_1^2 = 0,249$$

b. Pertanyaan butir 2 kepuasan pelanggan

$$\sigma_2^2 = \frac{\sum X_1^2 - \frac{(\sum X_2)^2}{n}}{n}$$

$$\sigma_2^2 = \frac{388 - \frac{(106)^2}{30}}{30}$$

$$\sigma_2^2 = 0,449$$

c. Pertanyaan butir 3 kepuasan pelanggan

$$\sigma_3^2 = \frac{\sum X_1^2 - \frac{(\sum X_3)^2}{n}}{n}$$

$$\sigma_3^2 = \frac{457 - \frac{(115)^2}{30}}{30}$$

$$\sigma_3^2 = 0,539$$

d. Pertanyaan butir 4 kepuasan pelanggan

$$\sigma_4^2 = \frac{\sum X_4^2 - \frac{(\sum X_4)^2}{n}}{n}$$

$$\sigma_4^2 = \frac{642 - \frac{(138)^2}{30}}{30}$$

$$\sigma_4^2 = 0,24$$

e. Pertanyaan butir 5 kepuasan pelanggan

$$\sigma_5^2 = \frac{\sum X_4^2 - \frac{(\sum X_4)^2}{n}}{n}$$

$$\sigma_5^2 = \frac{596 - \frac{(132)^2}{30}}{30}$$

$$\sigma_5^2 = 0,506$$

f. Pertanyaan butir 6 kepuasan pelanggan

$$\sigma_6^2 = \frac{\sum X_4^2 - \frac{(\sum X_4)^2}{n}}{n}$$

$$\sigma_6^2 = \frac{561 - \frac{(129)^2}{30}}{30}$$

$$\sigma_6^2 = 0,21$$

2) Menghitung nilai total varian

$$\sigma_t^2 = 0,249 + 0,449 + 0,539 + 0,24 + 0,506 + 0,21 = 2,193$$

3) Menghitung nilai varian total

$$\sigma_T^2 = \frac{\sum X_4^2 - \frac{(\sum X_4)^2}{n}}{n}$$

$$\sigma_{4T}^2 = \frac{19186 - \frac{(756)^2}{30}}{30}$$

$$\sigma_4^2 = 4,493$$

4) Menghitung nilai reliabilitas instrumen

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

$$r_{11} = \left(\frac{6}{6-1} \right) \left(1 - \frac{2193}{4,493} \right)$$

$$r_{11} = 0,611$$

Instrumen penelitian dinyatakan reliabel, karena nilai $r_{11} = 0,611 > 0,6$

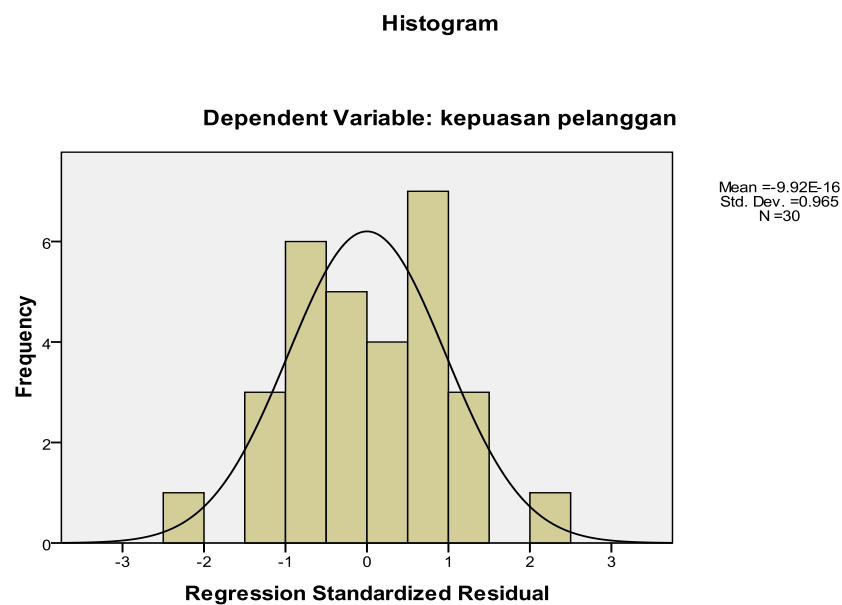
5.2 Penemuan dan Pembahasan

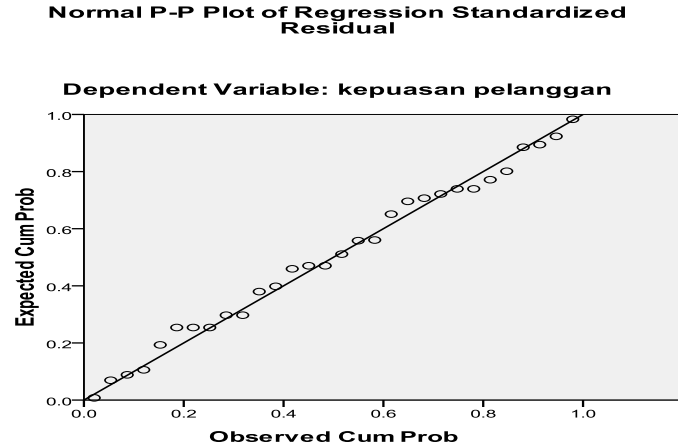
5.2.1 Uji Asumsi Klasik Regresi Linier Berganda

a. Uji normalitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independennya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas menghasilkan grafik *normal probability plot* yang tampak pada Gambar 5.1 berikut:

Gambar 5.1
Uji Normalitas





Sumber : data primer yang diolah, 2016

Grafik *normal probability plot* diatas menunjukkan bahwa data memiliki pola yang dekat dengan garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas pada Tabel 5.5 diketahui bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa data bebas dari masalah multikolinearitas. Berikut adalah tabel hasil uji multikolinearitas dengan perhitungan statistik dengan menggunakan SPSS:

Tabel 5.6
Hasil Uji Multikolinearitas

VARIABEL	Tolerance	VIF
Citra Merek (X1)	0,310	3,225
Kualitas Produk (X2)	0,310	3,225

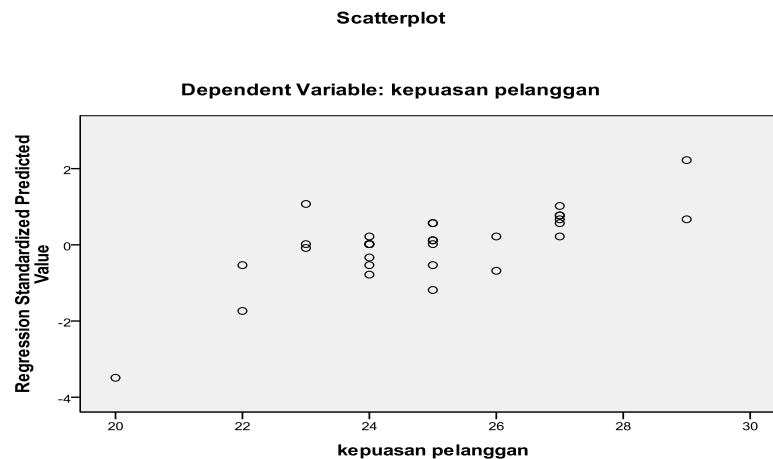
Sumber : data primer yang diolah, 2016

Tabel di atas menjelaskan bahwa data yang ada tidak terjadi gejala multikolinearitas antara masing-masing variabel independen yaitu dengan melihat nilai *VIF*. Nilai *VIF* yang diperbolehkan hanya mencapai 10 maka data di atas dapat dipastikan tidak terjadi gejala multikolinearitas. Karena data di atas menunjukkan bahwa nilai *VIF* lebih kecil dari 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 keadaan seperti itu membuktikan tidak terjadinya multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Kriteria yang digunakan adalah jika terdapat pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 5.2
Uji Heterokedastisitas



Berdasarkan grafik *scatterplots* (gambar 5.2) terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

5.2.2 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

c. Analisis Regresi Linier Berganda

1. Membuat tabel penolong

Tabel 5.21 Tabel Penolong Untuk Mencari Nilai Konstanta a, b_1 , dan b_2

Data (n)	X_1	X_2	y	x_1^2	x_2^2	y^2	$x_1 \cdot y$	$X_2 \cdot y$	$X_1 X_2$
1	15	19	24	225	361	576	360	456	285
2	15	19	25	225	361	625	375	475	285
3	16	20	23	256	400	529	368	460	320
4	16	22	27	256	484	729	432	594	352
5	17	23	27	289	529	729	459	621	391
6	15	21	24	225	441	576	360	504	315
7	17	21	25	289	441	625	425	525	357
8	15	19	22	225	361	484	330	418	285
9	14	21	24	196	441	576	336	504	294
10	18	21	27	324	441	729	486	567	378
11	16	21	25	256	441	625	400	525	336
12	17	21	27	289	441	729	459	567	357
13	14	17	25	196	289	625	350	425	238
14	14	22	26	196	484	676	364	572	308
15	17	22	27	289	484	729	459	594	374
16	16	22	26	256	484	676	416	572	352
17	17	23	29	289	529	841	493	667	391
18	17	23	27	289	529	729	459	621	391
19	16	20	23	256	400	529	368	460	320
20	16	20	24	256	400	576	384	480	320
21	13	16	22	169	256	484	286	352	208
22	10	12	20	100	144	400	200	240	120
23	16	20	25	256	400	625	400	500	320
24	16	20	24	256	400	576	384	480	320
25	16	22	24	256	484	576	384	528	352
26	17	21	27	289	441	729	459	567	357

27	17	22	29	289	484	841	493	638	374
28	20	24	29	400	576	841	580	696	480
29	16	21	25	256	441	625	400	525	336
30	16	20	24	256	400	576	384	480	320
	475	615	756	7.609	12.767	19.186	12.053	15.613	9.836

2. Menentukan nilai statistik untuk mencari konstanta a, b_1 , dan b_2

$$\begin{aligned}
 1) \sum x_1^2 &= \sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{n} \\
 &= 7609 - \frac{(475)^2}{30} \\
 &= 7609 - \frac{475}{30} \\
 &= 7609 - 7520,83 \\
 &= \mathbf{88,17}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 2) \sum x_2^2 &= \sum X_2^2 - \frac{(\sum X_2)^2}{n} \\
 &= 12767 - \frac{(615)^2}{30} \\
 &= 12767 - 12607,5 \\
 &= \mathbf{159,5}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 3) \sum y^2 &= \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n} \\
 &= 19186 - \frac{(756)^2}{30} \\
 &= 19186 - 19051,2 \\
 &= \mathbf{134,8}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
4) \quad \sum x_1 y &= \sum X_1 Y - \frac{(\sum X_1)(\sum Y)}{n} \\
&= 12053 - \frac{(475)(756)}{30} \\
&= 12053 - 11970 \\
&= \mathbf{83}
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
5) \quad \sum x_2 y &= \sum X_2 Y - \frac{(\sum X_2)(\sum Y)}{n} \\
&= 1563 - \frac{(651)(756)}{30} \\
&= 1563 - 15498 \\
&= \mathbf{115}
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
6) \quad \sum x_1 x_2 &= \sum X_1 X_2 - \frac{(\sum X_1)(\sum X_2)}{n} \\
&= 9836 - \frac{(475)(615)}{30} \\
&= 9836 - 9737,5 \\
&= \mathbf{98,5}
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
7) \quad \bar{X}_1 &= \frac{\sum X_1}{n} & \bar{X}_1^2 &= (15,83)^2 = \mathbf{250,694} \\
&= \frac{475}{30} \\
&= \mathbf{15,83}
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
8) \quad \bar{X}_2 &= \frac{\sum X_2}{n} & \bar{X}_2^2 &= (20,5)^2 = \mathbf{420,25} \\
&= \frac{615}{30} \\
&= \mathbf{20,5}
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 9) \quad \bar{Y} &= \frac{\sum Y}{n} \\
 &= \frac{756}{30} \\
 &= \mathbf{25,5}
 \end{aligned}$$

$$\bar{Y}^2 = (25,5)^2 = \mathbf{635,4}$$

3. Menghitung nilai konstanta-konstanta

1. Menghitung nilai konstanta b_1

$$\begin{aligned}
 b_1 &= \frac{(\sum x_2^2)(\sum x_1 y) - (\sum x_1 x_2)(\sum x_2 y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 x_2)^2} \\
 &= \frac{(159,5)(83) - (98,5)(115)}{(88,17)(159,5) - (98,5)^2} \\
 &= \frac{1911}{4360,86} \\
 &= \mathbf{0,43821}
 \end{aligned}$$

2. Menghitung nilai konstanta b_2

$$\begin{aligned}
 b_2 &= \frac{(\sum x_1^2)(\sum x_2 y) - (\sum x_1 x_2)(\sum x_1 y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 x_2)^2} \\
 &= \frac{(88,17)(115) - (98,5)(83)}{(88,17)(159,5) - (98,5)^2} \\
 &= \frac{1964,05}{4360,865} \\
 &= \mathbf{0,45038}
 \end{aligned}$$

3. Menghitung nilai konstanta a

$$\begin{aligned}a &= \frac{\Sigma Y}{n} - b_1 \left(\frac{\Sigma X_1}{n} \right) - b_2 \left(\frac{\Sigma X_2}{n} \right) \\&= \frac{756}{30} - 0,4382 \left(\frac{475}{30} \right) - 0,4503 \left(\frac{615}{30} \right) \\&= 25,2 - 6,381 - 9,2311 \\&= 9,0308\end{aligned}$$

Sehingga Persamaan persamaan regresi berganda :

$$\hat{Y} = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2$$

$$\hat{Y} = 9,0308 + 0,4382 X_1 + 0,4503 X_2$$

4. Menghitung nilai korelasi

a). Nilai korelasi secara simultan antara (X_1 dan X_2) terhadap (Y)

$$\begin{aligned}R_{X_1 X_2 Y} &= \sqrt{\frac{b_1 \cdot \Sigma x_1 y + b_2 \cdot \Sigma x_2 y}{\Sigma y^2}} \\&= \sqrt{\frac{(0,4382)(83) + (0,4503)(115)}{134,8}} \\&= 0,6539\end{aligned}$$

b). Nilai Korelasi parsial anatara X_1 terhadap Y , bila X_2 konstan

$$\begin{aligned}r_{X_1 Y} &= \frac{n(\Sigma X_1 Y) - (\Sigma X_1)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{n \cdot \Sigma X_1^2 - (\Sigma X_1)^2\} \{n \cdot \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}} \\&= \frac{30 \cdot (12053) - (475)(756)}{\sqrt{\{30(76091) - (475)^2\} \{30(19186) - (756)^2\}}}\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
&= \frac{361590 - 359100}{\sqrt{230932620}} \\
&= \frac{2490}{15196,4} \\
&= \mathbf{0,1638}
\end{aligned}$$

c). Nilai korelasi parsial antara X_2 dengan Y , bila X_1 konstan

$$\begin{aligned}
r_{X_2.Y} &= \frac{n(\sum X_2 Y) - (\sum X_2)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X_2^2 - (\sum X_2)^2\} \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \\
&= \frac{30 \cdot (15613) - (615)(756)}{\sqrt{\{30(12767) - (615)^2\} \{30(19186) - (756)^2\}}} \\
&= \frac{468,390 - 464940}{\sqrt{(4782)(4044)}} \\
&= \frac{3450}{4397,5456} \\
&= \mathbf{0,7845}
\end{aligned}$$

$$5) \text{ KP} = (R_{X_1.X_2.Y})^2 \times 100\%$$

$$\text{KP} = (0,6539)^2 \times 100\%$$

$$\text{KP} = \mathbf{42,75\%}$$

d). Nilai korelasi parsial antara X_1 dengan X_2

$$\begin{aligned}
r_{X_1.X_2} &= \frac{n(\sum X_1 X_2) - (\sum X_1)(\sum X_2)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2\} \{n \cdot \sum X_2^2 - (\sum X_2)^2\}}} \\
&= \frac{30 \cdot (9836) - (475)(615)}{\sqrt{\{30(7609) - (475)^2\} \{30(127674) - (615)^2\}}}
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
&= \frac{295080 - 292125}{\sqrt{(2645)(4785)}} \\
&= \frac{2955}{3557,572} \\
&= 0,8306
\end{aligned}$$

4.2.3.2 Uji Signifikansi (Uji F)

A. Apakah ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel X1 dan X2 terhadap Y

Tujuan dilakukannya pengujian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) antara desain barang (X_1) dan kualitas produk (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Langkah-langkahnya sebagai berikut:

1. Membuat hipotesis dalam bentuk kalimat

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara desain (X_1) dan kualitas barang (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara desain (X_1) dan kualitas barang (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

2. Membuat hipotesis dalam bentuk statistik

Ho : $\beta = 0$

Ha : $\beta \neq 0$

3. Menentukan taraf signifikan

Dalam kasus ini nilai $\alpha = 5\%$

4. Kaidah pengujian

Jika : $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima.

Jika : $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak.

5. Menghitung nilai F_{hitung}

$$\begin{aligned} F_{hitung} &= \frac{(R_{X_1 X_2 Y})^2 (n - m - 1)}{m(1 - R^2_{X_1 X_2 Y})} \\ &= \frac{(0,6539)^2 (30 - 2 - 1)}{2(1 - 0,6539)^2} \\ &= \frac{11,97}{0,145} \\ &= 82,551 \end{aligned}$$

6. Menentukan nilai F_{tabel}

Nilai F_{tabel} dapat dicari pada tabel F dengan Ketentuan :

$$F_{tabel} = F_{(\alpha)(m, dk=n-m-1)} \text{ dimana :}$$

$$M = 2, \quad n = 30 \quad \alpha = 0,05$$

$$dk = n - m - 1$$

$$= 30 - 2 - 1 = 27$$

$$F_{tabel} = F_{(\alpha)(m, dk)} = F_{(0,05)(27,2)} = 3,35$$

7. Membandingkan F_{tabel} dan F_{hitung}

Tujuan membandingkan F_{tabel} dan F_{hitung} adalah untuk mengetahui apakah H_0 ditolak atau diterima berdasarkan kaidah pengujian.

$$F_{hitung} = 82,551$$

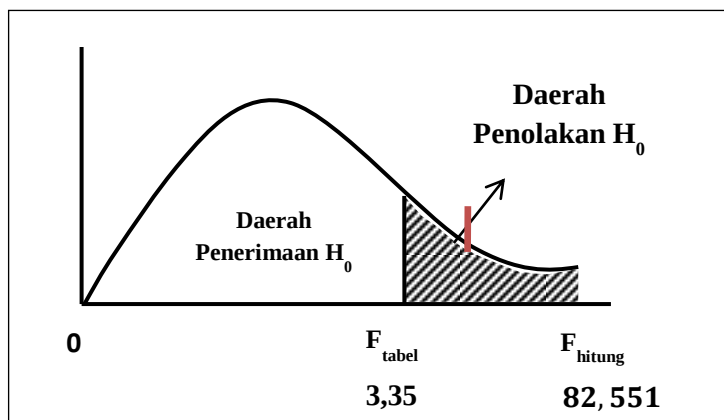
$$F_{tabel} = 3,35$$

Ternyata : $82,551 > 3,35$, maka **H_0 ditolak.**

8. Mengambil keputusan

Karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka **H_0 ditolak.** Dengan demikian, Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara desain dan kualitas barang terhadap kepuasan pelanggan.

Gambar 5.1 Kurva Uji F Pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Y



B. Apakah ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara X_1 dan Y ?

1. Membuat hipotesis dalam bentuk kalimat

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara desain (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara kualitas barang (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

2. Membuat hipotesis dalam bentuk statistik

$H_0 : \beta_{j1} = 0$

$H_a : \beta_{j1} \neq 0$

3. Menentukan taraf signifikan

Dalam kasus ini nilai $\alpha = 5\%$

4. Kaidah pengujian

Jika, $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima

Jika, $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak

5. Menghitung nilai t_{hitung}

Tahap menentukan nilai t_{hitung} adalah sebagai berikut :

- Menghitung nilai variasi regresi berganda ($S^2_{X_1X_2}$)

$$\begin{aligned} S^2_{X_1X_2} &= \frac{\Sigma y^2 - [b_1(x_1y) + b_2(x_2y)]}{n - m - 1} \\ &= \frac{134,8 - [(0,4382)(83) + (0,4503)(115)]}{30 - 2 - 1} \end{aligned}$$

$$= \frac{134,8 - (36370,6 + 51,7845)}{27}$$

$$= 5,5634$$

- Menghitung nilai standar deviasi regresi berganda ($S_{X_1X_2}$)

$$\begin{aligned} S_{X_1X_2} &= \sqrt{S_{X_1X_2}^2} \\ &= \sqrt{5,5634} \\ &= 2,3587 \end{aligned}$$

- Menentukan nilai statistik yang lain

$$(\bar{X}_1^2) = 250,694$$

$$\Sigma X_1^2 = 7609$$

$$r_{X_1X_2} = 0,8306$$

- Menentukan nilai standar error (S_{bi})

$$\begin{aligned} S_{b1} &= \frac{S_{X_1X_2}}{\sqrt{[\Sigma X_1^2 - n \cdot \bar{X}_1^2][1 - (r_{X_1X_2})^2]}} \\ &= \frac{1,3143}{\sqrt{[7609 - 30(250,694)][1 - (0,8306)^2]}} \\ &= \frac{1,3143}{3,864919} \\ &= \mathbf{0,34005} \end{aligned}$$

- Menghitung nilai t_{hitung}

$$\begin{aligned} t_{1 \text{ hitung}} &= \frac{b_1}{S_{b1}} \\ &= \frac{0,43821}{0,3400} \\ &= \mathbf{1,2888} \end{aligned}$$

6. Menentukan nilai t_{tabel}

Nilai t_{tabel} dapat dicari dengan menggunakan tabel *distribusi-t*. Bila pengujian dua sisi, maka nilai α dibagi 2.

$$t_{tabel} = t_{\left(\frac{\alpha}{2}\right)(n-2)} = t_{\left(\frac{0,05}{2}\right)(30-2)}$$

$$t_{(0,025,28)} = \mathbf{2,048}$$

7. Membandingkan t_{tabel} dan $t_{1 \text{ hitung}}$

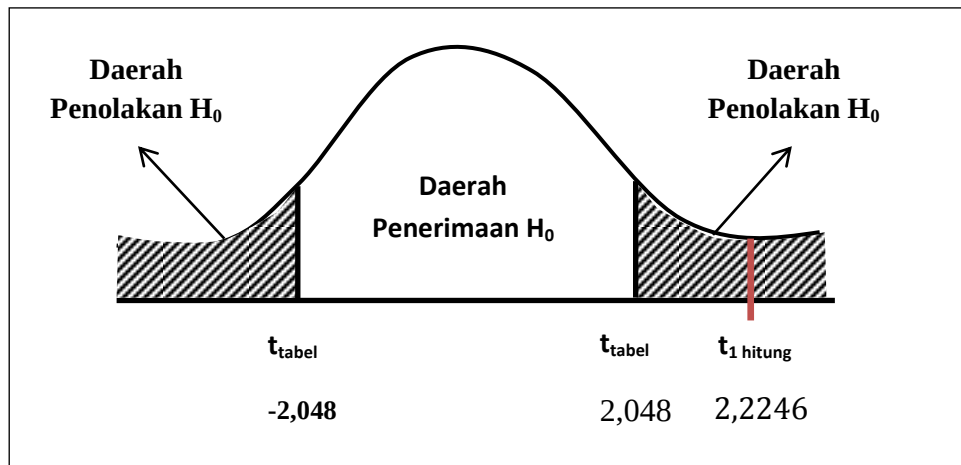
Tujuan membandingkan antara t_{tabel} dan $t_{1 \text{ hitung}}$ adalah untuk mengetahui, apakah H_0 ditolak atau diterima berdasarkan kaidah pengujian.

Ternyata : $1,2888 < 2,048$,sehingga **H_0 terima**

8. Mengambil keputusan

Karena t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} maka **H_0 diterima**. Dengan demikian tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara desain (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Gambar 5.1 Kurva Uji t Pengaruh X_1 dan Y



C. Apakah ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara X_2 dan Y?

1. Membuat hipotesis dalam bentuk kalimat

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara kualitas barang (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara kualitas (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

2. Membuat hipotesis dalam bentuk statistik

$H_0 : \beta_{j2} = 0$

$H_a : \beta_{j2} \neq 0$

3. Menentukan taraf signifikan

Dalam kasus ini nilai $\alpha = 5\%$

4. Kaidah pengujian

Jika, $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima

Jika, $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak

5. Menghitung nilai t_{hitung}

Tahap menentukan nilai t_{hitung} adalah sebagai berikut :

- Menghitung nilai variasi regresi berganda ($S_{X_1X_2}^2$)

$$S_{X_1X_2}^2 = 1,7275$$

- Menghitung nilai standar deviasi regresi berganda ($S_{X_1X_2}$)

$$S_{X_1X_2} = 1,3143$$

- Menentukan nilai statistik yang lain

$$(\bar{X}_2^2) = 420,25$$

$$\Sigma X_2^2 = 12767$$

$$r_{X_1X_2} = 0,8306$$

- Menentukan nilai standar error (S_{bi})

$$\begin{aligned} S_{b2} &= \frac{S_{X_1X_2}}{\sqrt{[\Sigma X_2^2 - n \cdot \bar{X}_2^2][1 - (r_{X_1X_2})^2]}} \\ &= \frac{2,3587}{\sqrt{[7609 - 30(250,694)][1 - (0,8306)^2]}} \\ &= \frac{2,3587}{\sqrt{(7609)(215,095)}} \end{aligned}$$

$$= \frac{2,3587}{85,982}$$

$$= \mathbf{0,0274}$$

- Menghitung nilai t_{hitung}

$$t_{hitung} = \frac{b_2}{S_{b2}}$$

$$= \frac{0,4503}{0,0274}$$

$$= \mathbf{16,4345}$$

6. Menentukan nilai t_{tabel}

Nilai t_{tabel} dapat dicari dengan menggunakan tabel *distribusi-t*. Bila pengujian dua sisi, maka nilai α dibagi 2.

$$t_{tabel} = t_{\left(\frac{\alpha}{2}\right)(n-2)} = t_{\left(\frac{0,05}{2}\right)(30-2)}$$

$$t_{(0,025,28)} = \mathbf{2,048}$$

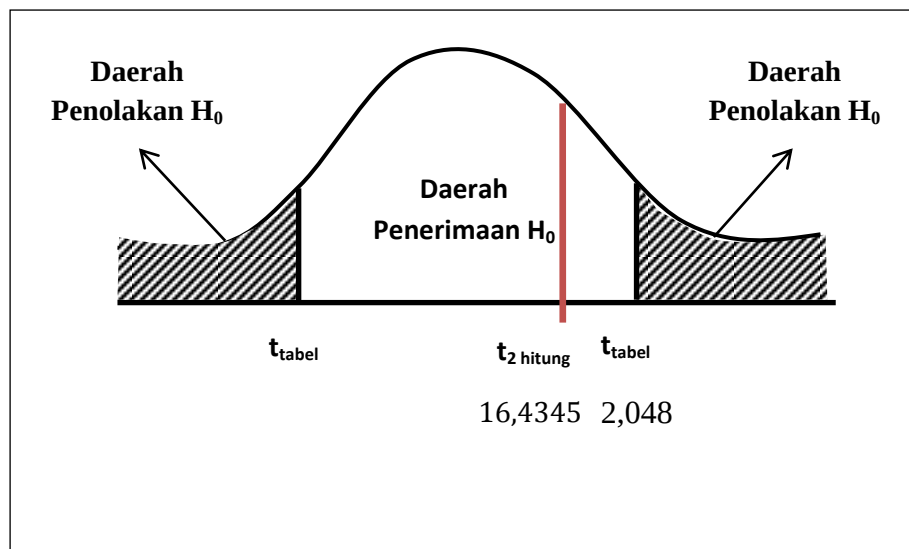
7. Membandingkan t_{tabel} dan t_{hitung}

Tujuan membandingkan antara t_{tabel} dan t_{hitung} adalah untuk mengetahui, apakah H_0 ditolak atau diterima berdasarkan kaidah pengujian.

Ternyata : $16,4345 > 2,048$, sehingga **H_0 ditolak.**

8. Mengambil keputusan

Karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka **H_0 ditolak**. Dengan demikian, terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara kualitas barang (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).



Gambar 5.2 Kurva Uji t Pengaruh X_2 dan Y

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada uraian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, maka penulis mencoba untuk menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari analisis regresi linier berganda menghasilkan persamaan :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$\hat{Y} = 9,029 + 0,438 X_1 + 0,450 X_2$$

- Konstanta Sebesar 9,029 artinya jika desain X_1 dan X_2 nilainya adalah 0, maka kualitas Y nilainya adalah 9,029.
 - Koefisien regresi variabel desain X_1 sebesar 0,4382 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan desain mengalami kenaikan 1% maka kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan 1%, maka akan mengalami kenaikan sebesar 0,438
 - Koefisien regresi variabel kualitas X_2 sebesar 0,450 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan x_2 mengalami kenaikan sebesar 1%, maka kualitas barang akan mengalami peningkatan sebesar 0,4503
2. $T_{hitung\ x_1}$ lebih kecil dari t_{tabel} $1,744 < 2,048$ Sehingga H_0 diterima. Dengan demikian tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara desain produk terhadap kepuasan pelanggan.
 3. $T_{hitung\ x_2}$ lebih besar dari t_{tabel} $2,410 > 2,048$ Sehingga H_0 ditolak. Dengan demikian terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas dengan kepuasan pelanggan.

4. F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} $25,523 > 3,35$ Sehingga H_0 ditolak. Dengan demikian terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara desain dan kualitas barang terhadap kepuasan pelanggan.

6.2 Saran

Untuk lebih dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada produk tas wanita PO Rz Handbag maka dapat direkomendasikan saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan perlu meningkatkan desain produk dengan mengadakan berbagai uji desain produk dan fitur-fitur sebelum sampai ke tangan konsumen.
2. Selain alternatif diatas, hendaknya penelitian mendatang menggunakan jenis produk Tas wanita lainnya dan tidak hanya tas wanita merek PO RZ Handbag sehingga dapat mengungkapkan gambaran yang lebih jelas mengenai kepuasan pelanggan terhadap kualitas barang tas wanita.

DAFTAR PUSTAKA

Basu swastha, DH., dan Irawan 1987, *Manajemen Pemasaran: Analisis*

Perilaku Konsumen, cetakan kedua. Penerbit BPFE: Yogyakarta.

Ir. Syofian Siregar, M.M., 2013. Statistik Parametrik untuk penelitian kuantitatif,
Cetakan pertama

Alma, Buchari. 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung:
Alfabeta

Drs. Danang Sutoyo. S.H., S.E, M.M., *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*,
Cetakan pertama, Jakarta: PT. Bina Aksara, 2015.

Philip Kotler, Gary Armstrong, 1997. Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1. Penerbit :PT
Prenhallindo, Jakarta.

Ir. Sofian Siregar, M.M, Statistik Parametruk untuk Penelitian Kuantitatif. Edisi 1,
Cet.2, Jakarta : Bumi Aksara, 2014.

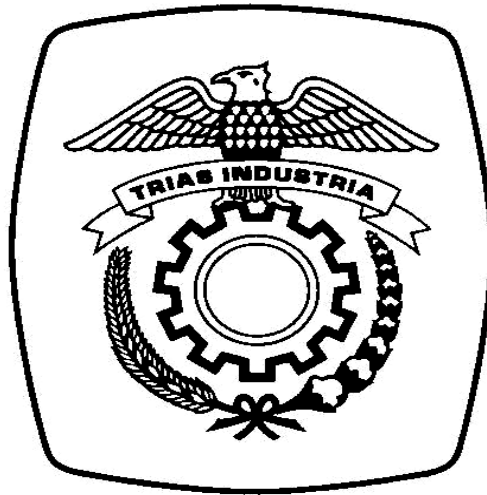
Lampiran 1: Lembar Kuesioner Penelitian

KUESIONER

**ANALISIS DESAIN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA PO RZ HANDBAG**
(Studi Kasus Pembelian tas wanita PO RZ Handbag)

Oleh:
MASUHA
NIM. 1711071

MANAJEMEN BISNIS INDUSTRI



**KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI d.h
JAKARTA
2016**

Hal: Permohonan Pengisian Kuesioner
Kepada Yth.
Bapak/Ibu/Sdr/i Responden Langgan tas wanita
Di tempat

Dengan Hormat,
Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir sebagai mahasiswa Akademik Program Pendidikan Diploma IV pada Program Studi Manajemen Bisnis Industri Politeknik Sekolah Tinggi Manajemen Industri Jakarta, saya:

Nama : Masuha
NIM : 1711071
Jurusan : Manajemen Bisnis Industri

Bermaksud melakukan penelitian ilmiah untuk penyusunan skripsi dengan judul **“Analisis Pengaruh Desain dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.”**.

Saya mohon kesediaan responden yang terhormat agar kiranya sudi membantu mengisi kuesioner yang telah saya susun ini. Responden diharapkan membaca dengan cermat dan teliti setiap pertanyaan sebelum mengisinya. Atas segala perhatian dan bantuannya saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya

Masuha

I. Data Responden

Beri tanda (√) pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan jawaban anda:

1. Jenis kelamin :

- ☐ Pria ☐ Wanita

2. Usia anda saat ini adalah :

- ☐ <17 Tahun ☐ 40-49 Tahun
☐ 18-28 Tahun ☐ >50 Tahun
☐ 29-39 Tahun

3. Tingkat pendidikan terakhir yang anda selesaikan adalah :

- ☐ SMA ☐ S3
☐ Diploma ☐ Lain-lain
☐ S1
☐ S2

4. Jenis pekerjaan anda adalah :

- ☐ Pelajar/Mahasiswa ☐ Wiraswasta
☐ Pegawai Negeri ☐ Lain-lain
☐ Pegawai Swasta

5. Tingkat pendapatan :

- ☐ <Rp.1.800.000 ☐ Rp.4.000.000-Rp.5.000.000
☐ Rp.1.800.000-Rp.2.000.000 ☐ >Rp.5.000.000
☐ Rp.2.000.000-Rp.4.000.000

6. Dari manakah anda tahu mengenai RZ Handbag

- ☐ Teman atau keluarga ☐ Surat kabar
☐ Rekomendasi tempat kerja ☐ Lain-lain
☐ Iklan (media cetak)

II. Petunjuk pengisian :

Isilah jawaban sesuai pendapat anda dengan member satu tanda contrenng pada kotak yang tersedia.

Keterangan :

SS = Sangat Setuju
 S = Setuju
 N = Netral
 TS = Tidak Setuju
 STS = Sangat tidak setuju

Pertanyaan Tentang Desain

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Tas RZ Handbag berfungsi untuk kegiatan Formal maupun nonformal.					
2	Tas RZ Handbag memiliki desain yang menarik.					
3	Tas RZ Handbag mempunyai harga yang terjangkau.					
4	Tas RZ Handbag memiliki desain yang bagus sehingga disukai masyarakat.					

Pertanyaan tentang Kualitas Produk

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
5.	Tas RZ Handbag memiliki jahitan yang rapih.					
7.	Tas RZ Handbag merupakan tas yang jangka waktu pemakaian yang lama.					
8.	Tas RZ Handbag memiliki kualitas yang bagus					
9	Tas RZ Handbag memiliki reputasi kuat, berkualitas dan nyaman.					
10	Tas RZ Handbag merupakan perusahaan yang bertanggung jawab terhadap masyarakat.					

Pertanyaan Tentang Kepuasan Pelanggan

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
11.	Saya membutuhkan Tas RZ Handbag untuk melakukan kegiatan Formal maupun non formal					
12.	Sebelum menggunakan Tas RZ Handbag saya mencari informasi dari keluarga, teman, tetangga					
13.	Saya mengetahui mengenai Tas RZ Handbag karena saya pernah menggunakannya					
14.	Saya bangga menggunakan Tas RZ Handbag					
15.	Saya yakin dengan kualitas yang dimiliki Tas RZ Handbag					
16	Saya merasa puas menggunakan Tas RZ Handbag					

Lampiran 2: Data Mentah Jawaban Responden
Desain (X1) Kualitas Produk (Y1) dan Kepuasan Konsumen (Y)

Responden	Desaign				Kualitas Produk					Kepuasan Pelanggan					
	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6
1	4	4	5	2	4	3	4	4	4	5	3	4	4	4	4
2	4	4	5	2	4	4	2	5	4	5	3	4	5	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
4	5	4	5	2	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4
5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	3	4	5	5	5
6	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	2	3	5	5	5
7	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	2	4	5	5	4
8	4	5	4	2	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4
9	4	4	4	2	4	4	4	5	4	4	3	3	5	5	4
10	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	3	4	5	5	5
11	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	5	4
12	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4
13	3	3	5	3	3	3	4	4	3	5	4	3	4	5	4
14	3	3	5	3	3	4	5	5	5	5	4	3	5	5	4
15	4	4	5	4	4	3	5	5	5	5	4	4	5	4	5
16	5	3	5	3	3	5	4	5	5	5	4	3	5	4	5
17	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5
18	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	3	5	5	5	4
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4
22	2	2	4	2	2	2	2	4	2	4	4	2	4	2	4
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	3	5	5	4
26	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5
27	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5
28	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5
29	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4