

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DI CV. MAKMUR
ABADI SENTOSA
MEDAN**

SKRIPSI



STIE EKA PRASETYA

**Ditulis oleh:
KELVIN JORDY
181010067**

**DIAJUKAN SEBAGAI SYARAT DALAM RANGKA
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
STIE EKA PRASETYA
MEDAN
2021**

ABSTRAK

Kelvin Jordy, 181010067, 2021 Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di CV. Makmur Abadi Sentosa Medan, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M. Pembimbing II: Irvan Rolyesh Situmorang, S.E., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di CV. Makmur Abadi Sentosa Medan, mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di CV. Makmur Abadi Sentosa Medan, mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di CV. Makmur Abadi Sentosa Medan. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada pelanggan yang membeli produk di CV. Makmur Abadi Sentosa Medan, data sekunder diperoleh dari data dengan permasalahan yang dibahas. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di CV. Makmur Abadi Sentosa Medan sebanyak 451 orang dengan menggunakan rumus *Slovin*, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 212 orang. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memberikan persamaan **Kepuasan Pelanggan = 8,552 + 0,694 Kualitas Produk + 0,036 Kualitas Pelayanan + e**. variabel kualitas produk (X_1) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, berdasarkan hasil uji secara parsial yaitu $t_{hitung} 18,849 > t_{tabel} 1,971$. Hasil analisis menunjukkan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan berdasarkan hasil hipotesis secara parsial yaitu $t_{hitung} 19,481 > t_{tabel} 1,971$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan mempunyai pengaruh sebesar $F_{hitung} 724,475 > F_{tabel} 3,03$. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai *R square* (R^2) = 0,874 atau 87,4% berarti kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh sebesar 87,4 terhadap kepuasan pelanggan di CV. Makmur Abadi Sentosa Medan. Sedangkan sisanya 12,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, strategi pemasaran.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Kelvin Jordy, 181010067, 2021 *The Effect of Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction at CV. Makmur Abadi Sentosa Medan, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Advisor I: Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M. Advisor II: Irvan Rolyesh Situmorang, S.E., M.Sc.*

This research aims to determine the effect of Product Quality on Customer Satisfaction at CV. Makmur Abadi Sentosa Medan, knowing the effect of Service Quality on Customer Satisfaction at CV. Makmur Abadi Sentosa Medan, knowing the effect of product quality and service quality on customer satisfaction at CV. Makmur Abadi Sentosa Medan. The research methodology used is a quantitative method. Sources of data in the form of primary data and secondary data. Primary data was obtained from the results of distributing questionnaires to customers who bought products at CV. Makmur Abadi Sentosa Medan, secondary data obtained from data with the problems discussed. The population in this study are consumers at CV. Makmur Abadi Sentosa Medan as many as 451 people using the Slovin formula, then the number of samples obtained is 212 people. Data were analyzed using multiple linear regression analysis method. The results of the analysis give the equation $\text{Customer Satisfaction} = 8.552 + 0.694 \text{ Product Quality} + 0.036 \text{ Service Quality} + e$. product quality variable (X_1) has a positive effect on customer satisfaction, based on the partial test results, namely $t_{\text{count}} 18.849 > t_{\text{table}} 1.971$. The results of the analysis show that service quality has a positive influence on customer satisfaction based on the results of the partial hypothesis, namely $t_{\text{count}} 19.481 > t_{\text{table}} 1.971$. The results showed that product quality and service quality had a significant and significant effect on customer satisfaction. Based on the results of hypothesis testing simultaneously has an effect of $F_{\text{count}} 724,475 > F_{\text{table}} 3,03$. The results of this study are supported by the value of R square (R^2) = 0.874 or 87.4%, which means that product quality and service quality simultaneously have an effect of 87.4 on customer satisfaction at CV. Makmur Abadi Sentosa Medan. While the remaining 12.6% is influenced by other variables not examined in this study such as product quality, service quality, marketing strategy.

Keywords : Product Quality, Service Quality and Customer Satisfaction

Judul : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DI CV. ABADI SENTOSA MEDAN

Nama : Kelvin Jordy

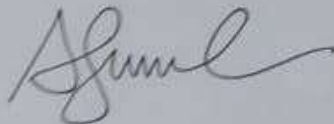
NIM : 181010067

Program Studi : Manajemen Pemasaran

Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

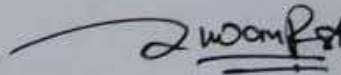
Disetujui Oleh
Tim Pembimbing,

Pembimbing I



Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M.
NIDN : 0115088601

Pembimbing II



Irvan Rolyesh Situmorang, S.E., M.Si.
NIDN : 0115019003

Diterima dan divalidasi oleh Dewan Penguji Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya

Judul : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DI CV. ABADI SENTOSA MEDAN

Nama : Kelvin Jordy

NIM : 181010067

Program Studi : Manajemen

Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Pada Tanggal 09 Juni 2022
Dewan Penguji,

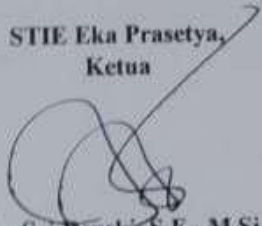
Penguji I : Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN : 0006037202

()

Penguji II : Bambang Sutejo, S.Kom., S.E., M.M.
NIDN : 0104127801

()

STIE Eka Prasetya,
Ketua


Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN : 0006037202

STIE EKA PRASETYA
PROGRAM SARJANA (S-1)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

Saya menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya serahkan kepada dosen pembimbing Tugas Akhir adalah benar-benar hasil pekerjaan saya. Jika saya mengutip dan/atau menggunakan hasil atau pekerjaan orang lain dalam Tugas Akhir saya, maka saya akan mengindikasikan hal itu secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan. Jika saya melanggar pernyataan saya tersebut dan memalsukan data penelitian, maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarisme dan sanksi akademik lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di program sarjana STIE Eka Prasetya Medan.

Nama	Kelvin Jordy
NIM	181010067
Judul Tugas Akhir	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di CV. Makmur Abadi Sentosa Medan.
Pembimbing Tugas Akhir :	
Pembimbing I	Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M.
Pembimbing II	Irvan Rolyesh Situmorang, S.E., M.Si.

Saya menandatangani pernyataan ini dengan sadar dan pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 09 Juni 2022

Kelvin Jordy
181010067

KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu penulis mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI CV. ABADI SENTOSA MEDAN .”** sesuai dengan waktu yang telah dijadwalkan.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan proposal skripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center Bapak Susanto, ST.
2. Ketua STIE Eka Prasetya Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M
4. Wakil Ketua Dua Bidang Keuangan STIE Eka Prasetya Herry Andipoh, B.Comm.
5. Wakil Ketua Tiga Bidang Kemahasiswaan STIE Eka Prasetya Bapak Junaidi Habidin, S.M.
6. Koordinator Program Studi Manajemen Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M.
7. Bapak Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya Skripsi ini.
8. Bapak Irvan Rolyesh Situmorang, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya Skripsi ini.

9. Kepala Bagian Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E.
10. Kepala Bagian Keuangan STIE Eka Prasetya Ibu Elysa, S.M.
11. Seluruh Dosen pengajar dan Staf Pegawai STIE Eka Prasetya Medan.
12. Kedua orang tua saya yang tercinta, saudara-saudari saya serta teman-teman yang telah memberikan dorongan dan bantuan baik moral, materil maupun spiritual.

Penulis menyadari Skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan Skripsi ini sangat diharapkan penulis.

Akhir kata, semoga Skripsi ini bermanfaat bagi pembaca. Terima Kasih.

Medan, 09 Juni 2022
Penulis

Kelvin Jordy
181010067

DAFTAR ISI

JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
SURAT PLAGIARISME	
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Batasan Masalah	5
1.4. Rumusan Masalah	5
1.5. Tujuan Penelitian.....	5
1.6. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU.....	7

2.1. Tinjauan Pustaka.....	7
2.1.1. Kepuasan Pelanggan.....	7
2.1.1.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	7
2.1.1.2. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	8
2.1.1.3. Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan	9
2.1.1.4. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	10
2.1.1.5. Manfaat Kepuasan Pelanggan	11
2.1.2. Kualitas Produk	11
2.1.2.1. Indikator Kualitas Produk	11
2.1.2.2. Tingkatan Produk	13
2.1.3. Kualitas Pelayanan	14
2.1.3.1. Indikator Kualitas Pelayanan	15
2.1.3.2. Tujuan Kualitas Pelayanan.....	16
2.2. Penelitian Terdahulu.....	17
2.3. Kerangka Konseptual	20
2.4. Hipotesis	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	22
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	22
3.1.1. Lokasi Penelitian	22
3.1.2. Waktu Penelitian	22
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	22
3.2.1. Jenis Data.....	22
3.2.2. Sumber Data	22

3.3. Populasi dan Sampel.....	23
3.3.1. Populasi	23
3.3.2. Sampel	23
3.4. Definisi Operasional Variabel Penelitian	24
3.5. Teknik Pengumpulan Data	25
3.6. Teknik Analisis Data	27
3.6.1. Uji Validitas.....	27
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	28
3.7. Uji Asumsi Klasik	28
3.7.1. Uji Normalitas	28
3.7.2. Uji Multikolinearitas	29
3.7.3. Uji Heteroskedastisitas	29
3.8. Analisis Regresi Linier Berganda.....	30
3.9. Pengujian Hipotesis	30
3.9.1. Uji R^2 (Koefisien Determinasi)	31
3.9.2. Uji F (Serempak)	31
3.9.3. Uji T (Secara Parsial)	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1. Hasil Penelitian.....	33
4.1.1. Sejarah Singkat CV. Makmur Abadi Sentosa Medan	33
4.1.2. Struktur Organisasi CV. Makmur Abadi Sentosa Medan	34
4.1.3. Karakteristik Responden	35
4.1.3.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36

4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	36
4.1.4	Uji Validitas dan Reliabilitas	37
4.1.4.1	Uji Validitas	37
4.1.4.2	Uji Reliabilitas.....	40
4.1.5	Uji Asumsi Klasik	41
4.1.5.1	Uji Normalitas	41
4.1.5.2	Uji Multikolonearitas	44
4.1.5.3	Uji Heteroskedastisitas	45
4.1.6	Uji Regresi Linear Sederhana.....	47
4.1.7	Uji Hipotesis.....	48
4.1.7.1	Uji Koefisien Determinasi.....	48
4.1.7.2	Uji F (Uji Secara Serempak)	49
4.1.7.3	Uji T (Uji Secara Parsial)	50
4.2	Pembahasan	51
4.2.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan .	51
4.2.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	52
4.2.3	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	52
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN		
AKADEMIS.....		54
5.1	Kesimpulan	54
5.2	Implikasi Manajerial	55
5.3	Saran Akademis	56

DAFTAR PUSTAKA

KUESIONER

LAMPIRAN

SURAT IZIN PENELITIAN

SURAT BALASAN PENELITIAN

KARTU PESERTA SEMINAR PROPOSAL

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.1	Definisi operasional variabel penelitian	24
Tabel 3.2	Skala Pengukuran	26
Tabel 4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	36
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X₁)	37
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X₂)	38
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	39
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas Variabel X₁, X₂ dan Y.....	41
Tabel 4.7	Hasil Uji <i>Kolmogorov Smirnov</i>	44
Tabel 4.8	Hasil Uji Multikolineraritas	45
Tabel 4.9	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	47
Tabel 4.10	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	48
Tabel 4.11	Hasil Uji F	49
Tabel 4.12	Hasil Uji T.....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pendapatan yang diperoleh dari tahun 2020 -2021	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	20
Gambar 4.1 Struktur Organisasi CV. Makmur Abadi Sentosa Medan ...	34
Gambar 4.2 Grafik Histogram	43
Gambar 4.3 <i>Normal Probability Plot of Regression</i>	43
Gambar 4.4 <i>Scatterplot</i>	46

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Tabulasi *Pre-test* Harga (X_1)
- Lampiran 2 : Tabulasi *Pre-test* Lokasi (X_2)
- Lampiran 3 : Tabulasi *Pre-test* Keputusan Pembelian (Y)
- Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas *Pre-test* Harga (X_1)
- Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas *Pre-test* Lokasi (X_2)
- Lampiran 6 : Hasil Uji Validitas *Pre-test* Keputusan Pembelian (Y)
- Lampiran 7 : Hasil Uji Reliabilitas *Pre-test* Harga (X_1)
- Lampiran 8 : Hasil Uji Reliabilitas *Pre-test* Lokasi (X_2)
- Lampiran 9 : Hasil Uji Reliabilitas *Pre-test* Keputusan Pembelian (Y)
- Lampiran 10 : Tabulasi *Real Test* Harga (X_1)
- Lampiran 11 : Tabulasi *Real Test* Lokasi (X_2)
- Lampiran 12 : Tabulasi *Real Test* Keputusan Pembelian (Y)
- Lampiran 13 : Hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas Histogram
- Lampiran 14 : Hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas *P-Plot Of Regression*
- Lampiran 15 : Hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas Uji Kolmogorov-Smirnov
- Lampiran 16 : Hasil Uji Multikolinearitas
- Lampiran 17 : Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 18 : Hasil Uji Regresi Linear Berganda
- Lampiran 19 : Hasil Uji Hipotesis Uji T (Parsial)
- Lampiran 20 : Hasil Uji Hipotesis Uji F (Simultan)
- Lampiran 21 : Hasil Uji Hipotesis Uji Koefisien Determinasi (R^2)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Tingkat persaingan di Indonesia sangat ketat, karena setiap perusahaan senantiasa berusaha untuk dapat meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru. Perusahaan harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan memenangi persaingan, sehingga tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai. Pemasaran adalah suatu kegiatan menyeluruh, terpadu dan terencana, yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau institusi dalam melakukan usaha agar mampu mengakomodir permintaan pasar dengan cara menciptakan produk bernilai jual, menentukan harga, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan saling bertukar tawaran yang bernilai bagi konsumen, klien, mitra, dan masyarakat umum, (Meithiana Indasari, 2019:2)

Semakin berkembangnya teknologi dan informasi yang terjadi juga membuat para konsumen semakin cerdas, sadar harga, dan banyak menuntut. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan bagian dari pengalaman pelanggan terhadap suatu produk ataupun jasa yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman yang dirasakannya, pelanggan tersebut akan membangun nilai-nilai tertentu. Nilai tersebut akan memberikan dampak bagi pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap pesaing dari produk ataupun jasa yang pernah dirasakannya. Nilai tersebut juga berupa kualitas yang diberikan.

Kualitas produk adalah faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan barang

diproduksi (Miguna & nurhafifah, 2020:6).

Konsumen sebagai individu dalam menetapkan atau membeli barang telah melalui proses-proses atau tahapan-tahapan terlebih dahulu seperti mendapat informasi baik melalui iklan atau referensi dari orang lain kemudian membandingkan produk satu dengan produk lain melalui harga, kualitas, dan lainlain, sampai akhirnya pada keputusan membeli produk itu

Kepuasan pelanggan dinyatakan sebagai “perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul dikarenakan setelah menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan” (Indrasari, 2019:81). Konsumen akan cenderung membeli produk yang memiliki kualitas produk yang baik, mengunjungi rumah makan yang melayani konsumen dengan sopan dan ramah serta menyediakan lokasi yang nyaman dan strategis, dan menawarkan harga yang terjangkau namun tidak mengurangi kualitas dari produk tersebut.

Pelanggan merupakan aset perusahaan yang memiliki peranan penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka. Oleh sebab itu, setiap perusahaan harus benarbenar memahami sejumlah faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu “kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya” (Indrasari, 2019:87).

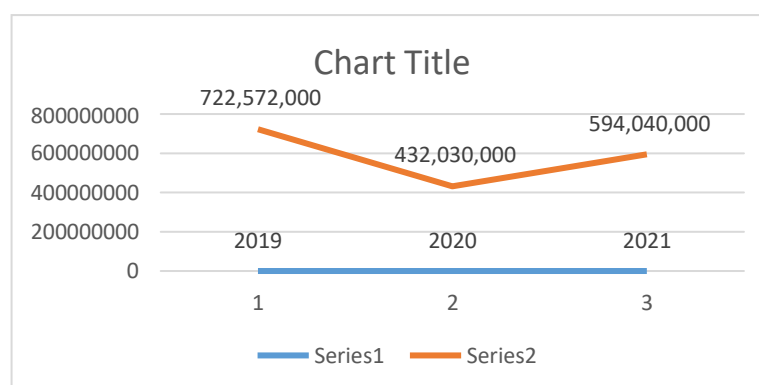
Salah satu faktor pendorong terjadinya kepuasan pelanggan adalah kualitas produk dan juga kualitas pelayanan yang terjangkau dan bersaing. Kualitas produk

ataupun kualitas pelayanan merupakan variabel penting dalam pemasaran.

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen dapat diketahui bahwa, pelanggan yang membeli produk keramik di CV. Makmur Abadi Sentosa Medan terlihat menurun. Dikarenakan kualitas pelayanan yang diberikan kurang memuaskan yang ditandai dengan sering terjadinya keterlambatan pengantaran barang pemesanan, serta kualitas produk yang diberikan kurang sesuai dengan keinginan konsumen.

Dalam kaitannya dengan uraian diatas maka salah satu langkah strategis yang dilakukan oleh perusahaan adalah memberikan atau meningkatkan kualitas pelayanan menjadi yang lebih baik, dan juga menawarkan produk dengan kualitas yang lebih memuaskan konsumen,, sehingga konsumen akan melakukan pembelian selanjutnya di CV. Makmur Abadi Sentosa Medan.

Berdasarkan informasi yang didapat dari peneliti, perusahaan mengalami penurunan pendapatan dari bulan Januari sampai bulan Agustus tahun 2021. Berikut adalah data penjualan perusahaan yang mengalami penurunan :



Gambar 1.1
Pendapatan yang diperoleh dari bulan Agustus 2020 – Juli 2021
Sumber Data : CV. Makmur Abadi Sentosa Medan

Dari tabel 1.1 diatas, diketahui bahwa penjualan produk mengalami penurunan pada tahun 2020 dan mulai meningkat kembali di tahun 2021. Usaha pemasaran yang dilakukan CV. Makmur Abadi Sentosa Medan juga belum berdasarkan analisis pasar yang tepat.

Berdasarkan dari uraian yang telah ada, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI CV. MAKMUR ABADI SENTOSA MEDAN.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, kepuasan pelanggan :

1. Penurunan kepuasan pelanggan disebabkan oleh konsumen kurang tertarik dengan kualitas produk yang ditawarkan, dikarenakan perusahaan tidak begitu memperhatikan produk yang diinginkan oleh konsumen.
2. Penurunan kepuasan pelanggan disebabkan oleh *service quality* dimana perusahaan mengirim pesanan barang pelanggan tidak tepat waktu atau telat. dikarenakan perusahaan tidak melakukan pengecekan sehingga konsumen harus menunggu pesanan barang lewat dari waktu yang sudah ditentukan.
3. Kepuasan pelanggan yang belum dilakukan secara maksimal, sehingga pelanggan belum merasa puas atas apa yang didapatkan dari CV. Makmur Abadi Sentosa Medan.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian lebih fokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud, penulis membatasinya dengan ruang lingkup penelitian meliputi Kualitas Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) dan variabel terikatnya Kepuasan Pelanggan (Y). Penelitian ini akan dilakukan pada konsumen CV. Makmur Abadi Sentosa Medan yang melakukan pembelian ulang dalam sebulan sekali dengan pembelian produk minimal seharga Rp 35.000.000,-

1.4 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka yang menjadi pokok permasalahan yang akan diungkapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. Makmur Abadi Sentosa Medan?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. Makmur Abadi Sentosa Medan?
3. Apakah Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. Makmur Abadi Sentosa Medan?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. Makmur Abadi Sentosa Medan

2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. Makmur Abadi Sentosa Medan
3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. Makmur Abadi Sentosa Medan

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi pihak perusahaan

Sebagai penambah pengetahuan dan wawasan peneliti tentang Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

2. Bagi akademis

Sebagai referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya mengenai Kepuasan Pelanggan dan sebagai bahan acuan bagi peneliti selanjutnya yang berminat untuk meneliti mengenai Kepuasan Pelanggan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya dimasa yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1. Kepuasan Pelanggan

2.1.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kata kepuasan “*satisfaction*” berasal dari bahasa Latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. *Oxford Advanced Learner’s Dictionary* (2000) mendeskripsikan kepuasan sebagai “*The good feeling that you have when you achieved something or when something that you wanted to happen does happen*” ; “*The act of fulfilling a need or desire*” ; dan “*An acceptable way of dealing with a complaint, a debt, an injury, etc.*” Deskripsi kepuasan tersebut dapat diartikan sebagai “suatu perasaan nyaman yang dirasakan ketika anda mendapatkan sesuatu atau ketika sesuatu yang diharapkan dapat terpenuhi” ; “tindakan terpenuhinya kebutuhan dan keinginan” ; “penerimaan kesepakatan dengan keluhan, kekurangan, kecelakaan, dsb.” Pada dasarnya tujuan sebuah bisnis adalah menciptakan para pelanggan yang puas (Tjiptono & Chandra, 2019:261)

Kepuasan pelanggan diartikan sebagai “tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dia rasakan dengan harapannya” (Indrasari, 2019:82). Setiap transaksi atau pengalaman baru akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, kepuasan pelanggan mempunyai dimensi waktu karena hasil akumulasi. Karena itu, siapa pun yang

terlibat dalam urusan kepuasan pelanggan, ia telah melibatkan diri dalam urusan jangka panjang. Upaya memuaskan pelanggan adalah pengalaman panjang yang tidak mengenal batas akhir. Kepuasan Pelanggan adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi suatu atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu diantaranya. (Indrasari, Meithiana, 2019:41).

Kepuasan pelanggan ialah evaluasi dari pilihan yang setidaknya melebihi harapan pelanggan. Dengan situasi perusahaan menyediakan produk yang dirancang untuk memenuhi harapan pelanggan (Sakti dan Mahfudz, 2018: 3). Kepuasan pelanggan merupakan perasaan bahwa perbandingan kinerja produk atau hasil dari diharapkan mengakibatkan seseorang merasa puas atau kecewa. Kepuasan adalah tingkat persepsi di mana orang menyatakan kinerja produk atau layanan yang diterima dibandingkan dengan hasil yang diharapkan (Hafizha, 2019: 2).

Hal yang harus dilakukan oleh perusahaan agar berhasil menghadapi pesaing yaitu berusaha menciptakan dan mempertahankan pelanggan sehingga dapat mencapai tujuan. Agar tujuan perusahaan dapat tercapai, perusahaan harus mampu menghasilkan barang dan jasa sesuai dengan keinginan konsumen serta harga yang sesuai, maka setiap perusahaan seharusnya bisa memahami perilaku konsumen sasaran.

2.1.1.2 Indikator Kepuasan Pelanggan

Karena ada begitu banyak pelanggan yang menggunakan produk dan setiap pelanggan menggunakannya secara berbeda, sikap berbeda, dan berbicara secara

berbeda. Pada umumnya program kepuasan memiliki beberapa indikator-indikator (Indrasari, 2019:92), yakni:

- a. Kesesuaian harapan, yang berarti apa yang dirasakan pelanggan sama dengan yang ia harapkan;
- b. Minat berkunjung kembali, yang berarti pelanggan berniat melakukan transaksi ulang setelah merasakan apa yang ia peroleh;
- c. Kesiediaan merekomendasikan, yaitu pelanggan akan merekomendasikan orang lain untuk membeli produk yang ia rasakan.

2.1.1.3 Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan adalah kebutuhan konsumen, harapan-harapan yang terselubung, pelanggan khusus, sentuhan emosional, dan zona toleransi yang didasarkan pada informasi dari beberapa sumber diantaranya:

1. Dari mulut ke mulut (*word of mouth*) Pengaruh ini timbul dari segala sesuatu yang didengar oleh konsumen dari konsumen lainnya. Hal ini merupakan faktor potensial karena konsumen biasanya cenderung mempercayai konsumen lain yang pernah mencoba produk atau jasa yang diberikan perusahaan atau instansi.
2. Kebutuhan Pribadi (*Personal needs*) Faktor ini bergantung pada kebutuhan pribadi masing-masing, konsumen biasanya tidak sama antar konsumen, sehingga harapan yang diperlukan oleh konsumen jadi tidak sama
3. Pengalaman masa lalu (*Past experience*) Keadaan yang diharapkan tidak terlepas dari pengalaman masa lalu dari masing-masing konsumen, karena

semakin tinggi pengalamannya maka akan sangat berpengaruh terhadap harapannya dalam mempengaruhi kebutuhan.

4. Komunikasi eksternal (*external communication*) Komunikasi eksternal seperti adanya promosi, penyuluhan yang mereka terima akan mempengaruhi harapan dari konsumen. (Wijayanti,2017:189)

2.1.1.4 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Ada beberapa metode kepuasan pelanggan yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran kepuasan pelanggan yaitu :(Tjiptono & Chandra, 2016,219)

1. Sistem Keluhan dan Saran.

Perusahaan yang berpusat pelanggan memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk dapat menyampaikan saran dan pendapat atau keluhan mereka. Informasi seperti ini dapat memberikan ide-ide atau masukan untuk perusahaan dalam menyelesaikan masalah, seperti mengatasi masalah-masalah yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan.

2. Analisis Konsumen yang Hilang (*Lost Customer Analysis*) Perusahaan akan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli agar dapat memahami alasan dan mengapa hal tersebut terjadi. Pemantauan customer loss rate juga penting karena akan menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya

3. Berbelanja Terselubung (*Ghost Shopping*) Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan sebagai pelanggan atau pembeli, kemudian

memberikan laporan mengenai kekuatan dan kelemahan pelayanan perusahaan dan pesaing dalam pembelian produk-produk tersebut.

4. Survei Kepuasan Pelanggan

Biasanya penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan secara survey, baik melalui telepon ataupun wawancara langsung, perusahaan akan mendapatkan feedback atau umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan sangat memperhatikan para pelanggannya.

2.1.1.5 Manfaat Kepuasan Pelanggan

Ada beberapa manfaat kepuasan pelanggan diantaranya: (Sudaryana, 2020: 449)

1. Perusahaan memiliki hubungan yang harmonis dengan pelanggannya.
2. Memberikan landasan yang baik untuk digunakan kembali.
3. Bisa memotivasi loyalitas pelanggan.
4. Bentuk saran dari mulut untuk meningkatkan rekomendasi reputasi perusahaan di antara pelanggan.

2.1.2 Kualitas Produk

Kualitas produk adalah faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan barang diproduksi. (Miguna & nurhafifah, 2020:6)

Kualitas Produk merupakan suatu kondisi dimana sebuah barang bernilai sesuai dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Semakin sesuai standar yang ditetapkan, maka semakin berkualitas nilai barang tersebut. (Musfar, Tengku Firli, 2020:44).

Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk memenuhi fungsi – fungsinya. Kualitas produk meliputi daya tahan, kemampuan, kemudahan dan atribut lain yang memiliki nilai dari suatu produk. (Nel Arianty, 2016:28).

Produk adalah salah satu sarana positioning utama pemasar. Kualitas memiliki dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Produk yang berkualitas akan dicari oleh konsumen karena mereka menginginkan kepuasan dalam menggunakan produk tersebut, bahkan konsumen tidak segan untuk mengeluarkan biaya lebih banyak agar memenuhi kepuasannya. (Miguna & nurhafifah, 2020:2)

2.1.2.1 Indikator Kualitas Produk

Terdapat 8 Indikator dalam Kualitas Produk, yaitu :

1. Kinerja Yaitu karakteristik operasi dan produk inti yang dibeli. Berhubungan dengan hasil dari manfaat produk
2. Fitur Yaitu karakteristik atau manfaat pelengkap yang biasanya menambah kemudahan pengoperasian. Kalau manfaat utama sudah standar, fitur seringkali ditambahkan. Idenya, fitur bisa meningkatkan kualitas produk kalau pesaing tidak memiliki.

3. Keandalan Yaitu seberapa besar kemungkinan akan mengalami kerusakan atau gagal.
4. Kemampuan diperbaiki Meliputi kecepatan, kenyamanan, kemudahan reparasi, pelayanan, serta penanganan keluhan yang memuaskan.
5. Kesesuaian Yaitu seberapa jauh karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang berlaku serta rancangan produk.
6. Keawetan Yaitu seberapa lama produk bertahan dan terus digunakan. Biasanya diukur dengan umur teknis maupun umur ekonomis penggunaan produk.
7. Estetika Yaitu daya tarik produk terhadap panca indra (rasa, aroma, suara, keindahan, dan lain-lain)
8. Kualitas yang dipersepsikan Berkaitan dengan citra yang dimiliki perusahaan. Biasanya tidak hanya merek, juga dari reputasi perusahaan, bahkan negara pembuatnya. (Miguna & nurhafifah, 2020:8).

2.1.2.2 Tingkatan Produk

Lima tingkatan produk dapat dijabarkan (Alma,2016:141) sebagai berikut :

1. Manfaat inti (*Core Benefit*) adalah layanan dasar atau manfaat yang sesungguhnya dari produk yang dibeli oleh pelanggan.
2. Produk dasar (*Basic Product*) adalah bentuk dasar dari suatu produk yang dapat dirasakan oleh panca indra.
3. Produk yang diharapkan (*Expected Product*) adalah beberapa atribut dan kondisi yang biasanya diharapkan pembeli ketika membeli suatu produk.

4. Produk tingkat (*Augmented Product*) adalah sesuatu yang membedakan antara produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan dengan produk yang ditawarkan oleh pesaingnya.
5. Potensi produk (*Potential Product*) adalah semua argumentasi dan perubahan bentuk yang dialami oleh suatu produk di masa datang.

2.1.3 Kualitas Pelayanan

Kualitas diartikan sebagai “kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen” (Indrasari, 2019:54).

Definisi pelayanan diartikan sebagai “setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi” (Indrasari, 2019:57) .

Sehingga dapatlah pengertian kualitas pelayanan adalah “ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan” (Tjiptono & Chandra, 2016:59).

Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas jasa. Sebagai pihak yang membeli dan mengkonsumsi jasa, pelanggan yang menilai tingkat kualitas jasa sebuah perusahaan. (Tjiptono & Chandra, 2016 :59).

Kualitas berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. “Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kepuasan pelanggan, di mana perusahaan Kualitas berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. “Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kepuasan pelanggan, di mana perusahaan.

Adapun pengertian lain dari pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Ada istilah pembeli adalah raja, yang berarti pembeli atau konsumen harus dilayani sama seperti raja. (Kotler & Keller, 2016:214)

2.1.3.1 Indikator Kualitas Pelayanan

Terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya (Tjiptono & Chandra, 2016:284), yaitu sebagai berikut:

1. Reliabilitas (*reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

2. Daya tanggap (*responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
3. Jaminan (*assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
4. Empati (*empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
5. Bukti fisik (*tangibles*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

2.1.3.2 Tujuan Kualitas Pelayanan

Dalam memberikan sebuah pelayanan kepada konsumen, tentu sebuah perusahaan mempunyai tujuan dari pemberian pelayanan tersebut. Tujuan pelayanan yang berkualitas adalah agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan serta memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Produk jasa yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan. Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka

kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Bila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha tersebut. (Indrasari, 2019:62).

2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut ini merupakan terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
01.	Lilik Trianah, Diah Pranitasari, Siti Zahrani Marichs. (2017) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Research Gate “Discover The World’s Research “ 2017, Jurnal STEI Ekonomi 26(01):105-122.	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Pelanggan D’Besto Mangun Jaya 2 Tambun Selatan)	X_1 = Kualitas Produk X_2 = Kualitas Pelayanan Y_1 = Keputusan Pembelian Y_2 = Loyalitas Pelanggan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan tetapi tidak signifikan. Variabel kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan tetapi tidak signifikan. Secara gabungan variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Variabel kualitas

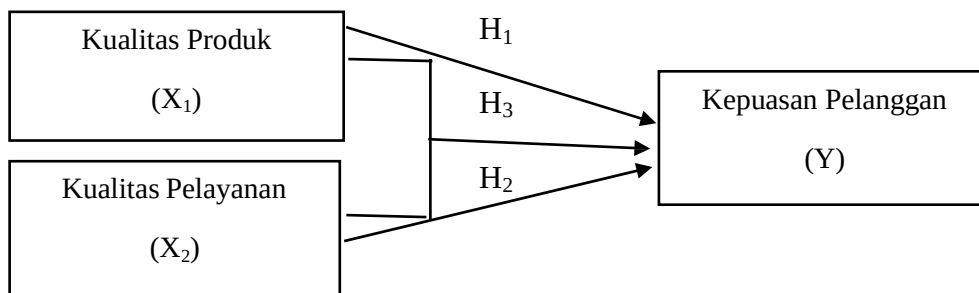
No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
				produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan
02.	Noviyanti (2018) Universitas Pamulang Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma, Vol.1, No.2, Februari 2018	Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV Usaha Mandiri Jakarta Selatan	X_1 = Kualitas Produk X_2 = Kualitas Pelayanan Y = Kepuasan Pelanggan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh sebesar 28,2% terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 25,1% sedang pengaruh secara simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 28,7%
03	Hanny (2018) Universitas Pamulang Jurnal Pemasaran Kompetitif, Vol 2, No 1 (2018)	Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Matahari DepartmentStore Cileungsi	X_1 = Kualitas Produk X_2 = Kualitas Pelayanan Y = Kepuasan Pelanggan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan secara partial dengan nilai regresi sebesar 0,251 dan t hitung sebesar 2,391 > t tabel 1,986 dengan signifikansi 0,019 < 0,05. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara partial dengan nilai regresi sebesar 0,386 dan t hitung sebesar 4,568 > t tabel 1,986 dengan signifikansi 0,000 < 0,05. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dengan nilai F hitung sebesar 26,776 > F tabel 3,09 dengan signifikansi 0,000 < 0,05.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
04	Mahmud (2021) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Anindyaguna Semarang Jurnal Ekonomi dan Bisnis STIE Anindyaguna , Vol 3, No 1, pp 159- 167, April 2021	Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Transmart Setiabudi Semarang	X_1 = Harga X_2 = Kualitas Produk X_3 = Kualitas Pelayanan Y = Kepuasan Pelanggan	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Transmart Setiabudi Semarang. Data diperoleh dari 100 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling. Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
05	Saputra (2020) STIE EKUITAS STIE Ekuitas School Of Business, 2020-07-30, Saputra, Anthon	Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Eigerindo Multi Product Industri Bandung	X_1 = Kualitas Produk X_2 = Kualitas Pelayanan Y = Kepuasan Pelanggan	Hasil penelitian diperoleh bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan. Dimana, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Eigerindo Multi Product Industry. Dimana koefisien determinasi sebesar 0.669 menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh simultan sebesar 66.9% terhadap Kepuasan Pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 33.1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati di dalam penelitian ini.

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai hal yang penting jadi dengan demikian maka kerangka berpikir adalah sebuah pemahaman yang melandasi pemahaman-pemahaman yang lainnya, sebuah pemahaman yang paling mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran atau suatu bentuk proses dari keseluruhan dari penelitian yang akan dilakukan.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat digambarkan sebuah kerangka pemikiran seperti pada gambar 2.1



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan (Sugiyono,2017:159). Berdasarkan uraian latar belakang masalah, penelitian terdahulu, dan landasan teori, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut :

H₁ : Terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di CV.

Makmur Abadi Sentosa Medan.

H₂ : Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di CV.

Makmur Abadi Sentosa Medan.

H₃ : Terdapat pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap

Kepuasan Pelanggan di CV. Makmur Abadi Sentosa Medan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis skripsi dilaksanakan di CV. Makmur Abadi Sentosa Medan yang beralamat di Jl. Krakatau Ujung No.9, Pulo Brayan Darat II, Kec. Medan Deli, Kota Medan, Sumatera Utara 20241

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian yang dilakukan oleh penulis terhitung dari bulan Agustus 2021 sampai dengan Desember 2021

3.2 Jenis Dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Jenis Penelitian ini menggunakan /pendekatan kuantitatif, yaitu jenis penelitian yang pengumpulan datanya menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis (Sugiyono,2019:7)

3.2.2 Sumber Data

Sumber data terbagi dua yaitu : (Sugiyono,2019:137)

1. Data Primer

Adalah sumber data yang secara langsung memberikan data kepada pengumpul data. Semua data ini merupakan data mentah yang kelak akan diproses untuk

tujuan tertentu sesuai kebutuhan. Data primer diperoleh dengan memberikan kuesioner dan wawancara kepada konsumen CV. Makmur Abadi Sentosa Medan.

2. Data Sekunder

Adalah sumber data yang tidak memberikan informasi secara langsung kepada pengumpul data. Sumber data sekunder ini dapat berupa hasil pengolahan lebih lanjut dari data primer yang diajukan dalam bentuk lain atau dari orang lain.

3.3 Populasi Dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019 :80). Berdasarkan pendapat diatas tersebut yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen CV. Makmur Abadi Sentosa Medan tahun 2021 sebanyak 451 orang

3.3 2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2019:81). Maka teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling* yaitu pengambilan sampel dengan cara *random* atau acak sederhana, setiap responden memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai responden. Adapun cara dalam mendapatkan data adalah dengan membagi kuisisioner kepada konsumen CV. Makmur Abadi Sentosa Medan.

Sampel ditentukan dengan menggunakan rumus *slovin* dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Dimana :

n = Jumlah Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Taraf Kesalahan (5%)

$$n = \frac{451}{1+451(5\%)^2}$$

$$n = 211.9859 = 212 \text{ responden}$$

Maka jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 212 orang.

3.4 Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel penelitian adalah :

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Variabel	Indikator Variabel	Skala
Kualitas Produk (X_1)	Kualitas produk adalah faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan barang diproduksi. (Miguna & nurhafifah, 2020:6)	1. Kinerja 2. Fitur 3. Keandalan 4. Kemampuan 5. Kesesuaian 6. Estetika 7. Kualitas yang dipersepsikan Berkaitan dengan citra yang dimiliki perusahaan.	<i>Skala Likert</i>
Kualitas Pelayanan (X_2)	Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggansertaketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas jasa. Sebagai pihak yang membeli dan	1. Reliabilitas (<i>reliability</i>), 2. Daya tanggap (<i>responsiveness</i>), 3. Jaminan (<i>assurance</i>), 4. Empati (<i>empathy</i>), 5. Bukti fisik (<i>tangibles</i>).	<i>Skala Likert</i>

	mengonsumsi jasa, pelanggan yang menilai tingkat kualitas jasa sebuah perusahaan. (Tjiptono & Chandra, 2016:284).		
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan diartikan sebagai “tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dia rasakan dengan harapannya” (Indrasari, 2019:82)	1. mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikannya 2. kurang memperhatikan merek dan iklan produk asing, 3. membeli produk lain dari perusahaan yang sama 4. menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan	<i>Skala Likert</i>

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi:

1 Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah salah satu cara untuk mendapatkan data dengan jalan mengadakan tanya jawab secara langsung kepada orang-orang yang berhubungan atau mengetahui objek penelitian. Dalam penelitian ini penulis melakukan komunikasi wawancara secara langsung dengan staff dan atasan yang ada pada perusahaan CV. Makmur Abadi Sentosa Medan

2 Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian kepustakaan (*Library Research*), yaitu yang dilakukan dengan membaca buku-buku dan majalah yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, skripsi maupun thesis sebagai acuan penelitian terdahulu, dan dengan cara *browsing* di internet untuk mencari artikel-artikel serta jurnal-jurnal atau data-data yang dapat membantu dari hasil penelitian.

3 Studi Lapangan (*Field Research*)

Penelitian Lapangan (*Field Research*), yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara langsung ke perusahaan, untuk mendapatkan data primer melalui penyebaran kuesioner yang dibagikan kepada pelanggan mengenai pengaruh komunikasi pemasaran dan perilaku pelanggan terhadap keputusan pembelian. Responden diminta menanggapi pertanyaan yang diberikan dengan cara menjawab daftar pertanyaan tentang seberapa besar penilaian mereka atas pengaruh komunikasi pemasaran perilaku pelanggan terhadap keputusan pembelian. Jenis kuesioner yang akan digunakan adalah kuesioner tertutup dimana responden diminta untuk menjawab pertanyaan dengan memilih jawaban yang telah disediakan dengan skala *Likert* yang berisi lima tingkatan pilihan jawaban mengenai kesetujuan responden terhadap pernyataan yang dikemukakan. (Sugiyono,2019:142).

Skala *Likert* adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Bentuk jawaban skala likert terdiri dari sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, sangat tidak setuju. Maka responden akan memberikan jawaban dengan tanda (√) pada kolom yang telah disediakan yang mewakili angka penilaian disetiap item yang terdapat dalam kuesioner. Dalam pengukuran aspek pengaruh komunikasi pemasaran dan perilaku pelanggan dan keputusan pembelian. Skala Tingkat (*Likert*) dengan keterangan sebagai berikut: (Sugiyono,2019:93)

Tabel 3.2
Skala Pengukuran

No	Kriteria	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-ragu (RG)	3

4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Skala Likert Sugiyono(2019:94)

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas

Validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (*a valid measure if it successfully measure the phenomenon*). Suatu instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Untuk mengetahui suatu instrumen pengukuran valid maka diperlukan uji coba (*pre-test*) (Sugiyono,2018:90).

Untuk mengetahui validnya maka penulis menyebarkan instrumen yang akan diajukan kepada responden yang bukan responden sesungguhnya. Penulis dapat menentukan validitasnya berdasarkan formula tertentu.

Dalam penelitian ini, Pelanggan CV. Makmur Abadi Sentosa Medan yang akan menjadi sampel pre-test dengan metode pengambilan sampel dengan menggunakan Insidental Sampling dimana syarat yang penulis ajukan adalah pelanggan yang kebetulan ditemui di tempat tersebut. Hasilnya adalah penulis mendapatkan minimum 30 pelanggan sebagai sampel.

Suatu instrumen penelitian dikatakan valid (Siregar,2017:77) bila :

1. Koefisien korelasi product moment melebihi 0,3.
2. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total dinyatakan valid.

3. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka instrumen atau item-item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total maka dinyatakan tidak valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan dalam penelitian menunjukkan tingkat ketepatan, akurat dan konsisten, Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan kuesioner yang dinyatakan valid (Sugiyono, 2018). Dikatakan reliable jika nilai *Cronbach alpha* lebih besar dari 0,60 dan dikatakan tidak reliable jika nilai *Cronbach alpha* lebih kecil dari 0,60. Untuk pengujian realibilitas adalah metode *Cronbach alpha*. (Sugiyono, 2018:98)

Kriteria pengujiannya :

1. Jika nilai Cronbach's Alpha $> r \text{ table}$, maka instrument reliabel
2. Jika nilai Cronbach's Alpha $< r \text{ table}$, maka instrument tidak reliabel

3.7 Uji Asumsi Klasik

Dalam alam menganalisis data yang harus dipenuhi adalah data harus berdistribusi normal. Bila data berdistribusi normal, maka dapat digunakan uji statistik berjenis parametrik. Sedangkan bila data tidak berdistribusi normal, maka digunakan uji statistik nonparametrik. Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji statistik dengan *Kolmogorov-Smirnov* (Ghozali, 2018:161)

3.7.1 Uji Normalitas

Uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik. *Kolmogorov-Smirnov (K-S)*.

Dalam uji ini, pedoman yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah:

1. Jika nilai signifikansi $>$ dari 0,05 maka distribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi $<$ dari 0,05 maka distribusi tidak normal.

Hipotesis yang digunakan dalam uji ini adalah:

H_0 : Data residual berdistribusi normal

H_1 : Data residual tidak berdistribusi normal.

3.7.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*)". Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independent. Jika variabel independent saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independent yang nilai korelasi antar sesama variabel independent sama dengan nol. Data yang baik yaitu data yang tidak terdapat gejala multikolinearitas, dimana nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) harus < 10 (Ghozali, 2018:107).

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan

lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Suatu data yang baik yaitu data tidak terdapat heteroskedastisitas, dimana titik-titik pada Grafik Plot diantara nilai prediksi variabel terikat (dependent) yaitu *ZPRED* dengan residualnya *SRESID* melebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. (Ghozali,2018:137).

3.8 Analisis Regresi Linier Berganda

Model analisis data dalam penelitian ini merupakan analisis regresi linier berganda (*multiple regression*). Sujarweni (2018:149), Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Kepuasan pelanggan (*dependent variabel*)
- X1 = Kepercayaan (*independent variabel*)
- X2 = Strategi pemasaran (*independent variabel*)
- a = Konstanta
- b1 = Koefisien untuk variabel kepercayaan
- b2 = Koefisien untuk variabel strategi pemasaran
- e = persentase kesalahan (5%)

3.9 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan terhadap suatu pernyataan dengan menggunakan metode statistic sehingga hasil pengujian tersebut dapat dinyatakan signifikan secara statistic. Tujuan dilakukannya pengujian hipotesis terhadap penerapan metode regresi linear berganda adalah untuk mengetahui sejauh mana

pengaruh secara simultan dan parsial antara kelompok data A dan B(Variabel bebas X_1 dan X_2) terhadap data C (variabel tidak bebas Y) (Siregar,2017:408).

4.9.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2): Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Semakin besar nilai koefisien determinasi (mendekati satu) , maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X_1 dan X_2) adalah besar terhadap variabel terikat (Y).

3.9.2. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (uji F) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama – sama (simultan) memengaruhi variabel dependen. Pengujian dilakukan pada tingkat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan $\alpha = 0,05$ (5%) (Siregar, 2017:408), dengan kriteria :

- a. Jika $F_{hitung} \leq F_{table}$ maka H_0 diterima, H_1 ditolak, artinya secara simultan penelitian ini tidak dipengaruhi.
- b. Jika $F_{hitung} \geq F_{table}$ maka H_0 ditolak, H_1 diterima, artinya secara simultan penelitian ini dipengaruhi.

3.9.3. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (Uji t) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing - masing variabel independent terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan pada tingkat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan $\alpha = 0,05$ (5%), (Siregar, 2017:410) dengan kriteria :

Jika $t_{hitung} \leq t_{table}$ maka H_0 diterima, H_1 ditolak, artinya secara simultan penelitian ini tidak dipengaruhi.

Jika $F_{hitung} \geq F_{table}$ maka H_0 ditolak, H_1 diterima, artinya secara simultan penelitian ini dipengaruhi.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat CV. Makmur Abadi Sentosa Medan

CV. Makmur Abadi Sentosa Medan merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang penjualan keramik. Toko ini didirikan bisa dikatakan sudah cukup lama dan beralamat di Jl. Krakatau Ujung No. 9 Pulo Brayan Darat II, Kec. Medan Deli, Kota Medan, Sumatera Utara 20241

CV. Makmur Abadi Sentosa Medan boleh dikatakan sebagai salah satu dari beberapa distributor keramik di kota medan dimana terdapat berbagai varian keramik yang dijual disini mulai dari keramik dengan kualitas yang biasa sampai kualitas premium, Dalam kegiatannya CV. Makmur Abadi Sentosa Medan ditopang oleh 1 gudang besar didaerah komplek di Krakatau yang diharapkan agar minimal dapat membantu menyediakan produk keramik bagi konsumen-konsumen diCv. Makmur Sentosa Medan.

Adapun Visi dan Misi Cv Makmur Sentosa Medan Adalah sebagai berikut,

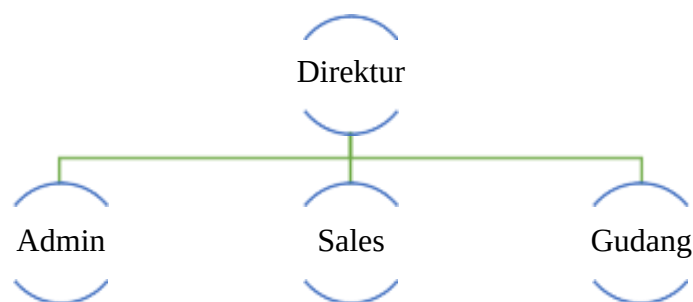
Visi: “Menjadi grup usaha global yang sehat dan terpandang dalam industri dan distribusi bahan bangunan dalam hal ini keramik”.

Misi:

- a. SDM yang inovatif, loyal, sinergi dan harmoni.
- b. Rencana kerja yang efektif dan didukung oleh komitmen penuh dari seluruh manajemen untuk melaksanakannya.

4.1.2 Struktur Organisasi CV. Makmur Abadi Sentosa Medan

Adapun struktur organisasi CV. Makmur Abadi Sentosa Medan yang merupakan suatu kerangka serta susunan dalam perwujudan pola tetap yang berhubungan disetiap dan antar bagian, fungsi, wewenang serta tanggung jawab yang berbeda dalam organisasi. Adanya struktur organisasi ini merupakan salah satu harapan agar setiap karyawan dapat dengan jelas mengetahui tugas serta kewajiban yang harus dilaksanakan dan dapat mempertanggung jawabkan pada atasan agar atasan dapat mendelegasikan wewenang kepada bawahannya, yang berdampak pada setiap aktivitas perusahaan agar dapat terkoordinasi serta berjalan dengan baik. Berikut ini adalah gambaran dari struktur organisasi di CV. Makmur Abadi Sentosa Medan.



Gambar 4.1 Struktur Organisasi CV. Makmur Abadi Sentosa Medan

Sumber : CV. Makmur Abadi Sentosa Medan 2022

Adapun pembagian kerja berdasarkan struktur organisasi tersebut adalah sebagai berikut :

1. Direktur :
 - Merumuskan Visi dan misi perusahaan
 - Membuat laporan laporan perusahaan

- Melakukan audit terhadap laporan perusahaan
- Menghitung masuk keluarnya uang perusahaan
- Membuat promosi sales kedepan

2. Admin :

- Merumuskan Visi dan misi perusahaan
- Membuat laporan perusahaan.
- Melakukan audit terhadap laporan perusahaan.
- Menghitung masuk keluarnya uang.
- Membuat promosi sales kedepan

3. Sales :

- Menjual produk perusahaan.
- Melakukan penagihan kepada konsumen.
- Memberitahukan kepada konsumen seputar promo yang sedang berlak

4. Kepala Gudang :

- Mengecek masuk keluarnya barang.
- Mengecek ketersediaan barang.
- Mengantar barang yang diorder konsumen.

4.1.3 Karakteristik Responden

Deskripsi responden merupakan deskripsi tentang unit analisis/observasi yang diteliti yang mencakup karakteristik atau profil responden yang diperoleh dari hasil pengolahan data dari kuesioner, misalnya jenis kelamin dan usia. Jumlah sampel yang digunakan sebagai responden adalah sebanyak 212 responden dari populasi masyarakat kota Medan.

4.1.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin seperti Tabel 4.1.

Tabel 4.1
Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-Laki	121 org	57.8
2	Perempuan	91 org	42,92
Jumlah		212 org	100%

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Dari Tabel 4.1 terlihat responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 121 orang (57,8%) dan yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 91 orang (42,92%). Pernyataan yang menyatakan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang terbanyak adalah Laki-laki sebesar 57,8% karena merupakan orang bangunan dan pemilik toko bangunan lainnya.

4.1.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Deskripsi responden berdasarkan usia seperti pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2
Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Usia 16-30 Tahun	110	51.89	51.89	51.89
Usia 31-50 tahun	98	46.23	46.23	98.11
Valid > 50 tahun	4	1.89	1.89	100.0
Total	212	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Olah Data 2022

Dari Tabel 4.2 terlihat responden yang berumur diantara 16-30 tahun berjumlah 110 orang (51.89%), yang berumur diantara 31-50 tahun berjumlah 98orang (46.23%) dan yang berumur di atas 51 tahun berjumlah 4 orang (1.89%). Pernyataan yang menyatakan bahwa karakteristik responden berdasarkan usia yang terbanyak adalah pada usia 16-30 tahun yang merupakan pemilik toko

bangunan beserta tukang bangunan yang membeli produk di CV. Makmur Abadi Sentosa Medan.

4.1.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

4.1.4.1 Uji Validitas

Validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (*a valid measure if it successfully measure the phenomenon*). Suatu instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Untuk mengetahui suatu instrumen pengukuran valid maka diperlukan uji coba (*pre-test*) (Sugiyono,2018:90).Suatu instrumen penelitian dikatakan valid (Siregar,2017:77) bila :

1. Koefisien korelasi product moment melebihi 0,361.
2. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total dinyatakan valid.
3. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen atau item-item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total maka dinyatakan tidak valid atau Suatu instrumen penelitian dikatakan valid, bila koefisien korelasi *product moment* melebihi 0,361. Untuk mengetahui hasil uji validitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.3. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_1)

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Produk di CV. Abadi Sentosa Medan memiliki kinerja yang bagus	0, 629	0,361	Valid
Produk di CV. Abadi Sentosa Medan memiliki kinerja yang bagus dibanding dengan pesaing	0, 704	0, 361	Valid
Produk CV. Abadi Sentosa Medan memiliki fitur produk yang lengkap.	0, 492	0, 361	Valid
Produk CV. Abadi Sentosa Medan	0, 565	0,361	Valid

memiliki fitur produk yang lengkap dibanding produk pesaing			
Kualitas Produk yang diberikan CV. Abadi Sentosa Makmur sesuai dengan standar	0,704	0,361	Valid
Saya suka memakai produk CV. Abadi Sentosa Makmur karena memiliki keandalan yang tinggi	0,397	0,361	Valid
Produk yang dijual CV. Abadi Sentosa Makmur merupakan produk yang memiliki kemampuan tidak mudah rusak	0,737	0,361	Valid
Saya suka memakai produk CV. Abadi Sentosa Makmur karena mudah dipasang	0,380	0,361	Valid
Desain yang dipasar produk sesuai dengan keinginan saya	0,414	0,361	Valid
Produk yang dipasarkan memiliki desain yang bervariasi	0,629	0,361	Valid
Produk yang dipasarkan bisa dipakai sampai jangka waktu diatas 1 tahun sebelum rusak	0,704	0,361	Valid
Saya suka memakai produk CV. Abadi Sentosa Makmur karena tidak mudah rusak	0,492	0,361	Valid
Saya suka memakai produk karena warna yang cocok dengan saya	0,565	0,361	Valid
CV. Abadi Sentosa Makmur memasarkan produk dengan desain yang bagus	0,397	0,361	Valid
Produk di CV. Abadi Sentosa Medan memiliki keandalan dalam hal kualitas	0,565	0,361	Valid
Kualitas merupakan hal yang diperhatikan CV. Abadi Sentosa Medan	0,737	0,361	Valid

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen pada tabel 4.3 diketahui bahwa pada variabel Kualitas Produk(X1) ada 16 item pertanyaan yang dimana semua nilai item tersebut lebih besar dari 0,361 sehingga semua item variabel Kualitas Produk (X1) dinyatakan valid. Pernyataan yang nilai rhitung yang paling besar berada pada nomor 7 sebesar 0,737. Sedangkan pernyataan yang nilai rhitung nya kecil berada pada nomor 6 dan 14 sebesar 0,397

Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X₂)

Item Pertanyaan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Karyawan CV. Abadi Sentosa Medan ramah dan sopan dalam melayani pelanggan	0,607	0,361	Valid
Karyawan CV. Abadi Sentosa Medan cepat dan tepat dalam melayani konsumen	0,555	0,361	Valid
CV. Abadi Sentosa Medan selalu tepat waktu dalam pengiriman barang	0,478	0,361	Valid
Karyawan CV. Abadi Sentosa Medan selalu terbuka untuk saran atau kritik dari pelanggan	0,732	0,361	Valid
CV. Abadi Sentosa Medan mengirimkan barang tepat waktu kepada konsumen.	0,710	0,361	Valid
Karyawan CV. Abadi Sentosa Medan cepat dan tepat dalam mengatasi setiap keluhan	0,491	0,361	Valid
Karyawan CV. Abadi Sentosa Medan menjalin hubungan baik dengan pelanggan	0,555	0,361	Valid
Saya suka melakukan pembelian di CV. Abadi Sentosa Medan karena selalu melihat keadaan konsumennya	0,607	0,361	Valid
Material yang digunakan CV. Abadi Sentosa Medan adalah produk yang bagus	0,384	0,361	Valid
Saya suka melakukan pembelian di CV. Abadi Sentosa Medan karena karyawan yang rapi dan selalu tersenyum	0,710	0,361	Valid

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen pada tabel 4.4 diketahui bahwa pada variabel Kualitas Pelayanan (X₂) ada 10 item pertanyaan yang dimana semua nilai item tersebut lebih besar dari 0,361 sehingga semua item variabel Harga (X₂) dinyatakan valid. Pernyataan yang nilai r_{hitung} yang paling besar berada pada nomor 4 sebesar 0,732. Sedangkan pernyataan yang nilai r_{hitung} nya kecil berada pada nomor 9 sebesar 0,384

Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Produk yang disediakan sesuai dengan keinginan konsumen.	0, 775	0, 361	Valid
Pelanggan CV. Abadi Sentosa Medan berminat berkunjung kembali karena cita produk yang diberikan memuaskan..	0, 716	0, 361	Valid
Pelanggan bersedia merekomendasikan CV. Abadi Sentosa Medan kepada teman karena produk yang ditawarkan sangat bagus.	0, 652	0, 361	Valid
Pelanggan CV. Abadi Sentosa Medan berminat berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan memuaskan.	0, 512	0, 361	Valid
Pelanggan bersedia merekomendasikan CV. Abadi Sentosa Medan kepada teman karena pelayanan yang diberikan baik.	0, 775	0, 361	Valid
Produk yang disediakan sesuai dengan keinginan konsumen.	0, 512	0, 361	Valid

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen pada tabel 4.5 diketahui bahwa pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) ada 6 item pertanyaan yang dimana semua nilai item tersebut lebih besar dari 0,361 sehingga semua item variabel Kepuasan Pelanggan(Y) dinyatakan valid. Pernyataan yang nilai r hitung yang paling besar berada pada nomor 1 dan 5 sebesar 0,775. Sedangkan pernyataan yang nilai r hitung nya kecil berada pada nomor 6 sebesar 0,512

4.1.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan dalam penelitian menunjukan tingkat ketepatan, akurat dan konsisten, Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan kuesioner yang dinyatakan valid (Sugiyono, 2018). Dikatakan reliable jika nilai *Cronbach alpha* lebih besar dari 0,60 dan dikatakan tidak reliable jika nilai *Cronbach alpha* lebih kecil dari 0,60. Untuk pengujian realibilitas adalah metode *Cronbach alpha*. (Sugiyono, 2018:98)

Kriteria pengujiannya :

1. Jika nilai Cronbach's Alpha > r table, maka instrument reliabel
2. Jika nilai Cronbach's Alpha < r table, maka instrument tidak reliabel

Tabel 4.6. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel I X_1 , X_2 dan Y

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Jumlah Pernyataan	Keterangan
X_1 (Kualitas Produk)	0.858	16	Reliabel
X_2 (Kualitas Pelayanan)	0.791	10	Reliabel
Y (Kepuasan Pelanggan)	0.764	6	Reliabel

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel di atas., dapat dilihat bahwa koefisien reliabilitas instrumen X_1 (Kualitas Produk), X_2 (Kualitas Pelayanan), Y (Kepuasan Pelanggan) adalah 0,858, 0,791, 0,764 > 0,60. sehingga kuesioner/instrumen untuk variabel Kualitas Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), Kepuasan Pelanggan (Y) dinyatakan reliabel dalam penelitian ini

4.1.5 Uji Asumsi Klasik

4.1.5.1 Uji Normalitas

Dalam alam menganalisis data yang harus dipenuhi adalah data harus berdistribusi normal. Bila data berdistribusi normal, maka dapat digunakan uji statistik berjenis parametrik. Sedangkan bila data tidak berdistribusi normal, maka digunakan uji statistik nonparametrik. Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji statistik dengan *Kolmogorov-Smirnov* (Ghozali, 2018:161).

Model regresi yang baik adalah data normal atau mendekati normal. Caranya adalah dengan normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau

tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.” Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan plotting data residual akan membandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan: 1. Jika data menyebar d sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. 2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik. *Kolmogorov-Smirnov (K-S)*.

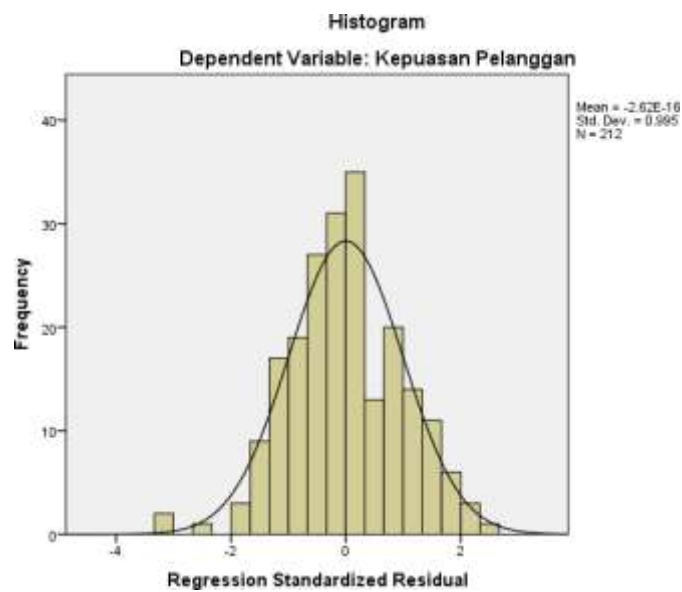
Dalam uji ini, pedoman yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah:

1. Jika nilai signifikansi > dari 0,05 maka distribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi < dari 0,05 maka distribusi tidak normal.

Hipotesis yang digunakan dalam uji ini dalah:

H_0 : Data residual berdistribusi normal

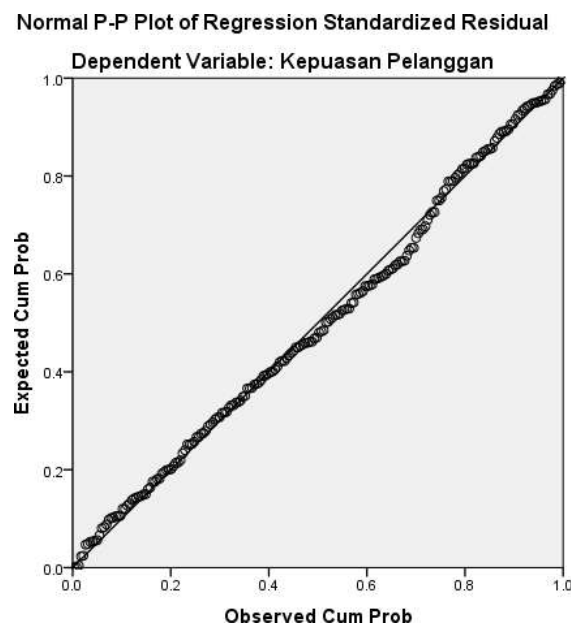
H_1 : Data residual tidak berdistribusi normal



Gambar 4.2

Grafik Histogram

Dari Gambar 4.2 ini dapat dilihat bahwa data menyebar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi dianggap memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 4.3

Normal Probability Plot of Regression

Dari Gambar 4.3 menunjukkan bahwa data (titik) menyebar di sekitar garis normal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hal ini sejalan dengan hasil pengujian menggunakan histogram bahwa telah terdistribusi normal.

Tabel 4.7. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Predicted Value
N		212
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	48.2830189
	Std. Deviation	3.91109491
	Absolute	.066
Most Extreme Differences	Positive	.038
	Negative	-.066
Kolmogorov-Smirnov Z		.954
Asymp. Sig. (2-tailed)		.323

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan tabel 4.7 diatas menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Kolmogorov-Smirnov Z sebesar 0,954 dengan nilai signifikansi 0,323 yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi normal karena lebih besar dari nilai signifikansi yang telah ditentukan sebesar 0,05.

4.1.5.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*)” (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel

independent. Jika variabel independent saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independent yang nilai korelasi antar sesama variabel independent sama dengan nol. Data yang baik yaitu data yang tidak terdapat gejala multikolinearitas, dimana nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) harus < 10 (Ghozali, 2018).

Tabel 4.8. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	15.133	2.000		7.565	.000		
1 Kualitas Produk	.436	.043	.551	10.212	.000	.701	1.427
Kualitas Pelayanan	.357	.064	.299	5.536	.000	.701	1.427

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

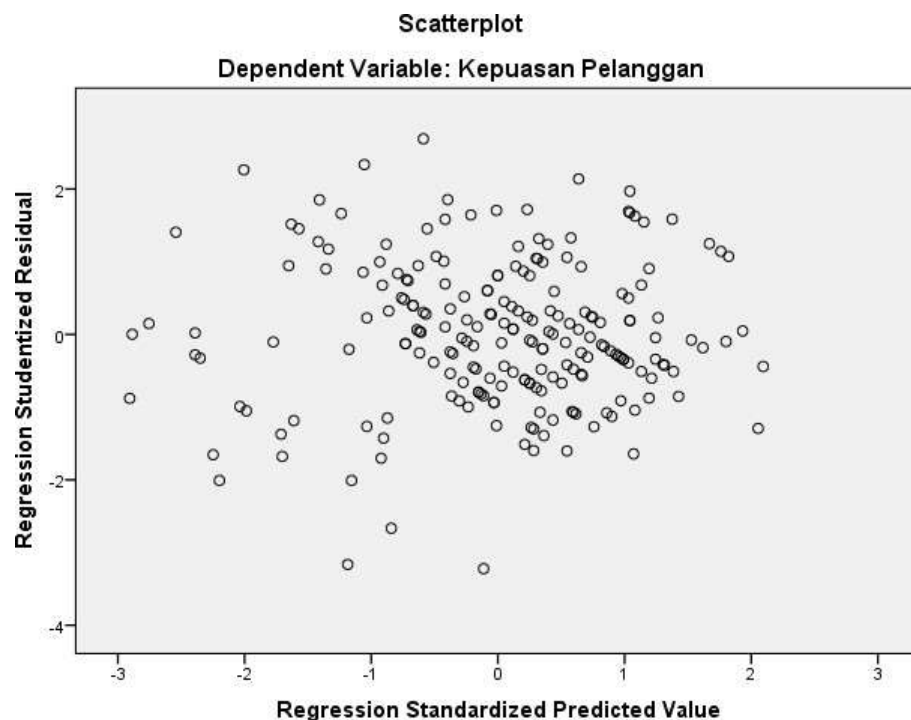
Dari hasil uji multikolinearitas dapat kita lihat pada *ouput coefficients* tabel 4.8. bahwa masing-masing nilai *tolerance* dan *VIF* dari variabel Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) adalah $0,701 > 0,10$ (*tolerance*) dan $1,427 < 10$ (*VIF*) sehingga dapat dinyatakan tidak terjadi persoalan multikolinieritas dengan variabel bebas lainnya.

4.1.5.3 Uji Heteroskedastistas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2018). Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang

Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Suatu data yang baik yaitu data tidak terdapat heteroskedastisitas, dimana titik-titik pada Grafik Plot diantara nilai prediksi variabel terikat (dependent) yaitu *ZPRED* dengan residualnya *SRESID* melebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. (Ghozali,2018).

Dalam penelitian ini akan digunakan metode chart (Diagram Scatterplot), dengan dasar pemikiran bahwa: 1. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang dapat membentuk suatu pola tertentu yang beraturan (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas. 2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 4.4 Scatterplot

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Dari hasil uji heteroskedastisitas dapat kita lihat bahwa, titik - titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0, titik - titik tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah,penyebaran titik - titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar,penyebaran titik - titik data tidak membentuk pola. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi adanya heteroskedastisitas.

4.1.6 Uji Regresi Linear Berganda

Model analisis data dalam penelitian ini merupakan analisis regresi linier berganda (*multiple regression*). Sujarweni (2018:149), Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Keputusan Pembelian (*dependent variabel*)
 X1 = Harga (*independent variabel*)
 X2 = Lokasi (*independent variabel*)
 a = Konstanta
 b1 = Koefisien untuk variabel Harga
 b2 = Koefisien untuk variabel Lokasi
 e = persentase kesalahan (5%)

Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	15.133	2.000		7.565	.000
1 Kualitas Produk	.436	.043	.551	10.212	.000
Kualitas Pelayanan	.357	.064	.299	5.536	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Dari hasil uji regresi linier berganda dapat kita lihat pada output coefficientstabel 4.9. persamaan regresi yang akan dibentuk adalah sebagai berikut:

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

$$Y = 15,133 + 0,436 X_1 + 0,357 X_2 + e$$

Penjelasan persamaan di atas adalah sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar 15,133 menyatakan bahwa jika variabel independen dianggap konstan, maka nilai Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 15,133.
2. Variabel Kualitas Produk (X_1) mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,436 dan bertanda positif artinya setiap penambahan satu-satuan variabel Kualitas Produk akan mengakibatkan peningkatan sebesar 0,436.
3. Variabel Kualitas Pelayanan (X_2) mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,357 dan bertanda positif artinya setiap penambahan satu-satuan variabel Lokasi mengakibatkan peningkatan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,357.

4.1.7 Uji Hipotesis

4.1.7.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (KD) juga disebut koefisien penentu (KP) adalah kuadrat dari nilai koefisien korelasi, artinya perubahan variabel dependen (variabel Y) yang disebabkan variabel independen (Variabel X) adalah sebesar kuadrat koefisien korelasi (r^2) Silaen (2018:227).

Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.757 ^a	.573	.569	3.390

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Hasil perhitungan diketahui bahwa koefisien determinasi *R Square* yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen adalah 0,573. Hal ini menunjukkan bahwa 57,3% Kepuasan Pelanggan di CV. Makmur Abadi Sentosa Medan dipengaruhi oleh variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan sedangkan 42,7% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.1.7.2 Uji F (Uji Secara Serempak)

Uji F digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh dimensi variabel bebas secara serempak terhadap variabel terikat dilakukan dengan uji F, bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:(Siregar, 2017:408)

- $H_0: b_1, b_2 = 0$, Artinya kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Makmur Abadi Sentoasa Medan.
- $H_1: b_1, b_2 \neq 0$, Artinya kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Makmur Abadi Sentoasa Medan Kriteria pengujian uji simultan adalah:

Jika nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima

Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak

Tabel 4.11 Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3227.596	2	1613.798	140.452	.000 ^b
Residual	2401.423	209	11.490		
Total	5629.019	211			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Dari Tabel 4.11 diketahui nilai F_{hitung} sebesar 140.452 dengan tingkat signifikan 0,000. Untuk tingkat kualitas 95% $df_1 = 2$ dan $df_2 = 209$ maka F_{tabel} adalah 3,03. Oleh karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_1 diterima sehingga dapat dinyatakan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh dan berdampak terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Makmur Abadi Sentoasa Medan.

4.1.7.3 Uji T (Uji Secara Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui signifikan pengaruh dimensi variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat data dilakukan dengan uji t. bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

- a. $H_0 : b_1, b_2 = 0$, Artinya kualitas produk dan kualitas pelayanan secara parsial tidak

berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Makmur Abadi Sentoasa Medan.

- b. $H_1 : b_1, b_2 \neq 0$, Artinya kualitas produk dan kualitas pelayanan secara parsial

berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Makmur Abadi Sentoasa Medan.

Hipotesis dapat diketahui apakah diterima atau ditolak yaitu dengan melakukan perbandingan antara nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} pada tingkat kualitas pelayanan 95% dan tingkat kesalahan 5%. Kriterianya penilaian hipotesis pada uji t ini adalah: (Siregar, 2017:410)

Jika $t_{tabel} \leq t_{hitung}$, signifikansi $> 0,05$ H_0 diterima

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, signifikansi $< 0,05$ H_0 ditolak

Tabel 4.12 Hasil Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	15.133	2.000		7.565	.000
1 Kualitas Produk	.436	.043	.551	10.212	.000
Kualitas Pelayanan	.357	.064	.299	5.536	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Penjelasan persamaan dari tabel 4.14 sebagai berikut :

1. Nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas produk adalah 10,212 dengan signifikan 0,000. Dengan taraf sig $\alpha = 5\%$ maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,971,. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_1 diterima sehingga Kualitas Produk secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Makmur Abadi Sentoasa Medan.
2. Nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Pelayanan adalah 5,536 signifikan 0,000. Dengan taraf sig $\alpha = 5\%$ maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,971. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_1 diterima sehingga Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Makmur Abadi Sentoasa Medan.

4.2. Pembahasan

4.2.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil perhitungan nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas produk adalah 10,212 dengan signifikan 0,000. Dengan taraf sig $\alpha = 5\%$ maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1.971. sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di CV.MakmurAbadi Sentoasa Medan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hanny (2018) Universitas Pamulang dengan judul penelitian Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Matahari Department Store Cileungsir dimana secara garis besar hasil penelitian terdahulu ini mengungkapkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4.2.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil perhitungan Nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Pelayanan adalah 5,536 signifikan 0,000. Dengan taraf sig $\alpha = 5\%$ maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1.971. sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di CV.MakmurAbadi Sentosa Medan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hanny (2018) Universitas Pamulang dengan judul penelitian Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Matahari Department Store Cileungsir dimana secara garis besar hasil penelitian terdahulu

ini menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4.2.3. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil perhitungan nilai F_{hitung} sebesar 140,452 dengan tingkat signifikan 0,000. Untuk tingkat kualitas 95% $df_1 = 2$ dan $df_2 = 209$ maka F_{tabel} adalah 3,03. Oleh karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Makmur Abadi Sentosa Medan.

Hasil perhitungan diketahui bahwa koefisien determinasi *R Square* yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen adalah 0,573. Hal ini menunjukkan bahwa 57,3% Kepuasan Pelanggan di CV. Makmur Abadi Sentosa Medan dipengaruhi oleh variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan sedangkan 42,7% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Noviyanti (2018) Universitas Pamulang dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV Usaha Mandiri Jakarta Selatan dimana secara garis besar hasil penelitian terdahulu ini mengungkapkan bahwa secara simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan pelanggan sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN AKADEMIS

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka penulis membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini menyatakan pengaruh Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di CV. Makmur Abadi Sentosa Medan ditunjukkan dari hasil analisis dari hasil analisis regresi linear berganda **Kepuasan Pelanggan = 15,133 + 0,436 Kualitas Produk + 0,357 Kualitas Pelayanan + e**. Hal ini memberikan arti bahwa variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di CV. Makmur Abadi Sentosa Medan
2. Hasil Uji t menunjukkan bahwa Kualitas Produk secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di CV. Makmur Abadi Sentosa Medan. karena nilai t_{hitung} sebesar 10,212 lebih besar dari pada nilai t_{tabel} yang sebesar 1,971.
3. Hasil Uji t menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan di CV. Makmur Abadi Sentosa Medan karena nilai t_{hitung} sebesar 5,536 lebih besar dari pada nilai t_{tabel} yang sebesar 1,971.
4. Hasil Uji F menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara serempak berpengaruh dan berdampak terhadap Kepuasan Pelanggan karena nilai F_{hitung} sebesar 140.452 lebih besar dari F_{tabel} yang sebesar 3,03.

5. Hasil Uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa nilai *R Square* yang diperoleh adalah 0.573 yang berarti 57,3% variabel Kepuasan Pelanggan di CV. Makmur Abadi Sentosa Medan dipengaruhi oleh variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan, sedangkan sisanya sebesar 42,7% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2. Implikasi Manajerial

Berdasarkan analisa yang telah penulis lakukan, didapatkan hasil implikasi yang dapat diberikan kepada perusahaan sebagai berikut :

1. CV. Makmur Abadi Sentosa Medan harus selalu memperhatikan kualitas produk yang dipasarkan terhadap kepuasan pelanggan:
 - a. CV. Makmur Abadi Sentosa Medan harus selalu mempertahankan kualitas produk yang dipasarkan kepada konsumen yang dimana apabila produk yang dipasarkan kepada konsumen sudah bagus maka sendirinya konsumen juga akan merasa puas terhadap produk yang dipasarkan oleh perusahaan.
 - b. Selain Mempertahankan Kualitas Produk CV. Makmur Abadi Sentosa Medan juga diharapkan agar dapat senantiasa selalu meningkatkan kualitas produk yang telah ada karena apabila kualitas produk yang ditingkatkan terus menerus pastilah akan meningkatkan kepuasan pelanggan dengan sendirinya.
2. CV. Makmur Abadi Sentosa Medan harus selalu memperhatikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan:
 - a. CV. Makmur Abadi Sentosa Medan harus selalu mempertahankan kualitas pelayanan yang sudah ada kepada konsumen dengan lebih sopan dalam

menjawab agar terciptanya suatu kesan yang dapat memberikan kepuasan sendiri kepada para konsumen.

- b. Selain Mempertahankan Kualitas Pelayanan CV. Makmur Abadi Sentosa Medan juga diharapkan agar dapat senantiasa selalu meningkatkan kualitas pelayanan yang telah ada karena apabila kualitas pelayanan baik itu dari sisi kesopanan, berbicara atau lainnya yang pada akhirnya akan menimbulkan suatu kesan yang positif terhadap perusahaan..

5.3. Saran Akademis

Berdasarkan penelitian ini, peneliti dapat memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Menambah Variabel Penelitian Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk dapat meneruskan penelitian ini dengan mencari variabel-variabel lain yang dapat memengaruhi Kepuasan Pelanggan selain variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan.
2. Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah pencakupan responden yang kurang beragam karena sampel hanya diambil dari satu tempat saja yaitu di CV. Makmur Abadi Sentosa Medan, selanjutnya diharapkan penelitian berikutnya mampu memperluas cakupan wilayahnya.
3. Menambah Jumlah Responden Sehubungan keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, penelitian ini hanya mengambil 212 orang responden sebagai sampel. Dengan demikian, untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk meningkatkan jumlah responden sehingga dapat lebih mewakili keadaan yang sebenarnya

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. A. (2017). Model Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Stie Eka Prasetya Medan. *Sumber*, 5(2017), 292.
- Akbar, M. A., & Rezeki, S. (2022). Analysis of the Effect of Promotion and Brand Image on Customer Purchase Decisions. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 96-107.
- Akbar, M. A., & Situmorang, I. R. (2021). Pengaruh perceived value terhadap loyalitas dengan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada umkm di sumatera utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 203-211.
- ALIBASYAH, Z. M., Rezeki, S., & Rafi'i, N. M. (2020). The prevalence of trauma from occlusion as the aggravating factors of periodontitis. *Journal of Syiah Kuala Dentistry Society*, 5(1), 7-11.
- Angelia, V., & Rezeki, S. (2020). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Makan Abeng 38. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 63-73.
- Chandra, J. (2021). Pengaruh Faktor Lokasi, Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di CV. Creative Centre. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 199-214.
- Gultom, P. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Quality Fried Chicken Jalan Ismailiyah Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 44-53.
- Gultom, P. P. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Pengawasan Manajemen terhadap Perkembangan Perusahaan PT Ekuator Swarna Sekuritas Cabang Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 46-58.
- Gultom, P., & Agustine, L. (2021). Pengaruh motivasi berwirausaha dan pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha bisnis farmasi di Kecamatan Medan Petisah. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 52-65.
- Gultom, P., & Karnadi, J. (2019). PENGARUH E-COMMERCE DAN TRANSPORTASI ONLINE TERHADAP HARGA JUAL PRODUK CV. SURYA SAKTI ENGINEERING. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 13-23.
- Gultom, P., Nainggolan, S. G. V., & Hariana, F. (2022). Edukasi Pinjaman Online dan Transaksi Digital bagi Pelaku UMKM. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 2(1), 26-30.

- Gustina, I. (2019). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI STIE EKA PRASETYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 60-67.
- Lazuardi, D., Gustina, I., & Rinaldi, M. (2022). Relationship of Location, Price, and Promotion to Interest in Buying Gordyn at Soni Interior House. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3795-3800.
- Loo, P., Hastalona, D., Yakub, S., & Firmansyah, E. (2022). Analysis Of Factors Affecting The Rate Of Equity Returning Affecting Credit Distribution In Commercial Banks (Persero) In 2017-2020. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 11-22.
- Manik, D. E. M., & Erveni, E. (2020). Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 34-43
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Nainggolan, E. (2022). Service Excellent Berdasarkan Perspektif Experiential Marketing Pada Pegiat Usaha Di Desa Pematang Johar. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 2(2), 54-59.
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk khu asia branch. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2465-2468.
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk khu asia branch. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2465-2468.
- Moktar, B. (2021). The Effect of Discounts, Brands, and Marketing Strategies on Customer Loyalty of Daihatsu Oil PT. Nusantara Autopart Persada. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 91-104.
- Muammar Rinaldi, C. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR).
- Muhammad, I., Yolanda, F., Andrian, D., & Rezeki, S. (2022). Pengembangan media interaktif menggunakan adobe flash CS6 profesional pada materi relasi dan fungsi. *Journal of Authentic Research on Mathematics Education (JARME)*, 4(1), 128-140.
- Nainggolan, E. (2020). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Sumatera Utara (2010-2019). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 89-99.

- Nainggolan, E. (2020). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN ANAK PADA TOKO REZEKI WIJAYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 12-21.
- Nainggolan, E. (2022). Influence of Inventory and Product Quality on Sales Volume at PT. Bilah Baja Makmur Abadi. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 66-76.
- Nainggolan, E., & Gultom, P. (2022). The Relationship of Timeliness and Price to Consumer Goals in PT. Kalerindo Semesta Abadi. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3577-3583.
- Nainggolan, E., Rinaldi, M., & Dalimunthe, M. B. (2022). Analysis Of The Effect Of Personal Sales And Product Quality On Consumer Purchase Decisions. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2431-2435.
- Nasution, E. S., & Rinaldi, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Pada PT. Alfa Scorpii Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies*, 7 (1), 66-78.
- Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 212-225.
- Puddin, K., Hasibuan, A. F., & Rezeki, S. (2021, February). The Impact of Entrepreneurial Interest and Knowledge on the Pharmaceutical Business Success in Medan Pestisah Subdistrict, North Sumatera, Indonesia. In *International Conference on Strategic Issues of Economics, Business and, Education (ICoSIEBE 2020)* (pp. 198-203). Atlantis Press.
- Rezeki, S. (2021). Figurative language and messages in poems about COVID-19. *KnE Social Sciences*, 601-611.
- Rezeki, S., & Gustina, I. (2021). The Influence of Marketing Strategy and Lifestyle on the Purchase Decision of Mitsubishi Xpander at PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 105-118.
- Rezeki, S., & Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 9-20.

- Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.
- Rezeki, S., Rinaldi, M., Gustina, I., & Lodian, A. (2022). The Influence Of Consumer Behavior and Prices On Consumer Decisions to Buy Products At PT. Daikin Airconditioning Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 8(1), 284-295.
- Rezeki, S., Sentanu, I. G. E. S., Sanawiri, B., Shankar, K., & Thanh, P. (2019). Blue Ocean Strategy for creating Value of the Organization: Examination of Differentiation with Red Ocean Strategy. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8(2S11), 2277-3878.
- Rinaldi, M., & Rahmadana, M. F. (2020). Determinant analysis of household income inequality and poverty in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 1414-1420.
- Rinaldi, M., Gustina, I., Lazuardi, D., & Nainggolan, E. (2022). Analysis of the Impact of Services and Consumer Trust on Consumer Loyalty in Using Services. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 1680-1685.
- Rinaldi, M., Irawan, D., & Nasution, A. R. (2022). Comparison Of Human Development Index Before And During The Covid-19 Pandemic. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2404-2408.
- Selamat, S., & Indahwati, R. Analysis Of Marketing Strategies In Increasing Competitiveness In Skinos Medan Beauty Clinic.
- Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). ANALISIS PERILAKU MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KEMBALI KE PULAU SAMOSIR. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.
- Sinaga, H. D. E. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Handmade Hoslygoods. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 4(1), 80-86.
- Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.
- Situmorang, I. R. (2022). Effect of Service Quality and Relational Marketing on Consumer Purchasing Decisions at PT. Garuda Teladan Biscuid Binjai North Sumatra. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(2), 229-242.
- Situmorang, I. R., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Cindy, C. (2022, July). Pengaruh Personal Selling Dan Ketersediaan Produk Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Kurniaputra Mandiri Cabang Siak. In *Prosiding Seminar Nasional Sosial, Humaniora, dan Teknologi* (pp. 552-561).
-

- Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.
- Tirtayasa, S., Yusri, M., & Rinaldi, M. (2022). Business Strategies of MSMEs During COVID-19, Deli Serdang, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 434-441.

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI CV. ABADI SENTOSA MEDAN

Mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr untuk mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini merupakan kuesioner yang penulis susun dalam rangka pelaksanaan penelitian. Jawaban yang Bapak/Ibu/Sdr berikan tidak akan mempengaruhi kedudukan maupun jabatan, mengingat kerahasiaan identitas Bapak/Ibu/Sdr akan kami jaga.

A. IDENTITAS RESPONDEN

Isilah identitas diri saudara dengan keadaan yang sebenarnya :

1. Nama. Responden :
2. Umur Responden :
3. Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan **coret salah satu*

B. PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda (√) pada kolom jawaban yang tersedia sesuai dengan jawaban Bapak/Ibu/Sdr.

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

Variabel Kualitas Produk						
No	Pertanyaan	Skor				
		SS	S	N	TS	STS
1	Produk di CV. Abadi Sentosa Medan memiliki kinerja yang bagus					
2	Produk di CV. Abadi Sentosa Medan memiliki kinerja yang bagus dibanding dengan pesaing					
3	Produk CV. Abadi Sentosa Medan memiliki fitur produk yang lengkap.					
4	Produk CV. Abadi Sentosa Medan memiliki fitur produk yang lengkap dibanding produk pesaing					
5	Kualitas Produk yang diberikan CV. Abadi Sentosa Makmur sesuai dengan standar					
6	Saya suka memakai produk CV. Abadi Sentosa Makmur karena memiliki keandalan yang tinggi					
7	Produk yang dijual CV. Abadi Sentosa Makmur merupakan produk yang memiliki kemampuan tidak mudah rusak					
8	Saya suka memakai produk CV. Abadi Sentosa Makmur karena mudah dipasang					
9	Desain yang dipasar produk sesuai dengan keinginan saya					
10	Produk yang dipasarkan memiliki desain yang bervariasi					
11	Produk yang dipasarkan bisa dipakai sampai jangka waktu					

	diatas 1 tahun sebelum rusak					
12	Saya suka memakai produk CV. Abadi Sentosa Makmur karena tidak mudah rusak					
13	Saya suka memakai produk karena warna yang cocok dengan saya					
14	CV. Abadi Sentosa Makmur memasarkan produk dengan desain yang bagus					
15	Produk di CV. Abadi Sentosa Medan memiliki keandalan dalam hal kualitas					
16	Kualitas merupakan hal yang diperhatikan CV. Abadi Sentosa Medan					

Variabel Kualitas Pelayanan						
No	Pertanyaan	Skor				
		SS	S	N	TS	STS
1	Karyawan CV. Abadi Sentosa Medan ramah dan sopan dalam melayani pelanggan					
2	Karyawan CV. Abadi Sentosa Medan cepat dan tepat dalam melayani konsumen					
3	CV. Abadi Sentosa Medan selalu tepat waktu dalam pengiriman barang					
4	Karyawan CV. Abadi Sentosa Medan selalu terbuka untuk saran atau kritik dari pelanggan					
5	CV. Abadi Sentosa Medan mengirimkan barang tepat waktu kepada konsumen.					
6	Karyawan CV. Abadi Sentosa Medan cepat dan tepat dalam mengatasi setiap keluhan					
7	Karyawan CV. Abadi Sentosa Medan menjalin hubungan baik dengan pelanggan					
8	Saya suka melakukan pembelian di CV. Abadi Sentosa Medan karena selalu melihat keadaan konsumennya					
9	Material yang digunakan CV. Abadi Sentosa Medan adalah produk yang bagus					
10	Saya suka melakukan pembelian di CV. Abadi Sentosa Medan karena karyawan yang rapi dan selalu tersenyum					

Variabel Kepuasan Pelanggan						
No	Pertanyaan	Skor				
		SS	S	N	TS	STS
1	Produk yang disediakan sesuai dengan keinginan konsumen.					
2	Konsumen akan melakukan pembelian ulang dikarenakan produk yang dijual sudah sesuai dengan keinginan					
3	Pelanggan CV. Abadi Sentosa Medan berminat berkunjung kembali karena cita produk yang diberikan memuaskan					
4	Konsumen tertarik melakukan pembelian ulang dikarenakan pelayanan yang bagus					
5	Pelanggan bersedia merekomendasikan CV. Abadi Sentosa Medan kepada teman karena produk yang ditawarkan sangat bagus					
6	Saya akan merekomendasikan produk CV. Abadi Sentosa Medan karena pelayanan yang bagus					

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Bahwa saya yaamg bertanda tangan di bawah ini

1. Nama : Kelvin Jordy
2. Tempat/tgl lahir : Medan, 09-04-2000
3. Jenis kelamin : Laki-Laki
4. Agama : Buddha
5. Pendidikan : Mahasiswa
6. Almat : JLN. Ar.Hakim GG Bakung
No 23

TAMATAN PENDIDIKAN

Tamatan SD kelas 1-6 dari tahun 2006-2012

Tamatan SMP kelas SMP 1-3 dari tahun 2013-2015

Tamatan SMA kelas SMA 1-3 dari tahun 2016-2018

PENGALAMAN KERJA

Dari tahun 2018-2019 pernah PT Surya Tara Jaya

Dari tahun 2019-2020 pernah PT Bina Catur Marga

Demikian daftar riwayat hidup saya buat dengan
sebenarnya

Hormat saya

Kelvin Jordy

Lampiran 1

Tabulasi Data Pretest Kualitas Produk (X1)

R	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	Total
1	2	4	3	4	4	3	5	4	1	2	4	3	4	3	4	5	55
2	1	2	3	4	2	1	1	2	1	1	2	3	4	1	4	1	33
3	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	33
4	2	4	4	4	4	2	3	3	3	2	4	4	4	2	4	3	52
5	2	5	4	2	5	1	3	3	3	2	5	4	2	1	2	3	47
6	3	3	4	1	3	3	3	4	4	3	3	4	1	3	1	3	46
7	3	4	2	1	4	5	4	4	4	3	4	2	1	5	1	4	51
8	2	4	5	4	4	3	3	3	2	2	4	5	4	3	4	3	55
9	2	3	4	3	3	2	4	3	2	2	3	4	3	2	3	4	47
10	3	2	4	2	2	4	3	5	4	3	2	4	2	4	2	3	49
11	2	4	4	3	4	2	3	3	3	2	4	4	3	2	3	3	49
12	2	2	1	4	2	2	3	3	3	2	2	1	4	2	4	3	40
13	2	5	4	4	5	2	5	3	4	2	5	4	4	2	4	5	60
14	1	4	5	2	4	1	5	5	4	1	4	5	2	1	2	5	51
15	3	5	5	5	5	3	5	3	3	3	5	5	5	3	5	5	68
16	3	3	3	5	3	3	4	3	4	3	3	3	5	3	5	4	57
17	2	3	3	2	3	2	4	4	3	2	3	3	2	2	2	4	44
18	2	3	3	3	3	4	4	5	4	2	3	3	3	4	3	4	53
19	1	3	5	1	3	2	3	3	1	1	3	5	1	2	1	3	38
20	2	4	3	4	4	2	2	3	5	2	4	3	4	2	4	2	50
21	1	4	4	4	4	2	4	3	3	1	4	4	4	2	4	4	52
22	2	4	4	5	4	2	4	3	3	2	4	4	5	2	5	4	57
23	2	3	4	3	3	3	5	5	4	2	3	4	3	3	3	5	55
24	2	3	2	2	3	1	3	1	3	2	3	2	2	1	2	3	35
25	5	4	4	3	4	3	5	5	5	5	4	4	3	3	3	5	65
26	1	4	2	2	4	3	3	3	4	1	4	2	2	3	2	3	43
27	5	5	4	5	5	3	5	2	4	5	5	4	5	3	5	5	70
28	2	3	4	3	3	4	5	3	2	2	3	4	3	4	3	5	53
29	3	5	4	4	5	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	64
30	2	4	4	3	4	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	51

Lampiran 2

Tabulasi Data Pretest Kualitas Pelayanan (X2)

R	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total
1	3	2	3	3	4	4	2	3	5	4	33
2	2	1	1	3	4	2	1	2	3	4	23
3	2	1	1	2	2	3	1	2	2	2	18
4	3	2	2	4	4	3	2	3	4	4	31
5	4	2	2	4	2	3	2	4	3	2	28
6	4	2	2	4	1	2	2	4	4	1	26
7	5	2	4	3	1	3	2	5	3	1	29
8	4	2	4	3	4	1	2	4	3	4	31
9	3	1	2	2	3	4	1	3	3	3	25
10	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	19
11	3	1	3	4	3	4	1	3	2	3	27
12	4	2	3	5	4	5	2	4	4	4	37
13	3	1	1	2	4	3	1	3	3	4	25
14	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	25
15	3	5	2	5	5	5	5	3	5	5	43
16	3	5	2	5	5	5	5	3	2	5	40
17	1	1	2	2	2	4	1	1	3	2	19
18	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	31
19	1	3	1	1	1	2	3	1	2	1	16
20	2	3	2	1	4	5	3	2	4	4	30
21	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	35
22	5	2	4	5	5	5	2	5	2	5	40
23	4	2	3	4	3	2	2	4	3	3	30
24	3	2	3	1	2	2	2	3	3	2	23
25	4	3	2	5	3	3	3	4	4	3	34
26	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	21
27	3	2	1	2	5	4	2	3	1	5	28
28	5	1	3	2	3	2	1	5	4	3	29
29	4	1	4	2	4	1	1	4	4	4	29
30	4	2	1	4	3	3	2	4	3	3	29

Lampiran 3

Tabulasi Data Pretest Kepuasan Pelanggan (Y)

R	1	2	3	4	5	6	Total
1	4	4	4	1	4	1	18
2	4	2	2	1	4	1	14
3	2	3	5	1	2	1	14
4	4	3	3	1	4	1	16
5	2	3	5	2	2	2	16
6	1	2	1	1	1	1	7
7	1	3	2	3	1	3	13
8	4	1	3	2	4	2	16
9	3	4	3	3	3	3	19
10	2	3	3	2	2	2	14
11	3	4	3	2	3	2	17
12	4	5	5	2	4	2	22
13	4	3	5	4	4	4	24
14	2	3	5	3	2	3	18
15	5	5	5	1	5	1	22
16	5	5	5	3	5	3	26
17	2	4	3	4	2	4	19
18	3	3	2	3	3	3	17
19	1	2	2	2	1	2	10
20	4	5	3	3	4	3	22
21	4	3	3	3	4	3	20
22	5	5	5	3	5	3	26
23	3	2	4	2	3	2	16
24	2	2	1	2	2	2	11
25	3	3	2	2	3	2	15
26	2	2	2	2	2	2	12
27	5	4	2	3	5	3	22
28	3	2	3	4	3	4	19
29	4	1	2	2	4	2	15
30	3	3	3	4	3	4	20

Lampitan 4

Data Pretest Uji Validitas Kualitas Produk (X1)

Correlations

[illegible]

[illegible]

X1.1	1	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
		Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	.259	1.000**	.434*	.320	1.000**	.007	.453*	.056	.262	.259	1	.434*	.320	.007	.320	.453*	.704**
X1.1	2	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
		Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	.072	.434*	1.000**	.132	.434*	-.075	.344	.289	.072	.072	.434*	1	.132	.072	.132	.344	.492**
X1.1	3	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
		Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	.205	.320	.132	1.000**	.320	-.067	.221	-.192	.014	.205	.320	.132	1	.067	1.000**	.221	.565**
X1.1	4	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
		Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	.453*	.007	.075	.067	.007	1.000**	.291	.378*	.211	.453*	.007	.075	.067	1	.067	.291	.397*
X1.1	5	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
		Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	.205	.320	.132	1.000**	.320	-.067	.221	-.192	.014	.205	.320	.132	1.000**	.067	1	.221	.565**
X1.1		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
		Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	.277	.084	.485	.004	.084	.724	.240	.309	.942	.277	.084	.485	.004	.724		.240	.001

X1.1 6	Pearson																	
	Correlation	.379*	.453*	.344	.221	.453*	.291	1.000**	.462*	.252	.379*	.453*	.344	.221	.291	.221	1	.737**
	Sig. (2-tailed)	.039	.012	.062	.240	.012	.118	.000	.010	.179	.039	.012	.062	.240	.118	.240		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total _X1	Pearson																	
	Correlation	.629**	.704**	.492**	.565**	.704**	.397*	.737**	.380*	.414*	.629**	.704**	.492**	.565**	.397*	.565**	.737**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.006	.001	.000	.030	.000	.038	.023	.000	.000	.006	.001	.030	.001	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Lampitan 5

Data Pretest Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)

[illegible]

X2.8	Pearson Correlation	1.000**	-.051	.601**	.507**	.216	-.073	-.051	1	.215	.216	.607**
	Sig. (2-tailed)	.000	.790	.000	.004	.251	.703	.790		.255	.251	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.9	Pearson Correlation	.215	.158	.295	.198	.104	-.017	.158	.215	1	.104	.384*
	Sig. (2-tailed)	.255	.405	.114	.294	.584	.930	.405	.255		.584	.036
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.10	Pearson Correlation	.216	.256	.146	.364*	1.000**	.446*	.256	.216	.104	1	.710**
	Sig. (2-tailed)	.251	.172	.441	.048	.000	.014	.172	.251	.584		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total_X2	Pearson Correlation	.607**	.555**	.478**	.732**	.710**	.491**	.555**	.607**	.384*	.710**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.008	.000	.000	.006	.001	.000	.036	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Lampitan 6

Data Pretest Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

		Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Total_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.446*	.373*	.045	1.000**	.045	.775**
	Sig. (2-tailed)		.014	.042	.814	.000	.814	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.446*	1	.529**	.170	.446*	.170	.716**
	Sig. (2-tailed)	.014		.003	.370	.014	.370	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.373*	.529**	1	.077	.373*	.077	.652**
	Sig. (2-tailed)	.042	.003		.685	.042	.685	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.045	.170	.077	1	.045	1.000**	.512**
	Sig. (2-tailed)	.814	.370	.685		.814	.000	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	1.000**	.446*	.373*	.045	1	.045	.775**
	Sig. (2-tailed)	.000	.014	.042	.814		.814	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	.045	.170	.077	1.000**	.045	1	.512**
	Sig. (2-tailed)	.814	.370	.685	.000	.814		.004
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total_Y	Pearson Correlation	.775**	.716**	.652**	.512**	.775**	.512**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.004	.000	.004	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Lampiran 7

Data Pretest Uji Relibilitas Kualitas Produk (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.858	16

Lampiran 8

Data Pretest Uji Relibilitas Kualitas Pelayanan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.791	10

Lampiran 9

Data Pretest Uji Relibilitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.745	6

Lampiran 10

Tabulasi Data Real Test Kualitas Produk (X1)

R	Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	Q 5	Q 6	Q 7	Q 8	Q 9	Q1 0	Q1 1	Q1 2	Q1 3	Q1 4	Q1 5	Q1 6	Tota l
1	2	4	3	4	4	3	5	4	1	1	4	3	5	5	5	3	56
2	1	2	3	4	2	1	1	2	1	1	2	3	2	3	5	4	37
3	2	2	2	2	3	3	2	1	2	1	2	2	3	2	2	4	35
4	2	4	4	4	3	2	3	3	3	1	4	4	4	4	4	3	52
5	2	5	4	2	3	1	3	3	3	2	5	4	2	3	5	3	50
6	3	3	4	1	2	3	3	4	4	1	3	4	3	4	4	5	51
7	3	4	2	1	3	5	4	4	4	3	4	2	1	3	5	3	51
8	2	4	5	4	1	3	3	3	2	2	4	5	2	3	3	3	49
9	2	3	4	3	4	2	4	3	2	3	3	4	2	3	3	3	48
10	3	2	4	2	3	4	3	5	4	2	2	4	2	2	3	5	50
11	2	4	4	3	4	2	3	3	3	2	4	4	3	2	3	3	49
12	2	2	1	4	5	2	3	3	3	2	2	1	1	4	4	3	42
13	2	5	4	4	3	2	5	3	4	4	5	4	2	3	4	4	58
14	1	4	5	2	3	1	5	5	4	3	4	5	3	3	3	5	56
15	3	5	5	5	5	3	5	3	3	1	5	5	2	5	2	3	60
16	3	3	3	5	5	3	4	3	4	3	3	3	3	2	2	3	52
17	2	3	3	2	4	2	4	4	3	4	3	3	2	3	2	3	47
18	2	3	3	3	3	4	4	5	4	3	3	3	5	4	3	3	55
19	1	3	5	1	2	2	3	3	1	2	3	5	3	2	2	5	43
20	2	4	3	4	5	2	2	3	5	3	4	3	4	4	3	1	52
21	1	4	4	4	3	2	4	3	3	3	4	4	2	3	2	5	51
22	2	4	4	5	5	2	4	3	3	3	4	4	3	2	4	1	53
23	2	3	4	3	2	3	5	5	4	2	3	4	3	3	5	3	54
24	2	3	2	2	2	1	3	1	3	2	3	2	3	3	2	5	39
25	5	4	4	3	3	3	5	5	5	2	4	4	2	4	4	2	59
26	1	4	2	2	2	3	3	3	4	2	4	2	4	3	2	1	42
27	5	5	4	5	4	3	5	2	4	3	5	4	4	1	3	5	62
28	2	3	4	3	2	4	5	3	2	4	3	4	3	4	4	3	53
29	3	5	4	4	1	4	4	4	3	2	5	4	4	4	5	4	60
30	2	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	52
31	4	2	2	5	2	5	4	3	3	5	2	2	3	4	3	3	52
32	5	2	2	5	4	3	4	4	4	5	2	2	2	3	4	3	54
33	5	2	4	3	3	2	3	3	3	3	2	4	4	3	4	3	51
34	2	4	3	4	2	2	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	51
35	2	4	4	4	4	2	3	3	3	1	4	4	5	5	5	4	57
36	2	2	4	3	4	4	3	2	4	2	2	4	5	2	5	3	51
37	2	4	4	3	2	3	5	5	2	4	4	4	4	4	4	4	58

38	1	3	4	5	5	1	3	2	3	2	3	4	2	3	4	2	47
39	2	1	4	2	3	3	5	1	1	1	1	4	4	4	3	2	41
40	1	2	2	4	3	1	1	2	1	1	2	2	4	2	2	2	32
41	2	2	1	4	3	3	3	1	2	2	2	1	4	3	4	1	38
42	3	3	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	4	3	3	3	46
43	1	3	3	4	5	2	3	3	2	1	3	3	3	3	3	3	45
44	2	3	4	4	4	2	2	3	5	3	3	4	3	4	4	3	53
45	1	3	4	2	2	2	4	3	1	2	3	4	4	4	5	3	47
46	2	2	4	2	3	3	3	2	3	2	2	4	2	3	2	3	42
47	1	4	2	4	4	3	3	1	4	1	4	2	3	3	2	3	44
48	2	3	3	3	3	4	5	3	4	3	3	3	3	3	3	3	51
49	1	4	4	2	3	1	5	5	3	3	4	4	2	5	5	5	56
50	3	2	4	3	2	3	3	5	3	1	2	4	2	4	5	4	50
51	2	3	3	4	2	4	5	3	2	2	3	3	4	3	2	5	50
52	2	3	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	3	5	4	47
53	2	5	5	4	4	4	4	3	3	2	5	5	5	5	2	2	60
54	2	2	4	2	2	3	4	3	4	2	2	4	2	4	4	1	45
55	2	5	5	3	4	3	5	3	4	2	5	5	2	5	5	1	59
56	2	4	4	5	4	3	5	5	5	4	4	4	5	4	3	1	62
57	3	4	4	4	4	2	2	4	3	4	4	4	2	4	3	3	54
58	2	5	2	4	5	4	4	5	4	2	5	2	2	3	3	3	55
59	3	3	3	3	3	2	4	4	4	3	3	3	2	3	5	3	51
60	2	5	3	4	3	3	2	2	3	2	5	3	4	4	4	3	52
61	2	3	3	3	4	3	5	1	1	2	3	3	3	4	4	3	47
62	2	2	3	4	3	1	1	1	1	3	2	3	2	3	2	2	35
63	1	4	4	4	4	3	3	1	2	3	4	4	1	3	3	2	46
64	2	4	5	3	4	2	3	3	3	3	4	5	2	2	4	2	51
65	1	1	1	2	3	3	2	3	1	3	1	1	3	3	1	3	32
66	1	4	3	4	4	2	2	3	5	3	4	3	3	1	2	3	47
67	1	4	4	4	5	4	4	3	1	4	4	4	4	3	4	4	57
68	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	42
69	3	4	4	4	4	3	4	2	2	3	4	4	5	4	2	3	55
70	3	5	4	4	4	4	3	2	4	3	5	4	2	4	4	2	57
71	3	5	4	3	4	3	5	2	4	4	5	4	4	4	4	3	61
72	2	4	2	4	4	4	4	3	3	4	4	2	3	4	4	4	55
73	2	2	3	2	2	3	4	3	4	1	2	3	5	5	5	3	49
74	4	4	4	3	3	2	2	4	3	3	4	4	4	1	2	3	50
75	3	4	4	5	5	4	4	2	4	4	4	4	4	3	2	4	60
76	2	4	4	3	2	3	3	1	4	2	4	4	3	4	5	3	51
77	3	2	2	3	3	4	5	3	4	3	2	2	4	4	5	3	52
78	3	4	5	2	3	1	5	5	3	3	4	5	3	3	3	3	55
79	3	3	3	3	2	3	5	2	2	3	3	3	4	5	3	2	49

80	1	4	3	2	2	1	3	1	3	2	4	3	2	2	2	5	40
81	3	2	4	3	3	4	5	5	5	3	2	4	2	4	2	2	53
82	4	4	4	3	2	3	4	3	3	4	4	4	4	5	4	1	56
83	3	5	5	3	2	3	4	4	4	3	5	5	3	3	4	2	58
84	3	4	5	5	4	3	4	3	2	2	4	5	2	3	5	1	55
85	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	3	56
86	3	5	4	3	2	4	5	3	2	4	5	4	5	4	2	3	58
87	3	4	3	4	2	3	3	3	1	2	4	3	4	3	3	3	48
88	2	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	56
89	3	4	4	5	2	2	4	4	3	3	4	4	5	5	4	2	58
90	2	4	4	5	2	2	3	3	2	3	4	4	3	5	4	1	51
91	2	5	4	3	5	2	4	4	3	4	5	4	2	2	3	3	55
92	4	4	3	2	4	2	5	2	4	4	4	3	5	4	5	5	60
93	3	4	5	2	3	3	4	2	2	3	4	5	3	3	3	5	54
94	3	3	4	3	4	4	3	2	4	3	3	4	5	3	4	2	54
95	1	2	1	2	3	3	3	1	2	2	2	1	3	4	3	2	35
96	2	2	3	3	4	2	3	3	3	2	2	3	2	4	4	3	45
97	1	2	1	4	2	2	3	3	1	1	2	1	2	3	2	3	33
98	2	4	4	5	5	3	5	4	1	4	4	4	4	3	2	4	58
99	1	4	4	3	2	1	1	2	1	2	4	4	3	4	5	2	43
10 0	2	2	2	3	3	3	2	1	2	3	2	2	4	4	5	3	43
10 1	2	4	5	2	3	2	3	3	3	3	4	5	3	3	3	2	50
10 2	2	3	3	3	2	1	3	3	3	3	3	3	4	5	3	4	48
10 3	3	4	3	2	2	3	3	4	4	2	4	3	2	2	2	2	45
10 4	3	2	4	3	3	5	4	4	4	3	2	4	2	4	2	1	50
10 5	2	4	4	3	2	3	3	3	2	4	4	4	4	5	4	3	54
10 6	2	5	5	3	2	2	4	3	2	3	5	5	3	3	4	3	54
10 7	3	4	5	5	4	4	3	5	4	2	4	5	2	3	5	4	62
10 8	2	4	4	4	4	2	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	55
10 9	2	5	4	3	2	2	3	3	3	4	5	4	5	4	2	3	54
11 0	2	4	3	4	2	2	5	3	4	2	4	3	4	3	3	3	51
11 1	1	4	4	4	2	1	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5	58
11 2	3	4	4	5	2	3	5	3	3	3	4	4	5	5	4	3	60

11 3	3	4	4	5	2	3	4	3	4	3	4	4	3	5	4	3	58
11 4	2	5	4	3	5	2	4	4	3	4	5	4	2	2	3	3	55
11 5	2	4	3	2	4	4	4	5	4	4	4	3	5	4	5	5	62
11 6	1	4	5	2	3	2	3	3	1	3	4	5	3	3	3	3	48
11 7	2	3	4	3	4	2	2	3	5	3	3	4	5	3	4	3	53
11 8	1	2	1	2	3	2	4	3	3	2	2	1	3	4	3	4	40
11 9	2	2	3	3	4	2	4	3	3	2	2	3	2	4	4	5	48
12 0	2	2	1	4	2	3	5	5	4	1	2	1	2	3	2	3	42
12 1	2	4	3	4	4	1	3	1	3	1	4	3	5	5	5	3	51
12 2	5	2	3	4	2	3	5	5	5	1	2	3	2	3	5	3	53
12 3	2	2	2	2	3	3	3	1	4	1	2	2	3	2	2	3	37
12 4	3	4	4	4	3	4	5	3	4	1	4	4	4	4	4	5	60
12 5	3	5	4	2	3	1	5	5	3	2	5	4	2	3	5	1	53
12 6	3	3	4	1	2	3	5	2	2	1	3	4	3	4	4	5	49
12 7	1	4	2	1	3	1	3	1	3	3	4	2	1	3	5	3	40
12 8	3	4	5	4	1	4	5	5	5	2	4	5	2	3	3	2	57
12 9	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	52
13 0	3	2	4	2	3	3	4	4	4	2	2	4	2	2	3	4	48
13 1	3	4	4	3	4	3	4	3	2	2	4	4	3	2	3	3	51
13 2	3	2	1	4	5	3	3	3	3	2	2	1	1	4	4	3	44
13 3	3	5	4	4	3	4	5	3	2	4	5	4	2	3	4	4	59
13 4	3	4	5	2	3	3	3	3	1	3	4	5	3	3	3	3	51
13 5	2	5	5	5	5	2	4	4	4	1	5	5	2	5	2	3	59
13 6	3	3	3	5	5	2	4	4	3	3	3	3	3	2	2	3	51
13	2	3	3	2	4	2	3	3	2	4	3	3	2	3	2	2	43

7																	
13 8	2	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	5	4	3	5	53
13 9	4	3	5	1	2	2	5	2	4	2	3	5	3	2	2	2	47
14 0	3	4	3	4	5	3	4	2	2	3	4	3	4	4	3	1	52
14 1	3	4	4	4	3	4	3	2	4	3	4	4	2	3	2	2	51
14 2	1	4	4	5	5	3	3	1	2	3	4	4	3	2	4	1	49
14 3	2	3	4	3	2	2	3	3	3	2	3	4	3	3	5	3	48
14 4	1	3	2	2	2	2	3	3	1	2	3	2	3	3	2	3	37
14 5	2	4	4	3	3	4	5	3	2	2	4	4	2	4	4	3	53
14 6	2	4	2	2	2	2	4	3	3	2	4	2	4	3	2	3	44
14 7	2	5	4	5	4	4	4	3	3	3	5	4	4	1	3	2	56
14 8	2	3	4	3	2	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	1	51
14 9	2	5	4	4	1	3	5	3	4	2	5	4	4	4	5	3	58
15 0	2	4	4	3	3	3	5	5	5	4	4	4	3	3	3	5	60
15 1	3	2	2	5	2	2	2	4	3	5	2	2	3	4	3	5	49
15 2	2	2	2	5	4	4	4	5	4	5	2	2	2	3	4	3	53
15 3	3	2	4	3	3	2	4	4	4	3	2	4	4	3	4	3	52
15 4	2	4	3	4	2	3	2	2	3	4	4	3	4	3	3	3	49
15 5	2	4	4	4	4	3	5	1	1	1	4	4	5	5	5	3	55
15 6	2	2	4	3	4	1	1	1	1	2	2	4	5	2	5	3	42
15 7	1	4	4	3	2	3	3	1	2	4	4	4	4	4	4	5	52
15 8	2	3	4	5	5	2	3	3	3	2	3	4	2	3	4	4	52
15 9	1	1	4	2	3	3	2	3	1	1	1	4	4	4	3	5	42
16 0	1	2	2	4	3	2	2	3	5	1	2	2	4	2	2	4	41
16 1	1	2	1	4	3	4	4	3	1	2	2	1	4	3	4	2	41

16 2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	4	3	3	1	43
16 3	3	3	3	4	5	3	4	2	2	1	3	3	3	3	3	1	46
16 4	3	3	4	4	4	4	3	2	4	3	3	4	3	4	4	1	53
16 5	3	3	4	2	2	3	5	2	4	2	3	4	4	4	5	3	53
16 6	2	2	4	2	3	4	4	3	3	2	2	4	2	3	2	3	45
16 7	2	4	2	4	4	3	4	3	4	1	4	2	3	3	2	3	48
16 8	4	3	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	48
16 9	3	4	4	2	3	4	4	2	4	3	4	4	2	5	5	3	56
17 0	1	2	4	3	2	3	3	3	4	1	2	4	2	4	5	2	45
17 1	5	3	3	4	2	3	5	2	4	2	3	3	4	3	2	2	50
17 2	2	3	2	3	3	4	5	3	2	3	3	2	2	3	5	2	47
17 3	3	5	5	4	4	4	4	4	3	2	5	5	5	5	2	3	63
17 4	2	2	4	2	2	3	3	3	3	2	2	4	2	4	4	3	45
17 5	4	5	5	3	4	5	4	3	3	2	5	5	2	5	5	4	64
17 6	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	2	63
17 7	5	4	4	4	4	2	3	3	3	4	4	4	2	4	3	1	54
17 8	2	5	2	4	5	2	3	3	3	2	5	2	2	3	3	3	49
17 9	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	5	5	49
18 0	2	5	3	4	3	4	3	2	4	2	5	3	4	4	4	2	54
18 1	2	3	3	3	4	3	5	5	2	2	3	3	3	4	4	1	50
18 2	1	2	3	4	3	1	3	2	3	3	2	3	2	3	2	5	42
18 3	2	4	4	4	4	3	5	1	1	3	4	4	1	3	3	3	49
18 4	1	4	5	3	4	1	1	2	1	3	4	5	2	2	4	4	46
18 5	2	1	1	2	3	3	3	1	2	3	1	1	3	3	1	3	33
18	3	4	3	4	4	2	3	3	3	3	4	3	3	1	2	3	48

6																	
18 7	1	4	4	4	5	2	3	3	2	4	4	4	4	3	4	3	54
18 8	2	3	3	3	3	2	2	3	5	2	3	3	2	3	2	3	44
18 9	1	4	4	4	4	2	4	3	1	3	4	4	5	4	2	4	53
19 0	2	5	4	4	4	3	3	2	3	3	5	4	2	4	4	4	56
19 1	1	5	4	3	4	3	3	1	4	4	5	4	4	4	4	3	56
19 2	2	4	2	4	4	4	5	3	4	4	4	2	3	4	4	4	57
19 3	1	2	3	2	2	1	5	5	3	1	2	3	5	5	5	2	47
19 4	3	4	4	3	3	3	3	5	3	3	4	4	4	1	2	2	51
19 5	3	4	4	5	5	4	3	2	4	4	4	4	4	3	2	2	57
19 6	3	5	4	4	1	3	5	2	4	2	5	4	4	4	5	1	56
19 7	2	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	54
19 8	2	2	2	5	2	3	4	3	4	5	2	2	3	4	3	3	49
19 9	4	2	2	5	4	2	2	4	3	5	2	2	2	3	4	4	50
20 0	3	2	4	3	3	4	4	2	4	3	2	4	4	3	4	2	51
20 1	1	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	1	55
20 2	5	3	3	3	3	3	5	2	4	2	3	3	2	3	2	3	49
20 3	2	4	4	4	4	3	5	5	2	3	4	4	5	4	2	2	57
20 4	1	5	4	4	4	1	3	2	3	3	5	4	2	4	4	4	53
20 5	2	4	4	3	4	3	5	1	1	2	4	4	3	2	3	3	48
20 6	1	2	1	4	5	1	1	2	1	2	2	1	1	4	4	4	36
20 7	2	5	4	4	3	3	3	1	2	4	5	4	2	3	4	4	53
20 8	3	4	5	2	3	2	3	3	3	3	4	5	3	3	3	3	52
20 9	2	5	5	5	5	2	4	3	3	1	5	5	2	5	2	2	56
21 0	2	3	3	5	5	3	5	5	4	3	3	3	3	2	2	2	53

$\begin{smallmatrix} 21 \\ 1 \end{smallmatrix}$	2	3	4	5	5	1	3	1	3	2	3	4	2	3	4	4	49
$\begin{smallmatrix} 21 \\ 2 \end{smallmatrix}$	5	1	4	2	3	3	5	5	5	1	1	4	4	4	3	3	53

Lampiran 11

Tabulasi Data Real Test Kualitas Pelayanan (X2)

R	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Total
1	3	2	3	3	4	4	3	5	5	5	37
2	2	1	1	3	4	2	3	2	3	5	26
3	2	1	1	2	2	3	2	3	2	2	20
4	3	2	2	4	4	3	4	4	4	4	34
5	4	2	2	4	2	3	4	2	3	5	31
6	4	2	2	4	1	2	4	3	4	4	30
7	5	2	4	3	1	3	2	1	3	5	29
8	4	2	4	3	4	1	5	2	3	3	31
9	3	1	2	2	3	4	4	2	3	3	27
10	2	2	1	1	2	3	4	2	2	3	22
11	3	1	3	4	3	4	4	3	2	3	30
12	4	2	3	5	4	5	1	1	4	4	33
13	3	1	1	2	4	3	4	2	3	4	27
14	2	3	2	3	2	3	5	3	3	3	29
15	3	5	2	5	5	5	5	2	5	2	39
16	3	5	2	5	5	5	3	3	2	2	35
17	1	1	2	2	2	4	3	2	3	2	22
18	3	3	4	2	3	3	3	5	4	3	33
19	1	3	1	1	1	2	5	3	2	2	21
20	2	3	2	1	4	5	3	4	4	3	31
21	4	3	4	3	4	3	4	2	3	2	32
22	5	2	4	5	5	5	4	3	2	4	39
23	4	2	3	4	3	2	4	3	3	5	33
24	3	2	3	1	2	2	2	3	3	2	23
25	4	3	2	5	3	3	4	2	4	4	34
26	2	2	2	2	2	2	2	4	3	2	23
27	3	2	1	2	5	4	4	4	1	3	29
28	5	1	3	2	3	2	4	3	4	4	31
29	4	1	4	2	4	1	4	4	4	5	33
30	4	2	1	4	3	3	4	3	3	3	30
31	1	2	4	2	5	2	2	3	4	3	28
32	4	2	2	3	5	4	2	2	3	4	31
33	2	2	2	1	3	3	4	4	3	4	28
34	5	2	4	3	4	2	3	4	3	3	33
35	3	2	3	2	4	4	4	5	5	5	37
36	2	1	1	5	3	4	4	5	2	5	32
37	1	2	2	2	3	2	4	4	4	4	28
38	3	2	3	4	5	5	4	2	3	4	35

39	3	2	1	2	2	3	4	4	4	3	28
40	2	3	2	2	4	3	2	4	2	2	26
41	2	4	2	4	4	3	1	4	3	4	31
42	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	30
43	4	3	2	5	4	5	3	3	3	3	35
44	3	2	2	5	4	4	4	3	4	4	35
45	2	3	2	3	2	2	4	4	4	5	31
46	4	3	2	5	2	3	4	2	3	2	30
47	4	3	4	4	4	4	2	3	3	2	33
48	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	34
49	5	3	5	2	2	3	4	2	5	5	36
50	2	2	2	4	3	2	4	2	4	5	30
51	1	3	3	4	4	2	3	4	3	2	29
52	2	4	2	5	3	3	2	2	3	5	31
53	2	3	3	5	4	4	5	5	5	2	38
54	3	2	2	5	2	2	4	2	4	4	30
55	3	3	2	2	3	4	5	2	5	5	34
56	3	2	2	5	5	4	4	5	4	3	37
57	1	1	2	2	4	4	4	2	4	3	27
58	3	3	3	3	4	5	2	2	3	3	31
59	2	1	5	5	3	3	3	2	3	5	32
60	2	2	2	5	4	3	3	4	4	4	33
61	3	2	3	4	3	4	3	3	4	4	33
62	2	1	2	2	4	3	3	2	3	2	24
63	1	3	2	4	4	4	4	1	3	3	29
64	4	1	2	4	3	4	5	2	2	4	31
65	2	2	2	3	2	3	1	3	3	1	22
66	3	3	3	4	4	4	3	3	1	2	30
67	4	3	3	5	4	5	4	4	3	4	39
68	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	27
69	2	3	2	3	4	4	4	5	4	2	33
70	4	3	3	5	4	4	4	2	4	4	37
71	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	41
72	4	2	1	4	4	4	2	3	4	4	32
73	4	4	4	3	2	2	3	5	5	5	37
74	2	2	4	3	3	3	4	4	1	2	28
75	2	2	2	2	5	5	4	4	3	2	31
76	2	2	4	5	3	2	4	3	4	5	34
77	2	3	2	4	3	3	2	4	4	5	32
78	3	2	1	2	2	3	5	3	3	3	27
79	5	3	4	5	3	2	3	4	5	3	37
80	1	3	1	2	2	2	3	2	2	2	20

81	4	3	4	4	3	3	4	2	4	2	33
82	4	2	4	4	3	2	4	4	5	4	36
83	4	3	4	3	3	2	5	3	3	4	34
84	3	2	2	2	5	4	5	2	3	5	33
85	2	3	4	2	4	4	4	4	4	4	35
86	4	3	4	2	3	2	4	5	4	2	33
87	4	3	4	4	4	2	3	4	3	3	34
88	3	4	4	2	4	2	4	3	4	4	34
89	1	1	2	2	5	2	4	5	5	4	31
90	3	3	3	3	5	2	4	3	5	4	35
91	2	1	1	5	3	5	4	2	2	3	28
92	1	1	1	5	2	4	3	5	4	5	31
93	2	2	2	5	2	3	5	3	3	3	30
94	3	2	3	4	3	4	4	5	3	4	35
95	3	2	1	2	2	3	1	3	4	3	24
96	5	3	4	2	3	4	3	2	4	4	34
97	2	1	2	2	4	2	1	2	3	2	21
98	1	3	3	4	5	5	4	4	3	2	34
99	2	4	2	5	3	2	4	3	4	5	34
100	2	3	3	5	3	3	2	4	4	5	34
101	3	2	2	5	2	3	5	3	3	3	31
102	3	3	2	2	3	2	3	4	5	3	30
103	3	2	2	5	2	2	3	2	2	2	25
104	1	1	2	2	3	3	4	2	4	2	24
105	3	3	3	3	3	2	4	4	5	4	34
106	2	1	5	5	3	2	5	3	3	4	33
107	2	2	2	5	5	4	5	2	3	5	35
108	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	36
109	2	1	2	2	3	2	4	5	4	2	27
110	1	3	2	4	4	2	3	4	3	3	29
111	4	1	2	4	4	2	4	3	4	4	32
112	2	2	2	3	5	2	4	5	5	4	34
113	3	3	3	4	5	2	4	3	5	4	36
114	4	3	3	5	3	5	4	2	2	3	34
115	3	3	3	2	2	4	3	5	4	5	34
116	2	3	2	3	2	3	5	3	3	3	29
117	4	3	3	5	3	4	4	5	3	4	38
118	4	4	5	5	2	3	1	3	4	3	34
119	4	2	1	4	3	4	3	2	4	4	31
120	4	4	4	3	4	2	1	2	3	2	29
121	2	2	4	3	4	4	3	5	5	5	37
122	2	2	2	2	4	2	3	2	3	5	27

123	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	22
124	3	2	1	2	4	3	4	4	4	4	31
125	5	1	3	2	2	3	4	2	3	5	30
126	4	1	4	2	1	2	4	3	4	4	29
127	4	2	1	4	1	3	2	1	3	5	26
128	1	2	4	2	4	1	5	2	3	3	27
129	4	2	2	3	3	4	4	2	3	3	30
130	2	2	2	1	2	3	4	2	2	3	23
131	5	2	4	3	3	4	4	3	2	3	33
132	3	2	3	2	4	5	1	1	4	4	29
133	2	1	1	5	4	3	4	2	3	4	29
134	1	2	2	2	2	3	5	3	3	3	26
135	3	2	3	4	5	5	5	2	5	2	36
136	3	2	1	2	5	5	3	3	2	2	28
137	2	3	2	2	2	4	3	2	3	2	25
138	2	4	2	4	3	3	3	5	4	3	33
139	2	3	3	3	1	2	5	3	2	2	26
140	4	3	2	5	4	5	3	4	4	3	37
141	3	2	2	5	4	3	4	2	3	2	30
142	2	3	2	3	5	5	4	3	2	4	33
143	4	3	2	5	3	2	4	3	3	5	34
144	4	3	4	4	2	2	2	3	3	2	29
145	4	4	4	4	3	3	4	2	4	4	36
146	5	3	5	2	2	2	2	4	3	2	30
147	2	2	2	4	5	4	4	4	1	3	31
148	2	2	4	5	3	2	4	3	4	4	33
149	2	3	2	4	4	1	4	4	4	5	33
150	3	2	1	2	3	3	4	3	3	3	27
151	5	3	4	5	5	2	2	3	4	3	36
152	1	3	1	2	5	4	2	2	3	4	27
153	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	36
154	4	2	4	4	4	2	3	4	3	3	33
155	4	3	4	3	4	4	4	5	5	5	41
156	3	2	2	2	3	4	4	5	2	5	32
157	2	3	4	2	3	2	4	4	4	4	32
158	4	3	4	2	5	5	4	2	3	4	36
159	4	3	4	4	2	3	4	4	4	3	35
160	3	4	4	2	4	3	2	4	2	2	30
161	1	1	2	2	4	3	1	4	3	4	25
162	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	31
163	2	1	1	5	4	5	3	3	3	3	30
164	1	1	1	5	4	4	4	3	4	4	31

165	2	2	2	5	2	2	4	4	4	5	32
166	3	2	3	4	2	3	4	2	3	2	28
167	3	2	1	2	4	4	2	3	3	2	26
168	5	3	4	2	3	3	3	3	3	3	32
169	2	1	2	2	2	3	4	2	5	5	28
170	3	2	3	3	3	2	4	2	4	5	31
171	2	1	1	3	4	2	3	4	3	2	25
172	2	1	1	2	3	3	2	2	3	5	24
173	3	2	2	4	4	4	5	5	5	2	36
174	4	2	2	4	2	2	4	2	4	4	30
175	4	2	2	4	3	4	5	2	5	5	36
176	5	2	4	3	5	4	4	5	4	3	39
177	4	2	4	3	4	4	4	2	4	3	34
178	3	1	2	2	4	5	2	2	3	3	27
179	2	2	1	1	3	3	3	2	3	5	25
180	3	1	3	4	4	3	3	4	4	4	33
181	4	2	3	5	3	4	3	3	4	4	35
182	3	1	1	2	4	3	3	2	3	2	24
183	2	3	2	3	4	4	4	1	3	3	29
184	3	5	2	5	3	4	5	2	2	4	35
185	3	5	2	5	2	3	1	3	3	1	28
186	1	1	2	2	4	4	3	3	1	2	23
187	3	3	4	2	4	5	4	4	3	4	36
188	1	3	1	1	3	3	3	2	3	2	22
189	2	3	2	1	4	4	4	5	4	2	31
190	4	3	4	3	4	4	4	2	4	4	36
191	5	2	4	5	3	4	4	4	4	4	39
192	4	2	3	4	4	4	2	3	4	4	34
193	3	2	3	1	2	2	3	5	5	5	31
194	4	3	2	5	3	3	4	4	1	2	31
195	3	3	3	4	5	5	4	4	3	2	36
196	4	3	3	5	4	1	4	4	4	5	37
197	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	30
198	2	3	2	3	5	2	2	3	4	3	29
199	4	3	3	5	5	4	2	2	3	4	35
200	4	4	5	5	3	3	4	4	3	4	39
201	4	2	1	4	4	5	4	4	3	4	35
202	4	4	4	3	3	3	3	2	3	2	31
203	2	2	4	3	4	4	4	5	4	2	34
204	2	2	2	2	4	4	4	2	4	4	30
205	2	2	2	2	3	4	4	3	2	3	27
206	3	2	1	2	4	5	1	1	4	4	27

207	5	1	3	2	4	3	4	2	3	4	31
208	4	1	4	2	2	3	5	3	3	3	30
209	4	2	2	4	5	5	5	2	5	2	36
210	4	2	2	4	5	5	3	3	2	2	32
211	5	2	4	3	5	5	4	2	3	4	37
212	4	2	4	3	2	3	4	4	4	3	33

Lampiran 12

Tabulasi Data Real Test Kepuasan Pelanggan (Y)

R	Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	Q 5	Q 6	Q 7	Q 8	Q 9	Q1 0	Q1 1	Q1 2	Q1 3	Q1 4	Q1 5	Tota l
1	4	4	4	4	2	1	4	3	5	5	5	5	2	3	4	55
2	4	2	2	2	1	1	2	3	2	3	5	2	4	2	2	37
3	2	3	5	2	3	1	2	2	3	2	2	3	2	3	3	38
4	4	3	3	2	1	1	4	4	4	4	4	3	5	5	4	51
5	2	3	5	2	1	2	5	4	2	3	5	5	4	5	2	50
6	1	2	1	3	4	1	3	4	3	4	4	5	4	3	4	46
7	1	3	2	5	1	3	4	2	1	3	5	4	4	5	2	45
8	4	1	3	4	2	2	4	5	2	3	3	3	3	2	5	46
9	3	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	47
10	2	3	3	2	1	2	2	4	2	2	3	4	2	4	4	40
11	3	4	3	2	3	2	4	4	3	2	3	4	3	4	3	47
12	4	5	5	3	2	2	2	1	1	4	4	4	5	4	2	48
13	4	3	5	5	2	4	5	4	2	3	4	3	3	3	2	52
14	2	3	5	5	2	3	4	5	3	3	3	3	3	3	3	50
15	5	5	5	5	2	1	5	5	2	5	2	3	4	5	5	59
16	5	5	5	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3	2	2	48
17	2	4	3	4	4	4	3	3	2	3	2	3	4	4	4	49
18	3	3	2	2	4	3	3	3	5	4	3	4	4	4	3	50
19	1	2	2	4	2	2	3	5	3	2	2	4	3	3	3	41
20	4	5	3	2	1	3	4	3	4	4	3	4	5	3	4	52
21	4	3	3	3	3	3	4	4	2	3	2	4	3	4	4	49
22	5	5	5	3	3	3	4	4	3	2	4	4	2	2	5	54
23	3	2	4	5	3	2	3	4	3	3	5	1	1	5	1	45
24	2	2	1	4	3	2	3	2	3	3	2	3	4	2	1	37
25	3	3	2	2	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	50
26	2	2	2	2	2	2	4	2	4	3	2	4	2	2	1	36
27	5	4	2	3	2	3	5	4	4	1	3	4	2	3	2	47
28	3	2	3	5	2	4	3	4	3	4	4	2	2	3	3	47
29	4	1	2	4	2	2	5	4	4	4	5	4	4	4	2	51
30	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	2	2	49
31	5	2	2	2	2	5	2	2	3	4	3	4	4	1	4	45
32	5	4	2	4	1	5	2	2	2	3	4	3	3	3	2	45
33	3	3	3	5	1	3	2	4	4	3	4	4	2	3	3	47
34	4	2	4	2	1	4	4	3	4	3	3	2	2	2	4	44
35	4	4	4	3	1	1	4	4	5	5	5	2	2	3	5	52
36	3	4	2	4	1	2	2	4	5	2	5	3	3	5	4	49
37	3	2	1	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	2	2	50

38	5	5	5	5	3	2	3	4	2	3	4	1	1	5	1	49
39	2	3	2	3	4	1	1	4	4	4	3	4	3	4	4	46
40	4	3	2	2	2	1	2	2	4	2	2	4	5	4	4	43
41	4	3	3	2	2	2	2	1	4	3	4	3	4	5	5	47
42	3	3	2	4	3	1	3	3	4	3	3	3	3	4	4	46
43	4	5	4	3	2	1	3	3	3	3	3	4	3	2	2	45
44	4	4	3	3	2	3	3	4	3	4	4	2	2	3	3	47
45	2	2	3	1	1	2	3	4	4	4	5	4	4	4	4	47
46	2	3	5	2	2	2	2	4	2	3	2	4	5	5	4	47
47	4	4	4	4	2	1	4	2	3	3	2	2	4	4	4	47
48	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	5	5	3	4	53
49	2	3	2	4	2	3	4	4	2	5	5	5	3	5	4	53
50	3	2	2	2	4	1	2	4	2	4	5	2	3	5	5	46
51	4	2	3	4	4	2	3	3	4	3	2	3	4	4	4	49
52	3	3	2	4	4	3	3	2	2	3	5	5	4	4	5	52
53	4	4	4	4	5	2	5	5	5	5	2	5	2	4	3	59
54	2	2	4	4	2	2	2	4	2	4	4	2	4	3	4	45
55	3	4	4	3	4	2	5	5	2	5	5	5	2	5	2	56
56	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	3	1	2	3	5	55
57	4	4	4	3	3	4	4	4	2	4	3	3	4	3	2	51
58	4	5	5	5	4	2	5	2	2	3	3	3	3	2	3	51
59	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	5	5	4	4	1	47
60	4	3	5	3	4	2	5	3	4	4	4	3	4	4	2	54
61	3	4	5	2	2	2	3	3	3	4	4	3	2	2	2	44
62	4	3	4	2	1	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	38
63	4	4	4	3	2	3	4	4	1	3	3	2	5	5	1	48
64	3	4	4	3	2	3	4	5	2	2	4	2	2	5	3	48
65	2	3	3	1	1	3	1	1	3	3	1	4	3	2	3	34
66	4	4	4	4	2	3	4	3	3	1	2	3	3	1	4	45
67	4	5	3	4	2	4	4	4	4	3	4	2	2	3	3	51
68	3	3	5	4	3	2	3	3	2	3	2	4	3	3	4	47
69	4	4	4	3	2	3	4	4	5	4	2	3	3	2	2	49
70	4	4	4	4	2	3	5	4	2	4	4	5	3	3	2	53
71	3	4	1	2	4	4	5	4	4	4	4	5	2	4	2	52
72	4	4	4	3	2	4	4	2	3	4	4	2	4	4	3	51
73	2	2	3	3	2	1	2	3	5	5	5	3	4	5	4	49
74	3	3	4	3	1	3	4	4	4	1	2	3	3	4	4	46
75	5	5	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	2	5	5	58
76	3	2	3	2	2	2	4	4	3	4	5	2	3	4	4	47
77	3	3	5	4	3	3	2	2	4	4	5	5	5	3	4	55
78	2	3	5	5	2	3	4	5	3	3	3	3	3	3	3	50
79	3	2	3	4	3	3	3	3	4	5	3	5	5	3	4	53

80	2	2	3	4	3	2	4	3	2	2	2	1	1	1	1	33
81	3	3	4	4	3	3	2	4	2	4	2	3	2	4	5	48
82	3	2	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	58
83	3	2	2	3	2	3	5	5	3	3	4	5	3	3	3	49
84	5	4	4	3	1	2	4	5	2	3	5	4	3	4	5	54
85	4	4	2	3	2	2	4	4	4	4	4	3	3	3	5	51
86	3	2	2	2	2	4	5	4	5	4	2	4	5	2	5	51
87	4	2	4	2	2	2	4	3	4	3	3	2	4	3	3	45
88	4	2	3	4	2	4	4	4	3	4	4	3	3	2	2	48
89	5	2	2	3	1	3	4	4	5	5	4	3	5	2	4	52
90	5	2	5	4	1	3	4	4	3	5	4	3	4	3	4	54
91	3	5	5	5	3	4	5	4	2	2	3	2	4	3	2	52
92	2	4	3	4	4	4	4	3	5	4	5	4	3	1	4	54
93	2	3	5	5	2	3	4	5	3	3	3	3	3	3	3	50
94	3	4	3	3	3	3	3	4	5	3	4	4	3	3	3	51
95	2	3	3	2	1	2	2	1	3	4	3	4	2	3	4	39
96	3	4	2	2	2	2	2	3	2	4	4	3	4	3	4	44
97	4	2	5	4	1	1	2	1	2	3	2	3	2	3	2	37
98	5	5	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	2	5	5	58
99	3	2	3	2	2	2	4	4	3	4	5	2	3	4	4	47
10 0	3	3	5	4	3	3	2	2	4	4	5	5	5	3	4	55
10 1	2	3	5	5	2	3	4	5	3	3	3	3	3	3	3	50
10 2	3	2	3	4	3	3	3	3	4	5	3	5	5	3	4	53
10 3	2	2	3	4	3	2	4	3	2	2	2	1	1	1	1	33
10 4	3	3	4	4	3	3	2	4	2	4	2	3	2	4	5	48
10 5	3	2	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	58
10 6	3	2	2	3	2	3	5	5	3	3	4	5	3	3	3	49
10 7	5	4	4	3	1	2	4	5	2	3	5	4	3	4	5	54
10 8	4	4	2	3	2	2	4	4	4	4	4	3	3	3	5	51
10 9	3	2	2	2	2	4	5	4	5	4	2	4	5	2	5	51
11 0	4	2	4	2	2	2	4	3	4	3	3	2	4	3	3	45
11 1	4	2	3	4	2	4	4	4	3	4	4	3	3	2	2	48
11 2	5	2	2	3	1	3	4	4	5	5	4	3	5	2	4	52

11 3	5	2	5	4	1	3	4	4	3	5	4	3	4	3	4	54
11 4	3	5	5	5	3	4	5	4	2	2	3	2	4	3	2	52
11 5	2	4	3	4	4	4	4	3	5	4	5	4	3	1	4	54
11 6	2	3	5	5	2	3	4	5	3	3	3	3	3	3	3	50
11 7	3	4	3	3	3	3	3	4	5	3	4	4	3	3	3	51
11 8	2	3	3	2	1	2	2	1	3	4	3	4	2	3	4	39
11 9	3	4	2	2	2	2	2	3	2	4	4	3	4	3	4	44
12 0	4	2	5	4	1	1	2	1	2	3	2	3	2	3	2	37
12 1	4	4	4	4	2	1	4	3	5	5	5	5	2	3	4	55
12 2	4	2	2	2	1	1	2	3	2	3	5	2	4	2	2	37
12 3	2	3	5	2	3	1	2	2	3	2	2	3	2	3	3	38
12 4	4	3	3	2	1	1	4	4	4	4	4	3	5	5	4	51
12 5	2	3	5	2	1	2	5	4	2	3	5	5	4	5	2	50
12 6	1	2	1	3	4	1	3	4	3	4	4	5	4	3	4	46
12 7	1	3	2	5	1	3	4	2	1	3	5	4	4	5	2	45
12 8	4	1	3	4	2	2	4	5	2	3	3	3	3	2	5	46
12 9	3	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	47
13 0	2	3	3	2	1	2	2	4	2	2	3	4	2	4	4	40
13 1	3	4	3	2	3	2	4	4	3	2	3	4	3	4	3	47
13 2	4	5	5	3	2	2	2	1	1	4	4	4	5	4	2	48
13 3	4	3	5	5	2	4	5	4	2	3	4	3	3	3	2	52
13 4	2	3	5	5	2	3	4	5	3	3	3	3	3	3	3	50
13 5	5	5	5	5	2	1	5	5	2	5	2	3	4	5	5	59
13 6	5	5	5	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3	2	2	48
13	2	4	3	4	4	4	3	3	2	3	2	3	4	4	4	49

7																
$\frac{13}{8}$	3	3	2	2	4	3	3	3	5	4	3	4	4	4	3	50
$\frac{13}{9}$	1	2	2	4	2	2	3	5	3	2	2	4	3	3	3	41
$\frac{14}{0}$	4	5	3	2	1	3	4	3	4	4	3	4	5	3	4	52
$\frac{14}{1}$	4	3	3	3	3	3	4	4	2	3	2	4	3	4	4	49
$\frac{14}{2}$	5	5	5	3	3	3	4	4	3	2	4	4	2	2	5	54
$\frac{14}{3}$	3	2	4	5	3	2	3	4	3	3	5	1	1	5	1	45
$\frac{14}{4}$	2	2	1	4	3	2	3	2	3	3	2	3	4	2	1	37
$\frac{14}{5}$	3	3	2	2	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	50
$\frac{14}{6}$	2	2	2	2	2	2	4	2	4	3	2	4	2	2	1	36
$\frac{14}{7}$	5	4	2	3	2	3	5	4	4	1	3	4	2	3	2	47
$\frac{14}{8}$	3	2	3	5	2	4	3	4	3	4	4	2	2	3	3	47
$\frac{14}{9}$	4	1	2	4	2	2	5	4	4	4	5	4	4	4	2	51
$\frac{15}{0}$	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	2	2	49
$\frac{15}{1}$	5	2	2	2	2	5	2	2	3	4	3	4	4	1	4	45
$\frac{15}{2}$	5	4	2	4	1	5	2	2	2	3	4	3	3	3	2	45
$\frac{15}{3}$	3	3	3	5	1	3	2	4	4	3	4	4	2	3	3	47
$\frac{15}{4}$	4	2	4	2	1	4	4	3	4	3	3	2	2	2	4	44
$\frac{15}{5}$	4	4	4	3	1	1	4	4	5	5	5	2	2	3	5	52
$\frac{15}{6}$	3	4	2	4	1	2	2	4	5	2	5	3	3	5	4	49
$\frac{15}{7}$	3	2	1	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	2	2	50
$\frac{15}{8}$	5	5	5	5	3	2	3	4	2	3	4	1	1	5	1	49
$\frac{15}{9}$	2	3	2	3	4	1	1	4	4	4	3	4	3	4	4	46
$\frac{16}{0}$	4	3	2	2	2	1	2	2	4	2	2	4	5	4	4	43
$\frac{16}{1}$	4	3	3	2	2	2	2	1	4	3	4	3	4	5	5	47

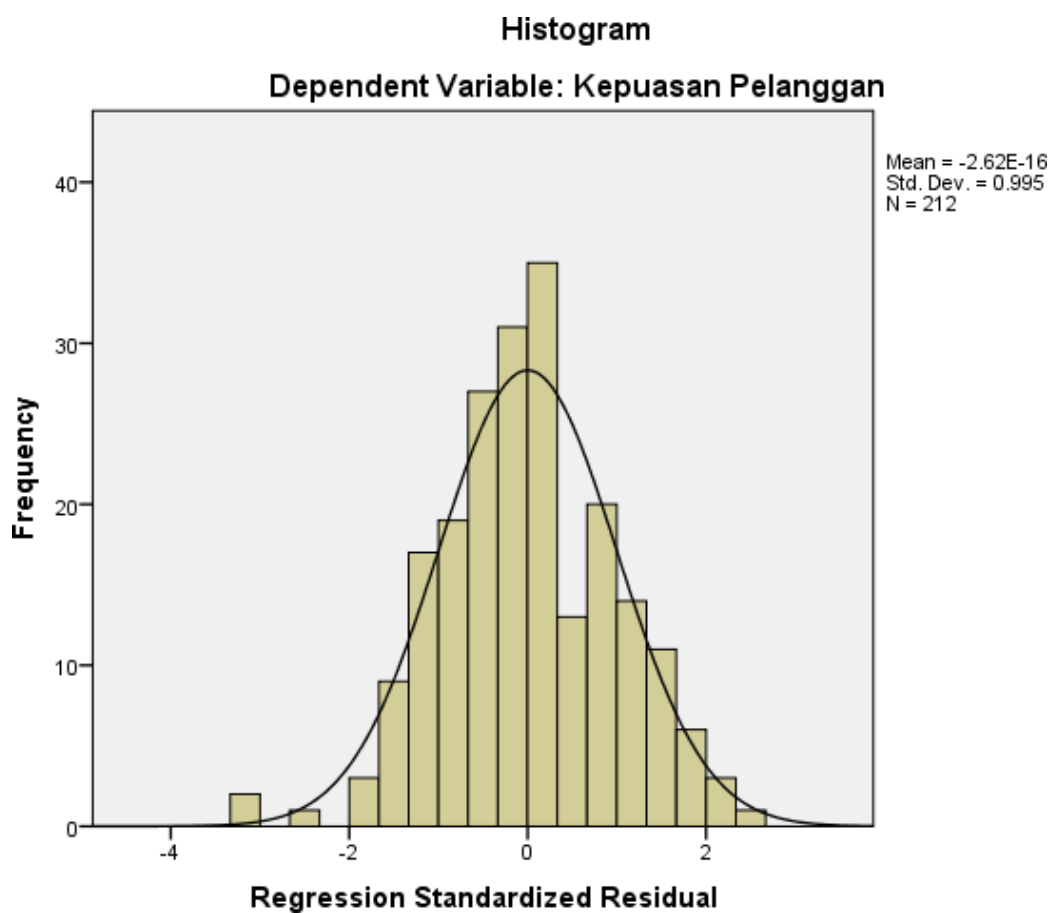
16_2	3	3	2	4	3	1	3	3	4	3	3	3	3	4	4	46
16_3	4	5	4	3	2	1	3	3	3	3	3	4	3	2	2	45
16_4	4	4	3	3	2	3	3	4	3	4	4	2	2	3	3	47
16_5	2	2	3	1	1	2	3	4	4	4	5	4	4	4	4	47
16_6	2	3	5	2	2	2	2	4	2	3	2	4	5	5	4	47
16_7	4	4	4	4	2	1	4	2	3	3	2	2	4	4	4	47
16_8	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	5	5	3	4	53
16_9	2	3	2	4	2	3	4	4	2	5	5	5	3	5	4	53
17_0	3	2	2	2	4	1	2	4	2	4	5	2	3	5	5	46
17_1	4	2	3	4	4	2	3	3	4	3	2	3	4	4	4	49
17_2	3	3	2	4	4	3	3	2	2	3	5	5	4	4	5	52
17_3	4	4	4	4	5	2	5	5	5	5	2	5	2	4	3	59
17_4	2	2	4	4	2	2	2	4	2	4	4	2	4	3	4	45
17_5	3	4	4	3	4	2	5	5	2	5	5	5	2	5	2	56
17_6	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	3	1	2	3	5	55
17_7	4	4	4	3	3	4	4	4	2	4	3	3	4	3	2	51
17_8	4	5	5	5	4	2	5	2	2	3	3	3	3	2	3	51
17_9	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	5	5	4	4	1	47
18_0	4	3	5	3	4	2	5	3	4	4	4	3	4	4	2	54
18_1	3	4	5	2	2	2	3	3	3	4	4	3	2	2	2	44
18_2	4	3	4	2	1	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	38
18_3	4	4	4	3	2	3	4	4	1	3	3	2	5	5	1	48
18_4	3	4	4	3	2	3	4	5	2	2	4	2	2	5	3	48
18_5	2	3	3	1	1	3	1	1	3	3	1	4	3	2	3	34
18	4	4	4	4	2	3	4	3	3	1	2	3	3	1	4	45

6																
18 7	4	5	3	4	2	4	4	4	4	3	4	2	2	3	3	51
18 8	3	3	5	4	3	2	3	3	2	3	2	4	3	3	4	47
18 9	4	4	4	3	2	3	4	4	5	4	2	3	3	2	2	49
19 0	4	4	4	4	2	3	5	4	2	4	4	5	3	3	2	53
19 1	3	4	1	2	4	4	5	4	4	4	4	5	2	4	2	52
19 2	4	4	4	3	2	4	4	2	3	4	4	2	4	4	3	51
19 3	2	2	3	3	2	1	2	3	5	5	5	3	4	5	4	49
19 4	3	3	4	3	1	3	4	4	4	1	2	3	3	4	4	46
19 5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	2	5	5	58
19 6	4	1	2	4	2	2	5	4	4	4	5	4	4	4	2	51
19 7	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	2	2	49
19 8	5	2	2	2	2	5	2	2	3	4	3	4	4	1	4	45
19 9	5	4	2	4	1	5	2	2	2	3	4	3	3	3	2	45
20 0	3	3	3	5	1	3	2	4	4	3	4	4	2	3	3	47
20 1	4	5	3	4	2	4	4	4	4	3	4	2	2	3	3	51
20 2	3	3	5	4	3	2	3	3	2	3	2	4	3	3	4	47
20 3	4	4	4	3	2	3	4	4	5	4	2	3	3	2	2	49
20 4	4	4	4	4	2	3	5	4	2	4	4	5	3	3	2	53
20 5	3	4	3	2	3	2	4	4	3	2	3	4	3	4	3	47
20 6	4	5	5	3	2	2	2	1	1	4	4	4	5	4	2	48
20 7	4	3	5	5	2	4	5	4	2	3	4	3	3	3	2	52
20 8	2	3	5	5	2	3	4	5	3	3	3	3	3	3	3	50
20 9	5	5	5	5	2	1	5	5	2	5	2	3	4	5	5	59
21 0	5	5	5	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3	2	2	48

$\begin{smallmatrix} 21 \\ 1 \end{smallmatrix}$	5	5	5	5	3	2	3	4	2	3	4	1	1	5	1	49
$\begin{smallmatrix} 21 \\ 2 \end{smallmatrix}$	2	3	2	3	4	1	1	4	4	4	3	4	3	4	4	46

Lampiran 13

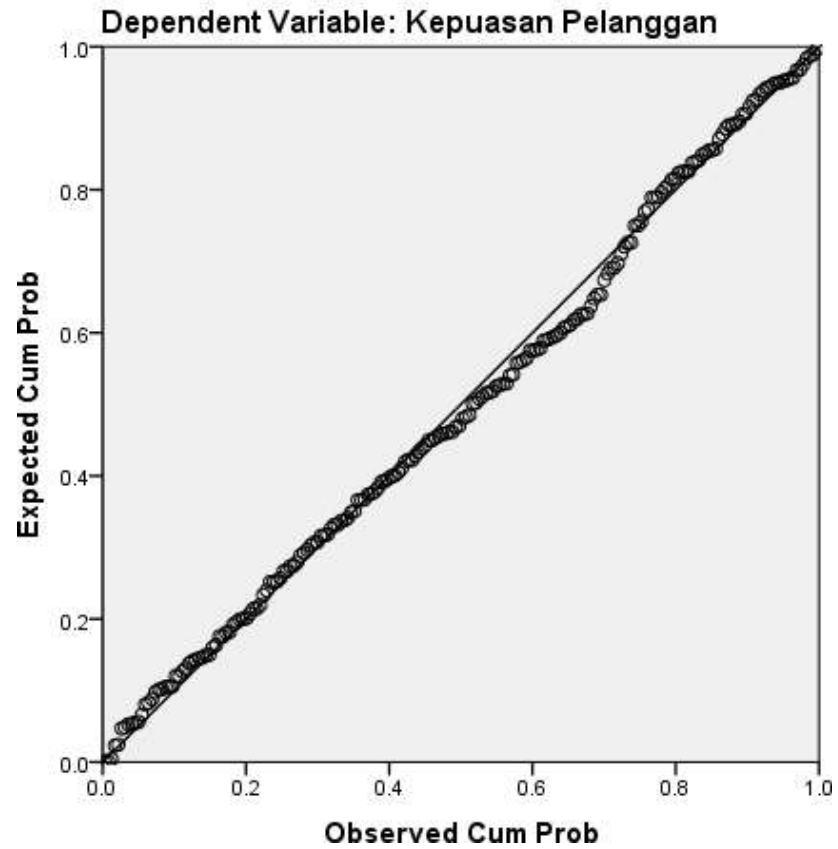
Uji Asumsi Klasik Normalitas Histogram



Lampiran 13

Uji Asumsi Klasik Normalitas P-Plot Of Regression

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Lampiran 14

Uji Asumsi Klasik Normalitas Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Predicted Value
N		212
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	48.2830189
	Std. Deviation	3.91109491
	Absolute	.066
Most Extreme Differences	Positive	.038
	Negative	-.066
Kolmogorov-Smirnov Z		.954
Asymp. Sig. (2-tailed)		.323

a. Test distribution is Normal.

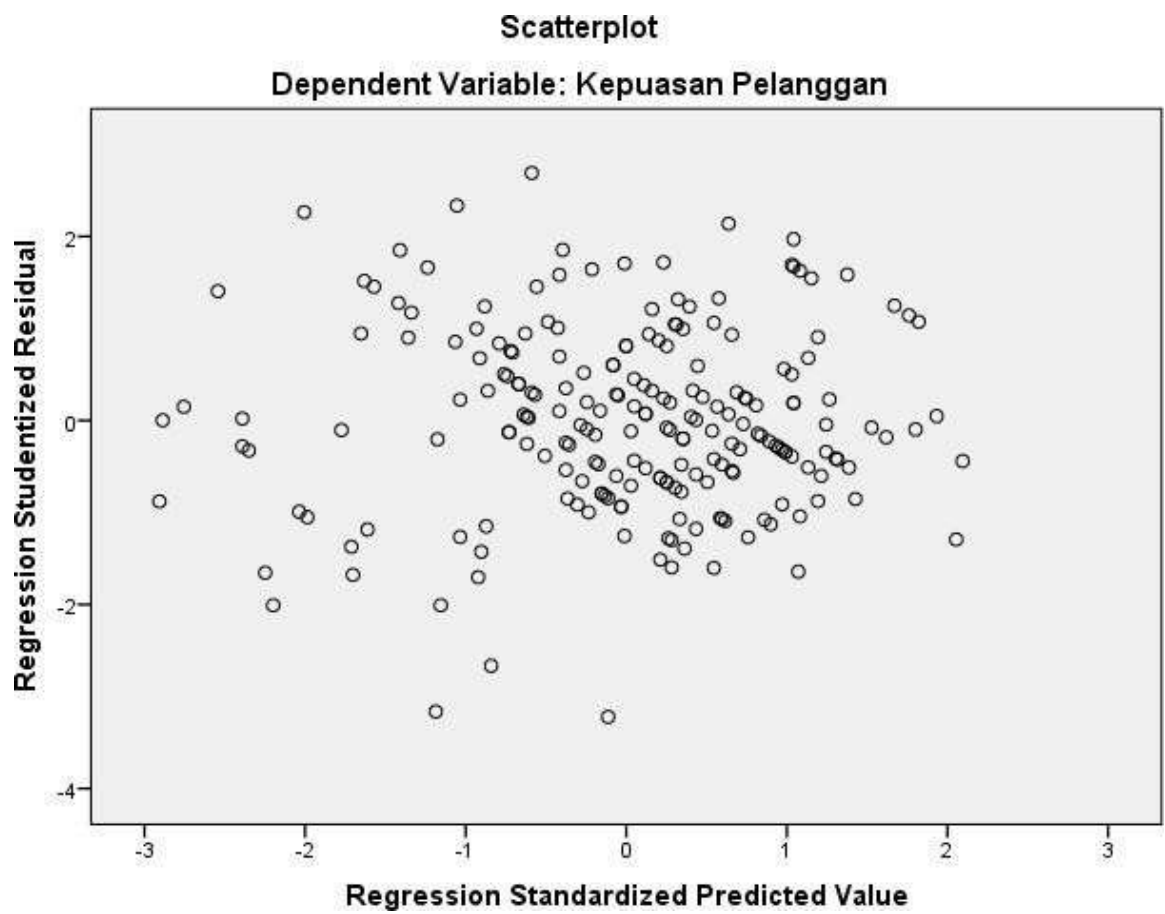
b. Calculated from data.

Lampiran 15
Data Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	15.133	2.000		7.565	.000		
1 Kualitas Produk	.436	.043	.551	10.212	.000	.701	1.427
Kualitas Pelayanan	.357	.064	.299	5.536	.000	.701	1.427

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Lampiran 16
Data Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 17

Data Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	15.133	2.000		7.565	.000		
1 Kualitas Produk	.436	.043	.551	10.212	.000	.701	1.427
Kualitas Pelayanan	.357	.064	.299	5.536	.000	.701	1.427

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Lampiran 18

Hasil Uji Hipotesis Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	15.133	2.000		7.565	.000		
1 Kualitas Produk	.436	.043	.551	10.212	.000	.701	1.427
Kualitas Pelayanan	.357	.064	.299	5.536	.000	.701	1.427

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Lampiran 19

Hasil Uji Hipotesis Uji f (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3227.596	2	1613.798	140.452	.000 ^b
	Residual	2401.423	209	11.490		
	Total	5629.019	211			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

Lampiran 20

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.757 ^a	.573	.569	3.390

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

CV. ABADI SENTOSA MEDAN

Halaman : Persetujuan izin melakukan observasi

Kepada Yth,
Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
Ketua STIE Eka Prasetya
Di Tempat

Dengan Hormat,

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Herman

Jabatan : Direktur

Alamat : Jl. Krakatau Ujung No A9. Kompleks Krakatau Multi Centre

No.Telp : 0811600812

Menerangkan bahwa

Nama : Kelvin Jordy

NIM : 181010067

Prodi : Manajemen Pemasaran

Kami sebagai pemilik perusahaan CV. Abadi Sentosa Medan telah menyetujui kepada peneliti untuk melakukan penelitian ditempat kami sebagai syarat untuk penyusunan skripsi yang berjudul : **"PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI CV. ABADI SENTOSA MEDAN."**

Demikian surat ini kami sampaikan kepada bapak/ibu ketua STIE Eka Prasetya dan atas kerja samanya kami mengucapkan terima kasih.

Medan 26 Januari 2022

Hormat Kami


Herman
Direktur



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI **EKA PRASETYA**

Jl. Merapi No. 08 Medan - 20212
Telp. (061) 4571155 (Hunting) Fax. (061) 4151391
Website : www.eka-prasetya.ac.id E-mail : seo@eka-prasetya.ac.id

Nomor : 2015/R/STIE-EP/X/2021

Medan, 18 Oktober 2021

Lamp. : ---

Hal : "Observasi"

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan CV. Makmur Abadi Sentosa
Di-
Tempat,

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu Pimpinan untuk menerima kunjungan seorang Mahasiswa/i kami :

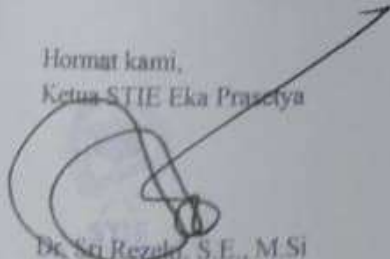
Nama	: Kelvin jordy
NIM	: 181010067
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. Makmur Abadi Sentosa

Untuk mengadakan peninjauan ke CV. Makmur Abadi Sentosa yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan observasi untuk bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i tersebut.

Hasil penelitian berupa data yang dikumpulkannya tetap akan bersifat rahasia dan tidak dipublikasi untuk umum. Kami juga mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membalas surat kami ini yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di atas benar telah melakukan observasi dimaksud.

Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu Pimpinan menerima Mahasiswa/i kami serta memberi data yang diperlukan, kami ucapkan terima kasih. Semoga hubungan kerja sama ini dapat berlanjut untuk hari-hari yang akan datang, dan mudah-mudahan perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin sukses di masa yang akan datang.

Hormat kami,
Ketua STIE Eka Prasetya


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



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : Nelson Lory
NIM : 181010067
PROGRAM STUDI : _____

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENTAH SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1	20/1/2022	JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Harga, Iklan, dan Promosi Pemasaran terhadap keputusan pembelian produk pada MNC Retailer	181010012	
2	24/1/2022	JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Perilaku dan Sikap Perilaku Konsumen Kebiasaan Berbelanja Produk Elektronik di Era New Tiger	181010015	
3	25/1/2022	JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Etika Bisnis dan Etika Kerja terhadap Kinerja Sales Call Center	181010019	
4	26/1/2022	JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Kualitas kerja dan kinerja terhadap Kepuasan dan Loyalitas PT. Garuda Indonesia Karya Mandiri	181010021	
5	28/1/2022	JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Sistem kerja, pasar dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian PT. Garuda Indonesia Karya Mandiri	181010016	
6	26/1/2022	JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Perilaku personal dan pengetahuan produk terhadap keputusan pembelian PT. Garuda Indonesia Karya Mandiri	181010014	
		JUDUL PROPOSAL:		
		JUDUL PROPOSAL:		

Informasi dapat menyimpulkan bahwa seminar ini
sudah dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah
ditentukan mahasiswa yang telah **MINIMAL 5 KALI**

Medan, 20
Kampus STIE Eka Prasetya

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



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI



Nama Mahasiswa : Kelvin Lordy
NIM : 181010067
Konsentrasi : Pemasaran A
Kelas : Pemasaran A
Nomor HP, No. WA : 081376445515
Email : kelvinlordy@gmail.com
Alamat Tinggal : Jln. Ar. Halem. Gkr. Pakung No 23.
Dosen Pembimbing Akademik : TTD:

Ka. Prodi		Dosen Pembimbing I	Dosen Pembimbing II	Mahasiswa	
		Uraian Singkat Bimbingan		Paraf Dosen Pembimbing	
No	Tanggal			I	II
1	11/1/2022	- Pemahaman dari bab 1 - 3 masih berantakan			1
2	19/1/2022	- Pemahaman masih saja berantakan			1
3	26/1/2022	- Pemahaman masih berantakan			1
4	7/2/2022	- Pembacaan Daftar Pustaka			1
5	8/2/2022	- Acc. lanjut ke Pembimbing I			1
6	28/5/2022	- Revisi Struktur Organisasi Bab III			1
7	31/5/2022	- Karakteristik Responden Bab III			1
8	1/6/2022	- Revisi Uji Validitas Variabel Bab III			1
9	9/6/2022	- Revisi tabel responden Bab III			1
10	14/6/2022	- Acc. lanjut ke pembimbing I			1
11	17/6/2022	- Acc. Bab IV			1
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					
21					
22					

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Bahwa saya yaamg bertanda tangan di bawah ini

1. Nama : Kelvin Jordy
2. Tempat/tgl lahir : Medan, 09-04-2000
3. Jenis kelamin : Laki-Laki
4. Agama : Buddha
5. Pendidikan : Mahasiswa
6. Alamat : JLN. Ar.Hakim GG Bakung
No 23

TAMATAN PENDIDIKAN

Tamatan SD kelas 1-6 dari tahun 2006-2012

Tamatan SMP kelas SMP 1-3 dari tahun 2013-2015

Tamatan SMA kelas SMA 1-3 dari tahun 2016-2018

PENGALAMAN KERJA

Dari tahun 2018-2019 pernah PT Surya Tara Jaya

Dari tahun 2019-2020 pernah PT Bina Catur Marga

Demikian daftar riwayat hidup saya buat dengan
sebenarnya

Hormat saya

Kelvin Jordy