



**DETERMINAN KEPUASAN KONSUMEN DALAM
BERBELANJA DI MIKEY
STORE DISTRO**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Dalam
Bidang Ekonomi Syariah Konsentrasi
Manajemen dan Bisnis*

Oleh

**MASRENI HARAHAHAP
NIM. 16 402 00025**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2020**



**DETERMINAN KEPUASAN KONSUMEN DALAM
BERBELANJA DI MIKEY STORE DISTRO**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah
Konsentrasi Manajemendan Bisnis*

Oleh

MASRENI HARAHAHAP
NIM. 16 402 00025

PEMBIMBING I

H. Aswadi Lubis, SE., M. Si
NIP. 19630107 199903 1 002

PEMBIMBING II

Zulaika Matondang

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUNAN
2020**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan, 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **MASRENI HARAHAHAP**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, September 2020
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperiunya terhadap skripsi a.n. **MASRENI HARAHAHAP** yang berjudul "**Determinan Kepuasan Konsumen dalam Berbelanja Di Mikey Store Distro**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam siding munaqasyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

H. Aswadi Lubis, SE., M. Si
NIP. 19630107 199903 1 002

PEMBIMBING II

Zubika Matondang, M. Si

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : MASRENIHARAHAP
NIM : 16 402 00025
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Determinan Kepuasan Konsumen dalam Berbelanja Di Mikey Store Distro.**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan 28 September 2020

Saya yang Menyatakan,



Masreni Harahap
MASRENI HARAHAP
NIM. 16 402 00025

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, saya yang bertandatangan dibawah ini,

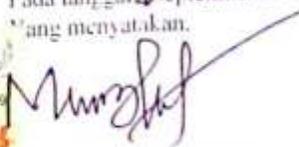
Nama : MASRENI HARAHAP
NIM : 16.402.00025
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyatakan untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **"Determinan Kenuasan Konsumen dalam Berbelanja Di Mikey Store Distro"**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Padangsidempuan
Pada tanggal 28 September 2020
Yang menyatakan,




MASRENI HARAHAP
NIM. 16.402.00025



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan, 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

NAMA : MASRENI HARAHAP
NIM : 16 402 00025
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah MB-1
JUDUL SKRIPSI : Determinan Kepuasan Konsumen dalam Berbelanja
Di Mikey Store Distro

Ketua

Dr. Arbanur Rasyid, MA
NIP. 19730725199903 1 002

Sekretaris

Rodame Monitorir Napitupulu, MM
NIP. 198411302018012 001

Anggota

Dr. Arbanur Rasyid, MA
NIP. 19730725199903 1 002

Rodame Monitorir Napitupulu, MM
NIP. 19841130201801 2 001

Dr. Budi Gautama Siregar, MM
NIP. 19790720201101 1 005

Azwar Hamid, M.A
NIP. 19860311201503 1 005

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah
Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Kamis/22 Oktober 2020
Pukul : 11.00 WIB s/d 13.00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/71,25 (B)
Index Prestasi Kumulatif : 3,23
Predikat : SANGAT MEMUASKAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : DETERMINAN KEPUASAN KONSUMEN DALAM
BERBELANJA DI MIKEY STORE DISTRO**

**NAMA : MASRENI HARAHAP
NIM : 16 402 00025**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
Dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidempuan, 27 Januari 2021



H. Darwis Harahap, S.H., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Masreni Harahap
Nim : 16 402 00025
Judul : **Determinan Kepuasan Konsumen dalam Berbelanja di Mikey Store Distro**

Kepuasan Konsumen adalah suatu konsep yang penting untuk dicapai dalam konsep pemasaran dan penelitian tentang konsumen. Kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai respon atau tanggapan konsumen mengenai suatu barang atau jasa yang telah mereka gunakan atau mereka nikmati. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen di Mikey Store Distro. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen di Mikey Store Distro. Kegunaan penelitian ini adalah untuk masyarakat, pemilik atau pengusaha Mikey Store Distro dan peneliti selanjutnya.

Pembahasan dalam penelitian ini berkaitan dengan bidang ilmu manajemen pemasaran. Sehubungan dengan itu pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan kepuasan konsumen yang meliputi, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga serta aspek-aspek bagian tertentu.

Penelitian ini adalah kuantitatif dengan model analisis regresi linear berganda. Sampel yang digunakan sebanyak 40 responden yang diambil dari konsumen Mikey Store Distro dengan menggunakan rumus jumlah sampel yang secara kebetulan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik angket, kemudian di analisis dengan menggunakan alat bantu statistik yaitu *SPSS versi 23*.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa nilai *R Square* sebesar 0,681 atau sama dengan 68,1%. Berarti hanya 68,1% variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga yang mempengaruhi kepuasan konsumen di Mikey Store Distro. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga yaitu sebesar 31,9%. Tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Mikey Store Distro dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,829 < 2,02809$). Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Mikey Store distro dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,816 > 2,02809$). Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,447 > 2,02809$). Secara simultan dengan h_{03} ditolak dan h_{a3} diterima. Hal ini dibuktikan dengan uji F, dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($25,668 > 2,87$).

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, puji syukur peneliti ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul penelitian “**Determinan Kepuasan Konsumen Dalam Berbelanja Di Mikey Store Distro**”. Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiannya yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL., selaku Rektor IAIN Padangsidempuan serta Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan

Keuangan, dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si., selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A., Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan Bapak/Ibu Dosen serta Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak H. Aswadi Lubis, SE., M.Si, selaku pembimbing I dan Ibu Zulaika Matondang M.Si., selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, petunjuk, serta nasehat dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Zulaika Matondang, M.Si., sebagai Validator Angket yang telah menyediakan waktu dan tenaganya dalam memberikan arahan dan bimbingan bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Yusri Fahmi, M. Hum, selaku Kepala Perpustakaan dan pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
8. Teristimewa keluarga tercinta Ayahanda Alm. A. Darwin Harahap, Ibunda tercinta Juhairiyah Daulay, S.Pd., dan seluruh keluarga yang telah bersusah payah memberikan semangat dan bantuan secara moril maupun materil kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teruntuk rekan-rekan Ekonomi Syariah 2 Manajemen Bisnis 1, angkatan 2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E. dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.
10. Kepada tempat penelitian, yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk melakukan penelitian yaitu Mikey Store Distro yang telah membantu dan memberikan pengetahuan tentang kepuasan konsumen di Mikey Store Distro, Bapak Israk Pane, selaku pimpinan Mikey Store Distro.
11. Terimakasih kepada teman-teman KKL kelompok 80, Desa Gunung Manaon yang telah menyemangati peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Terimakasih kepada sahabat peneliti, Novita Elisiah, Sakinah Pasaribu, Winda Sari Tanjung, Novita Sari Hasibuan, Dian Yusuf Siregar, Riski Saputra, Abdullah Rahman, Ayman Rafarna Ghea, Rahma Yani, Riska Rumianti Harahap, Ronon Khoiron Ansori Harahap, Fahma Mentari Panjaitan, Annisah Siregar, dan

sahabat lainnya yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah menyemangati peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.

13. Teman-teman semua yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri peneliti. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, September 2020

Peneliti

MASRENI HARAHAHAP
NIM. 16 402 00025

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	šad	š	Es(dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ž	ž	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..?..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vocal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal adalah vocal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagaiberikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	fathah	A	A
— /	Kasrah	I	I
— ُ	dommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vocal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....يْ	fathah dan ya	Ai	a dan i
.....وْ	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
------------------	------	-----------------	------

اَ...اَ...اَ...	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
اِ...اِ...	Kasrah dan ya	ī	i dan garis dibawah
اُ...اُ...	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. Ta Mar butah

Transliterasi untuk *tamarbutah* ada dua:

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu di transliterasikan dengan ha (h).

D. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu اَل . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara

kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun *huruf*, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

I. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslit bang Lektor Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin, Cetakan Kelima*, Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama, 2003.

DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
BERITA ACARA UJIAN MUNAQSAH	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Defenisi Operasional Variabel.....	6
F. Tujuan Penelitian.....	8
G. Manfaat Penelitian.....	9
H. Sistematika Pembahasan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
A. Kerangka Teori.....	12
1. Determinan.....	12
a. Pengertian Determinan.....	12
2. Kepuasan Konsumen.....	12
a. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	12
b. Tingkat Kepuasan Konsumen.....	13
3. Kualitas Produk.....	14
a. Pengertian Kualitas Produk.....	14
b. Dimensi Kualitas Produk.....	15
c. Kualitas Produk dalam Perspektif Islam.....	16
4. Kualitas Pelayanan.....	17
a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	17
b. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	19
5. Harga.....	20

a. Pengertian Harga.....	20
b. Faktor yang Mempengaruhi Harga.....	22
B. Penelitian Terdahulu.....	22
C. Kerangka Pikir.....	28
D. Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	31
B. Jenis Penelitian.....	31
C. Populasi dan Sampel.....	31
a. Populasi.....	31
b. Sampel.....	32
D. Sumber Data.....	32
E. Instrumen Pengumpulan Data.....	33
F. Teknik Analisis Data.....	36
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	37
a. Uji Validitas.....	37
b. Uji Reliabilitas.....	38
c. Uji Analisis Deskriptif.....	38
2. Uji Asumsi Dasar.....	40
a. Uji Normalitas.....	40
b. Uji Linearitas.....	40
3. Uji Asumsi Klasik.....	41
a. Uji Multikolinearitas.....	41
b. Uji Heteroskedastisitas.....	41
c. Uji Autokorelasi.....	42
4. Uji Hipotesis.....	43
a. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	43
b. Uji Parsial (uji t).....	43
c. Uji Simultan (uji F).....	44
5. Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	47
A. Gambaran Umum Mikey Store Distro.....	47
1. Sejarah Berdirinya Mikey Store Distro.....	47
2. Visi dan Misi.....	48
3. Struktur Organisasi.....	48
B. Karakteristik Responden Penelitian.....	50
C. Hasil Uji Analisis Data.....	52
1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	52
a. Hasil Uji Validitas.....	52
1) Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	53
2) Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	53
3) Hasil Uji Validitas Harga.....	54

4) Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen.....	55
b. Hasil Uji Reliabilitas.....	55
1) Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk.....	56
2) Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan.....	56
3) Hasil Uji Reliabilitas Harga.....	57
4) Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen.....	57
c. Hasil Uji Analisis Deskriptif.....	58
2. Hasil Uji Asumsi Dasar.....	59
a. Hasil Uji Normalitas.....	59
b. Hasil Uji Linearitas.....	60
1) Hasil Uji Linearitas Kualitas Produk.....	61
2) Hasil Uji Linearitas Kualitas Pelayanan.....	62
3) Hasil Uji Linearitas Harga.....	63
3. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	63
a. Hasil Uji Multikolinearitas.....	63
b. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	65
c. Hasil Uji Autokorelasi.....	66
4. Hasil Uji Hipotesis.....	68
1) Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	68
2) Hasil Uji t.....	69
3) Hasil Uji F.....	73
5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	75
D. Pembahasan hasil Penelitian.....	77
E. Keterbatasan Penelitian.....	81
BAB V PENUTUP.....	83
A. Kesimpulan.....	83
B. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
DAFTAR LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

		HALAMAN
Tabel I.1	Definisi Operasional Variabel.....	7
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel III.1	Pengukuran Skala Likert.....	34
Tabel III.2	Kisi-Kisi Angket Kepuasan Konsumen (Y).....	34
Tabel III.3	Kisi-Kisi Angket Kualitas Produk(X1).....	35
Tabel III.4	Kisi-Kisi Angket Kualitas Pelayanan (X2).....	35
Tabel III.5	Kisi-kisi Angket Harga (X3).....	35
Tabel IV.1	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel IV.2	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1)	53
Tabel IV.3	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2).....	53
Tabel IV.4	Hasil Uji Validitas Harga (X3).....	54
Tabel IV.5	Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y).....	55
Tabel IV.6	Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X1).....	56
Tabel IV.7	Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X2).	56
Tabel IV.8	Hasil Uji Reliabilitas Harga (X3)	57
Tabel IV.9	Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y).....	57
Tabel IV.10	Hasil Uji Analisis Deskriptif	58
Tabel IV.11	Hasil Uji Normalitas	59
Tabel IV.12	Hasil Uji Linearitas Kualitas Produk (X1)	61
Tabel IV.13	Hasil Uji Linearitas Kualitas Pelayanan (X2)	62
Tabel IV.14	Hasil Uji Linearitas Harga (X3)	63
Tabel IV.15	Hasil Uji Multikolinearitas.....	64
Tabel IV.16	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	66
Tabel IV.17	Hasil Uji Autokorelasi.....	67
Tabel IV. 19	Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi.....	68
Tabel IV.20	Hasil Uji t.....	69
Tabel IV.21	Hasil Uji F.....	73
Tabel IV.18	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	75

DAFTAR GAMBAR

	HALAMAN
Gambar 1	Kerangka Pikir..... 29
Gambar 2	Struktur Organisasi Mikey Store Distro..... 49

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Angket
- Lampiran 2 : Tabulasi Angket
- Lampiran 3 : Surat Validasi Angket
- Lampiran 4 : Hasil *Output* SPSS
- Lampiran 5 : t Tabel Statistik
- Lampiran 6 : F tabel Statistik
- Lampiran 7 : r Tabel
- Lampiran 8 : Surat Riset
- Lampiran 9 : Surat Balasan Riset

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Target suatu usaha didirikan adalah untuk memperoleh keuntungan yang dapat dipergunakan untuk keberlangsungan usaha. Pada kalangan pengusaha itu sendiri, perkembangan dan kemajuan dunia usaha telah membawa kearah persaingan yang semakin ketat, sedangkan usaha untuk mencapai laba tidak dapat dipisahkan dari masalah penjualan. Peningkatan penjualan yang tinggi bukan selalu berarti mendapatkan laba yang lebih besar. Memproduksi atau menghasilkan suatu produk, baik barang maupun jasa, perusahaan terkadang perlu terlebih dahulu merencanakan berapa besar laba yang ingin diperoleh. Besar kecilnya laba yang akan diperoleh merupakan suatu ukuran kesuksesan manajemen dalam mengelola perusahaannya. Agar perolehan laba mudah ditentukan, salah satu caranya adalah perusahaan harus mengetahui terlebih dulu berapa titik impasnya.

Analisis titik impas atau analisis pulang pokok atau dikenal dengan nama analisis *Break Event Point* (BEP) merupakan salah satu analisis keuangan yang sangat penting dalam perencanaan keuangan perusahaan. Analisis titik impas digunakan untuk mengetahui pada titik berapa hasil penjualan sama dengan jumlah biaya atau perusahaan beroperasi dalam kondisi tidak laba dan tidak rugi, atau laba sama dengan nol. Melalui analisis titik impas, kita akan dapat mengetahui bagaimana hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan

(penjualan atau produksi). Oleh karena itu, analisis ini juga sering disebut dengan *namacost-volume-profit analysis*.¹

Laba merupakan sumber hidup perusahaan dan merupakan tujuan utama didirikannya suatu perusahaan. Pada umumnya setiap perusahaan menginginkan agar usahanya berjalan dengan lancar dan mendapatkan laba maksimal yang menjadi tujuan utamanya. Salah satu faktor yang mempengaruhi laba adalah kondisi penjualan perusahaan itu sendiri. Semakin tinggi tingkat penjualan maka semakin besar pula laba yang akan diperoleh oleh perusahaan itu sendiri. Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba. Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan. Pada umumnya, setiap orang melakukan kegiatan ekonomi dengan tujuan untuk memperoleh penghasilan yang digunakan untuk memenuhi segala kebutuhan hidupnya. Begitu pula dengan laba perusahaan pastinya bertujuan untuk mencari laba sebesar-besarnya. Jadi laba ditentukan dari tingkat penjualan yaitu jika semakin banyak penjualan maka semakin tinggi laba yang diperoleh perusahaan.

Tingkat penjualan merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual. Apabila tingkat penjualan tinggi dapat

¹Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: PT. Rajawali Pers, 2014), hlm.332.

maka konsumen merasa puas dengan barang atau jasa yang mereka terima. Hal ini terlihat dengan bertambahnya pembeli/konsumen sehingga tingkat penjualan meningkat. Kepuasan konsumen adalah suatu kondisi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa, sesuai atau terpenuhi dengan penampilan dari produk atau jasa. Kaitan tingkat penjualan dengan kepuasan konsumen adalah konsumen yang puas akan mengkonsumsi produk tersebut secara terus-menerus, mendorong konsumen akan loyal terhadap suatu produk dan jasa tersebut dan dengan senang hati mempromosikan produk dan jasa tersebut dari mulut ke mulut. Semakin banyak orang yang mengetahuinya dan puas terhadap barang atau jasa tersebut maka kepuasan akan mendorong konsumen untuk mengulang perilaku pembelian/konsumen untuk datang kembali ke toko tersebut.

Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang yang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk atau jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan.² Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting kaitannya dengan pengembangan usaha. Pelanggan yang puas tentu akan mempunyai loyalitas yang tinggi akan senantiasa menggunakan produk atau jasa yang disediakan perusahaan, dan tidak akan terpengaruh jasa yang ditawarkan pihak lain. Pengaruh kepuasan ini sangat besar manfaatnya baik untuk kepentingan individu, perusahaan, dan masyarakat. Pentingnya kepuasan ini terhadap masyarakat atau pelanggan tentu akan menikmati hasil kapasitas maksimum dari perusahaan serta naiknya nilai manusia di dalam konteks pelayanan. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu

²Rianto, Nur, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: CV. Alfabeta, 2012), hlm. 14.

kunci keberhasilan suatu usaha. Kesuksesan bisnis sangat tergantung pada faktor kepuasan yang dirasakan oleh konsumen khususnya bagi pelanggan.³

Faktor yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen antara lain seperti kualitas pelayanan atau jasa, kualitas produk, harga, faktor situasi, dan faktor pribadi dari pelanggan. Sehingga dengan adanya faktor-faktor tersebut dapat membuat pebisnis berpikir lebih dengan memberikan sesuatu hal yang baru agar dapat membuat pelanggan tertarik. Kualitas produk atau jasa layanan yang baik dalam menciptakan kepuasan pelanggan memberikan berbagai manfaat, diantaranya memberikan dasar yang kuat sehingga terciptanya kepuasan pelanggan yang pada akhirnya disebut loyalitas pelanggan. Kepuasan pada perusahaan akan menghalangi pelanggan tidak terpengaruh perusahaan lain (*retention*). Disamping itu, memiliki kepuasan yang tinggi juga menjadi pendorong untuk melakukan pembelian ulang (*repurchase*) serta mengajak orang lain untuk menggunakan jasa tersebut (*referral*).

Fenomena atau masalah tentang kepuasan pelanggan yang sering terjadi adalah bahwa dari segi kinerja atau pelayanan yang diberikan oleh penjual kepada pembeli/konsumen belum sepenuhnya dapat dilakukan dengan baik, hal ini terlihat dari pada saat pembeli/konsumen meminta produk yang diinginkannya tidak dengan cepat direspon/ditanggapi atau dengan kata lain kurang tanggap dalam memberikan pelayanan. Selain itu, dari segi produk penjual juga tidak dengan sigap memberikan

³Sutrisno, Edy, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), hlm. 74.

produk berdasarkan kualitasnya sehingga konsumen tidak dapat membandingkan kualitas produk dengan harganya.

Berdasarkan fenomena yang dipaparkan di latar belakang ini bahwa adanya ketidaksesuaian antara teori dengan kenyataan yang diterjadi, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**DETERMINAN KEPUASAN KONSUMEN DALAM BERBELANJA DI MIKEY STORE DISTRO**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Kinerja atau pelayanan yang diberikan oleh penjual kepadapembeli/konsumen belum sepenuhnya sesuai dengan yang diinginkan dan tidak dengan cepat merespon/menanggapi permintaan konsumen.
2. Penjual tidak dengan sigap memberikan produk berdasarkan kualitasnya sehingga konsumen tidak dapat membandingkan kualitas produk dengan harganya.

C. Batasan Masalah

Untuk mengarahkan penelitian ini supaya lebih spesifik dan terfokus mengingat luasnya aspek yang dapat diteliti maka masalah dalam penelitian ini dibatasi pada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan penulis maka penulis merumuskan masalah penelitian. Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam pembahasan ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen berbelanja di Mikey Store Distro?
2. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen berbelanja di Mikey Store Distro?
3. Apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen berbelanja di Mikey Store Distro?
4. Apakah ada pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen berbelanja di Mikey Store Distro?

E. Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan penjabaran atau penjelasan mengenai variabel-variabel yang ada, dan juga merupakan penjelasan-penjelasan mengenai variabel-variabel yang menjadi kajian dalam penelitian tersebut dengan tujuan untuk menghindari terjadinya perbedaan penafsiran sehingga perlu dikemukakan definisi operasional sebagai berikut:

Tabel I. 1
Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Kusioner
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen adalah penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa atau produk itu sendiri yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumensetelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keragamanproduk 2. Layanan dan atmosfer toko 3. Keputusan harga 4. Keputusan Promosi 5. Keputusan tempat (lokasi) 	Ordinal
Kualitas Produk (X ₁)	Kualitas produk dapat diartikan sebagai kemampuan keseluruhan barang dan jasa yang berkaitan dengan keinginan konsumen yang secara keunggulan produk sudah layak diperjualkan sesuai harapan dari pelanggan sehingga menjadi faktor penentu sesungguhnya dalam dunia bisnis khususnya pada konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dayatahan (<i>Durability</i>) 2. Fitur (<i>features</i>) 3. Reliabilitas (<i>reability</i>) 4. Estetika (<i>asthetics</i>) 5. Kesan kualitas (<i>perceived quality</i>) 	Ordinal
Kualitas Pelayanan (X ₂)	Kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lainyang harus dikerjakanoleh penyedia jasa dengan baik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bukti fisik (<i>tangible</i>) 2. Kehandalan (<i>reliability</i>) 3. Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) 4. Jaminan 	Ordinal

		(<i>assurance</i>) 5. Empati (<i>empathy</i>)	
Harga (X_3)	Harga adalah jumlah uang yang diperlukan atau dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang diukur	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat	Ordinal

F. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen berbelanja di Mikey Store Distro.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen berbelanja di Mikey Store Distro.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen berbelanja di Mikey Store Distro.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen berbelanja di Mikey Store Distro.

G. Manfaat penelitian

Dengan dilaksanakannya penelitian ini diharapkan dapat diperoleh beberapa kegunaan yaitu :

1. Bagi peneliti, untuk menambah wawasan dan pengetahuan serta memberikan kesempatan baik untuk menerapkan teori-teori yang didapat saat kuliah kemudian membandingkan dengan kondisi nyata atau kenyataan yang ada.
2. Bagi IAIN Padangsidimpuan, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan tambahan mengenai pengaplikasian ilmu yang telah diterima mahasiswa saat perkuliahan dan dapat menjadi indikator untuk menambah bahan perkuliahan
3. Bagi MSD, dapat menjadi informasi dalam usaha untuk meningkatkan kepuasan konsumen sehingga volume penjualan melalui perilaku konsumen dapat lebih meningkat.
4. Bagi peneliti selanjutnya, dapat menjadi gambaran dan bahan acuan untuk penelitian yang sejenis.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan penyusunan proposal dan skripsi ini, maka diklasifikasikan pembahasan untuk menghindari kekeliruan. Sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: pendahuluan merupakan bagian pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional variabel, serta sistematika pembahasan. Secara umum, seluruh sub bahasan yang ada

dalam pendahuluan membahas tentang hal yang melatarbelakangi suatu masalah untuk diteliti. Masalah yang muncul tersebut akan diidentifikasi kemudian memilih beberapa poin sebagai batasan masalah dari identifikasi yang ada. Batasan masalah yang telah ditentukan akan dibahas mengenai definisi, indikator dan skala pengukuran berkaitan dengan variabelnya. Kemudian dari identifikasi dan batasan masalah yang ada, maka masalah akan dirumuskan sesuai dengan tujuan dari penelitian tersebut yang nantinya penelitian akan bermanfaat bagi peneliti, instansi dan pembaca.

Landasan teori memaparkan kerangka teori, penelitian terdahulu, kerangka pikir dan hipotesis. Kerangka teori adalah pembahasan teori atau konsep yang diambil dari segala yang dijadikan referensi penelitian. Penelitian terdahulu adalah peneliti yang lebih dahulu melakukan penelitian sebelumnya. Kerangka pikir adalah pemikiran peneliti tentang variabel atau masalah penelitian yang ingin diselesaikan. Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian dan akan diuji kebenarannya melalui hasil analisis data.

Metode penelitian di dalamnya memuat lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data, instrumen pengumpulan data dan analisis data. Hasil penelitian yang didalamnya memuat tentang gambaran umum tentang produk Mikey Store Distro, hasil analisis dan pembahasan penelitian. Secara umum, mulai dari pendeskripsian data yang akan diteliti secara rinci, kemudian melakukan analisis data menggunakan teknik analisis data yang sudah dicantumkan

dalam metode penelitian sehingga memperoleh hasil analisis yang akan dilakukan dan membahas tentang hasil yang telah diperoleh.

Penutup yang didalamnya memuat tentang kesimpulan dan saran. Secara umum, seluruh sub bahasan yang ada dalam penutupan adalah membahas tentang kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini setelah menganalisis data dan memperoleh hasil dari penelitian ini. Hal ini merupakan langkah akhir dari penelitian dengan membuat kesimpulan dari penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Determinan

a. Pengertian Determinan

Istilah determinan dalam pengertian ini adalah satu faktor yang tegas menentukan atau final sifatnya dalam satu relasi sebab akibat. Determinan sifatnya bisa *organistik* merupakan faktor penyebab yang muncul dari dalam organisme atau dari dalam individu itu sendiri. Bisa juga bersifat lingkungan (*environmental*), dan juga bersifat situasional yang berperan sebagai suatu kondisi pendahuluan bagi terbentuknya suatu tingkah laku.⁴

2. Kepuasan Konsumen

a. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah suatu konsep yang penting untuk dicapai dalam konsep pemasaran dan penelitian tentang konsumen. Kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai respon atau tanggapan konsumen mengenai suatu barang atau jasa yang telah ia gunakan atau ia nikmati. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.⁵ Kepuasan adalah⁶:

⁴Sulaiman Saat, "Faktor-Faktor Determinan Dalam Pendidikan" 8, no. 2 (2015): 17.

⁵Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Prenhalindo, 2009), hlm. 70.

- 1) Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (disconfirmation) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.
- 2) Mendefinisikan sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.
- 3) Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (outcome) tidak memenuhi harapan.
- 4) Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa atau produk itu sendiri yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Keputusan terpenting berhubungan langsung dengan

b. Tingkat kepuasan konsumen

Tingkat kepuasan konsumen adalah : 1). Keragaman produk 2). Layanan dan atmosfer toko 3). Keputusan harga, 4). Keputusan Promosi, 5). Keputusan tempat (lokasi). Ini yang dijadikan sebagai indikator dari kepuasan konsumen.⁷ Seorang konsumen yang merasa puas dengan suatu produk atau jasa besar kemungkinan ia akan menjadi pelanggan produk tersebut. Konsumen akan merasa puas apabila kinerja memenuhi harapan

⁶Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), hlm. 52.

⁷Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 2 (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 222.

sesuai dengan apa yang ia inginkan. Jika hal ini terjadi maka konsumen tersebut akan datang kembali untuk membelinya dan menggunakannya terus menerus bahkan konsumen memberitahu dan mempengaruhi orang lain untuk menggunakan produk ini karena sudah merasa puas terhadap produk ini. Selain itu kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai.

3. Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Kualitas Produk (*Product Quality*) adalah hal yang sangat penting dalam pemasaran sebuah produk. Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan, produk mencakup objek secara fisik, jasa, orang, tempat, organisasi dan ide.⁸ Kualitas produk merupakan penggerak kepuasan pelanggan yang pertama dan kualitas produk ini adalah dimensi yang global.⁹ Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.¹⁰

⁸Kotler, *Dasar-dasar Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2007), hlm. 76.

⁹Darmadi Duriyanto, *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar* (Jakarta: Pt. Gramedia Pustaka Utama, 2004), hlm. 38.

¹⁰Darmadi Duriyanto, *Principles Of Marketing, Global Edition, 14 Edition* (Jakarta: Pearson Education, 2012), hlm. 283.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dapat diartikan sebagai penggerak kepuasan pelanggan yang pertama dan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Oleh karena itu, kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas merupakan syarat utama diterimanya suatu produk di pasar.

b. Dimensi Kualitas Produk

Suatu produk dinilai memiliki kualitas dapat dilihat dari dimensi kualitas produk. Dimensi kualitas produk yaitu:¹¹

- 1) *Durability* (daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya produk.
- 2) *Features* (fitur) adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.

¹¹Orville, *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global* (Jakarta: Erlangga, 2005), 422.

3) *Reliability* (reliabilitas) adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.

4) *Esthetics* (estetika) berhubungan dengan bagaimana penampilan produk, misalnya : bentuk fisik, model, desain yang artistik, dan sebagainya.

5) *Perceived quality* (kesan kualitas) sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan. Dalam islam juga kita dianjurkan menggunakan dan mengkonsumsi yang kualitasnya baik sebagaimana tercantum dalam surat al-baqarah ayat 168 yaitu:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُواتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.¹²

Kotler mengemukakan berdasarkan tingkatan (*level*) produk dapat dibagi menjadi lima tingkatan yaitu:¹³

¹²Al Fatih Quran (group PT. Insan Media Pustaka, Group PT. Insan Media Pustaka, *Al-Qur'an Tafsir Perkata Tajwid Kode Arab* (Jakarta: CV. Al Fatih Berkah Cipta, 2012), hlm. 25.

- 1) Produk inti, yang menawarkan manfaat atau kegunaan utama yang dibutuhkan konsumen.
- 2) Produk generik, yang mencerminkan versi dasar (fungsional) dari suatu produk.
- 3) Produk yang diharapkan, yaitu sekumpulan atribut dan kondisi yang diharapkan konsumen pada saat membeli.
- 4) Produk tambahan, yaitu memberikan jasa dan manfaat tambahan sehingga membedakan penawaran perusahaan dan penawaran perusahaan asing.
- 5) Produk potensial, yaitu segala tambahan dan transformasi pada produk yang mungkin dilakukan di masa yang akan datang.

عَنْ تَجْرَةٍ تَكُونُ أَنْ إِلَّا بِالْبَطْلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالِكُمْ تَأْكُلُوا لِأَمْنُوا الَّذِينَ يَتَأْتِيهَا
 رَحِيمًا بِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنْ أَنْفُسَكُمْ تَقْتُلُوا أَوْلَاءَ مِنْكُمْ تَرَاضُ

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu.

Berdasarkan ayat diatas menjelaskan dalam konteks jual beli, kita dilarang untuk melakukan gharar, karena gharar adalah jual beli yang mengandung unsur penipuan atau ketidakjelasan.

4. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah tingkat baik atau buruknya suatu barang atau jasa. Kualitas dapat diartikan sebagai kesesuaian dengan persyaratan, kesesuaian dengan pihak pemakai atau bebas dari kerusakan/cacat.¹³ Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan pelayanan yang dapat memenuhi keinginan konsumen/pelanggan yang diberikan oleh suatu organisasi. Kualitas pelayanan

¹³Kotler, *Marketing Management, 15th Edition* (Jakarta: Pearson Education, 2016), hlm. 390.

¹⁴Mulyawan Rahman, *Birokrasi dan Pelayanan Publik* (Bandung: Unpad Press, 2016), hlm. 14.

adalah tingkat keunggulan pelayanan yang dapat memenuhi keinginan konsumen/pelanggan yang diberikan oleh suatu organisasi.¹⁵ Suatu kegiatan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan prinsip: lebih mudah, lebih baik, cepat, tepat, akurat, ramah, sesuai dengan harapan pelanggan.¹⁶

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelayanan adalah tingkat keunggulan pelayanan yang dapat memenuhi keinginan konsumen/pelanggan sesuai dengan prinsip: lebih mudah, lebih baik, cepat, tepat, akurat, ramah, sesuai dengan harapan pelanggan.

Pelayanan ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun. Fokus utamanya adalah pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual kepada pembeli/konsumennya demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan ekspektasinya. Kualitas pelayanan seperti yang dirasakan oleh para konsumen, berasal dari suatu perbandingan antara apa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan pelayanan yaitu harapan dan dengan persepsi mereka tentang kinerja pemberi jasa. Perilaku tersebut bertujuan pada tercapainya kepuasan pelanggan itu sendiri. Sebuah pelayanan dapat dilakukan pada saat konsumen memilih produk maupun setelah selesai melakukan transaksi pembelian produk. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang

¹⁵Mu'ah, "Kualitas Layanan Rumah Sakit terhadap Emosi dan Kepuasan Pasien," t.t., hlm. 72.

¹⁶Mulyawan, Rahman, *Op.Cit*, t.t., hlm. 14.

baik pula bagi perusahaan karena akan menjadi pelanggan yang loyal dan memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Harapan konsumen diyakini berperan dalam menentukan kualitas layanan dan kepuasan konsumen. Karena adanya harapan konsumen suatu perusahaan akan berusaha memberikan layanan yang berbeda dibandingkan perusahaan lain dalam rangka memuaskan konsumennya.

b. Dimensi Kualitas Pelayanan

Lima dimensi pelayanan yang berkualitas yaitu:¹⁷

- 1) Bukti fisik (*tangible*) yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti fisik dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawai.
- 2) Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan konsumen yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua konsumen tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.
- 3) Daya tanggap (*responsiveness*) adalah suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada konsumen,

¹⁷Mu'ah, *Op. Cit*, t.t., hlm. 72.

dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

- 4) Jaminan (*assurance*) yaitu pengetahuan, kesopansantuna dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kreditabilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*) dan sopan santun (*courtesy*).
- 5) Empati (*empathy*) adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang konsumen, memahami kebutuhan konsumen secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi konsumen. Setiap organisasi modern dan maju senantiasa mengedepankan bentuk-bentuk aktualisasi kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang dimaksud adalah memberikan bentuk pelayanan yang optimal dalam melayani setiap konsumen.

5. Harga

a. Pengertian Harga

Harga adalah salah satu hal penting dari sekian banyak faktor dalam *marketing mix*. Harga adalah sejumlah uang yang harus ditukarkan untuk mendapatkan sejumlah barang, jasa atau kombinasi barang dan jasa. Pada

dasarnya harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran atau *marketing mix* yang dapat menghasilkan pendapatan, dimana elemen yang lain mendapatkan biaya.¹⁸ Menurut Buchari Alma harga merupakan sejumlah uang yang digunakan untuk menilai dan mendapatkan produk maupun jasa yang dibutuhkan oleh konsumen.¹⁹ Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.²⁰

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa harga adalah jumlah uang yang digunakan untuk menilai dan mendapatkan keuntungan dari produk maupun jasa yang dibutuhkan oleh konsumen. Konsumen akan sangat sensitif mengenai harga karena konsumen akan membandingkan harga dengan apa yang didapat. Ada empat indikator yang mencirikan harga yaitu:²¹

1. Keterjangkauan harga,
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk,
3. Daya saing harga, dan
4. Kesesuaian harga dengan manfaat.

Konsumen cenderung mengasosiasikan harga dengan tingkat kualitas produk harga yang mahal di persepsikan mencerminkan kualitas yang tinggi dan sebaliknya, karena itu tidak mengherankan jika harga dari suatu produk spesial sangatlah mahal harganya.

¹⁸Kotler, Philip, *Op.Cit* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 76.

¹⁹Alma, Buchari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2005), hlm. 159.

²⁰Kotler, Philip, *Op.Cit*, hlm. 345.

²¹*Ibid.*, t.t., hlm. 278.

b. Faktor yang Memengaruhi Harga

- 1) Faktor internal. Perusahaan dalam hal ini keputusan harga di sesuaikan dengan sasaran pemasaran, misalkan sasarannya untuk bertahan hidup memaksimalkan laba jangka pendek, memaksimalkan pangsa pasar.
- 2) Faktor Eksternal. Pasar dan permintaan konsumen merupakan harga tertinggi, konsumen akan membandingkan harga suatu produk jasa dengan manfaat yang dimilikinya. Oleh karena itu sebelum menetapkan harga, harus dipahami dulu hubungan antara harga dan permintaan terhadap produk atau jasa baik untuk jenis pasar yang berbeda maupun persepsi konsumen, kemudian dianalisis dengan metode-metode yang sesuai. Sedangkan faktor-faktor eksternal lainnya yaitu kondisi ekonomi seperti tingkat inflasi biaya bunga, resesi dan keputusan pemerintah dapat mempengaruhi keefektifan strategi penetapan harga.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel II. 1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Holmes Rolandy (2010)	Bauran Pemasaran terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Toko Lisari Poso (Jurnal fakultas ekonomi dari Universitas Sintuwu Maroso)	1. Kepuasan konsumen berbelanja pada Toko Lisari Poso dipengaruhi oleh faktor keragaman produk, layanan dan atmosfer toko, keputusan harga, keputusan Promosi dan faktor keputusan tempat/lokasi. 2. Korelasi antara faktor

			keragaman produk, layanan dan atmosfer toko, keputusan harga, keputusan promosi, dan keputusan tempat/lokasi dengan tingkat kepuasan konsumen pada Toko Lisari Poso sebesar 0,508 atau 50,8%. Korelasi tersebut tergolong sedang, searah dan signifikan.
2	Dwi Aliyyah (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Jurnal Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya)	Berdasarkan hasil Uji F pada penelitian ini menunjukkan sig. F $0,000 < 0,05$ yang berarti Kualitas Pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap dan empati secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji t juga menunjukkan bahwa variabel daya tanggap memiliki pengaruh yang paling kuat dibandingkan dengan variabel lainnya maka variabel daya tanggap mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen.
3	Wardatul Insyroh (2018)	Determinan Kualitas Pelayanan, Harga dan Produk Terhadap Kepuasan	Hasil yang didapat pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

		Pelanggan Telkomsel Flash Di Bondowoso (Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember)	Telkomsel Flash di Bondowoso. Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa 71,5% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, produk dan harga. Sedangkan sisanya sebesar 28,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.
4	Nur Achidah (2016)	Pengaruh Promosi, Harga, dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio GT (Jurnal Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Pandanaran Semarang)	Dari persamaan regresi linier berganda dari uji t diperoleh temuan bahwa secara individu variabel promosi, harga dan desain berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada taraf 5%. Dari hasil uji f bahwa secara bersama – sama yaitu promosi, harga dan desain berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dimana nilai f hitung sebesar $57,205 > f$ tabel sebesar (2,65). Sedangkan koefisien determinasi diperoleh dengan nilai Adjusted R sebesar 0,453. Artinya variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh adanya promosi, harga dan desain sebesar 45,3%, sedangkan sisanya sebesar 54,7% dapat dipengaruhi oleh sebab – sebab lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dapat dilihat bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.
5	Purnomo	Pengaruh Kualitas	Hasil penelitiannya adalah:

	Edwin(2017)	<p>Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks”</p> <p>(Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Best Autoworks, hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang sudah dilakukan. Hasil dari uji t menunjukkan nilai Sig yaitu sebesar 0,000. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Best Autoworks dapat diterima kebenarannya. 2. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Best Autoworks, hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang sudah dilakukan. Namun, hasil dari uji t menunjukkan nilai Sig yaitu sebesar 0,054. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Best Autoworks dapat diterima kebenarannya.
6	Rochyan Ridlo (2016)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dari hasil uji t diketahui bahwa variabel bukti fisik tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT. Graha

		(Jurnal Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Pandanaran Semarang)	<p>Service Indonesia, Semarang.</p> <p>2. Dari hasil uji t diketahui bahwa variabel keandalan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen PT. Graha Service Indonesia, Semarang.</p> <p>3. Dari hasil uji t diketahui bahwa variabel Daya Tanggap tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT. Graha Service Indonesia, Semarang.</p> <p>4. Dari hasil pengujian Jaminan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT. Graha Service Indonesia, Semarang.</p> <p>5. Dari hasil uji t diketahui bahwa variabel empati (<i>empathy</i>) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT. Graha Service Indonesia, Semarang.</p>
--	--	--	---

Dari beberapa penelitian terdahulu di atas terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini. Persamaan antara penelitian Holmes Rolandy (2010) dengan penelitian ini adalah meneliti variabel yang sama yaitu kepuasan konsumen. Perbedaannya adalah bahwa penelitian yang dilakukan Holmes

Rolandy adalah jenis penelitian *survey (survey research)*, sedangkan penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif.

Persamaan antara penelitian Dwi Aliyyah (2017) dengan penelitian ini adalah meneliti variabel yang sama yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Perbedaannya adalah bahwa penelitian yang dilakukan Dwi Aliyyah adalah jenis penelitian penjelasan (*explanatory research*), sedangkan penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Pengambilan sampel Dwi Aliyyah dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling*, sedangkan penelitian ini dengan teknik *incidental Sampling*.

Persamaan antara penelitian Wardatul Insyroh(2018)dengan penelitian ini adalah meneliti variabel yang sama yaitu kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk. Perbedaannya adalah bahwa penelitian yang dilakukan Wardatul Insyroh mengambil sampel dengan menggunakan rumus Slovin, sedangkan penelitian ini dengan menggunakan *Incidental Sampling*.

Persamaan antara penelitian Nur Achidah (2016)dengan penelitian ini adalah meneliti variabel yang sama yaitu harga. Perbedaannya adalah bahwa penelitian yang dilakukan Nur Achidah mengambil sampel dengan menggunakan rumus Slovin, sedangkan penelitian ini menggunakan *incidental Sampling*.

Persamaan antara penelitian Purnomo Edwin (2017) dengan penelitian ini adalah meneliti variabel yang sama yaitu kualitas produk, harga, dan kepuasan konsumen. Perbedaannya adalah bahwa penelitian yang dilakukan Purnomo Edwin mengambil sampel dengan teknik pengambilan sampel menggunakan

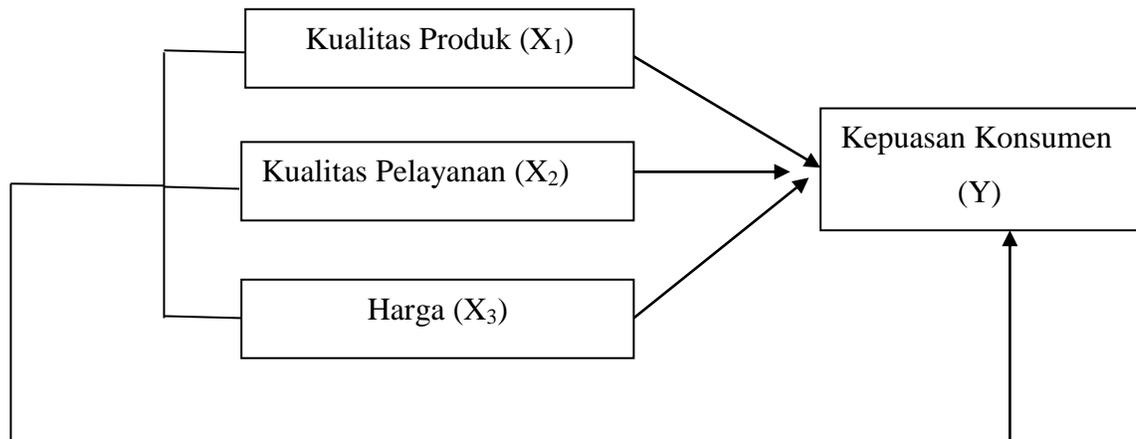
simple random sampling, sedangkan penelitian ini menggunakan *incidental Sampling*.

Persamaan antara penelitian Rochyan Ridlo (2016) dengan penelitian ini adalah meneliti variabel yang sama yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Perbedaannya adalah bahwa penelitian yang dilakukan Rochyan Ridlo mengambil sampel dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Purposive sampling*, sedangkan penelitian ini menggunakan *incidental Sampling*.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan alur yang akan penulis lakukan sebagai dasar penelitian, pada penelitian ini kerangka pikirnya adalah dari keinginan konsumen atas harga dan kualitas produk Distro tersebut. Jika semakin baik kualitas produk tersebut maka akan meningkatkan konsumen untuk melakukan pembelian pada produknya. Kerangka pikir dalam penelitian ini berfokus bagaimana pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Produk Mikey Store Distro di Padangsidempuan. Berikut kerangka pikir yang dapat peneliti gambarkan sebagai berikut:

Gambar 1
Kerangka Pikir



D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan pernyataan (jawaban) sementara yang masih perlu diuji kebenarannya. Jawaban sementara yang dimaksud adalah jawaban sementara terhadap masalah yang telah dirumuskan. Hipotesis yang dirumuskan harus bisa menjawab masalah penelitian, sehingga antara hipotesis dan rumusan masalah terlihat keterkaitan secara konsisten.²² Hipotesis penelitian ini adalah :

H_{a1}: Adanya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian di Mikey Store Distro

H₀₁: Tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian di Mikey Store Distro

H_{a2}: Adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian di Mikey Store Distro

²² Abdurrahman, Maman, *Panduan Praktik memahami Penelitian Bidang Sosial-Administrasi-Pendidikan* (Bandung: Pustaka Setia, 2011), hlm. 65.

- H₀₂: Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian di Mikey Store Distro
- H_{a3}: Adanya pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian di Mikey Store Distro
- H₀₃: Tidak ada pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian di Mikey Store Distro
- H_{a4}: Adanya pengaruh secara simultan antara kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian di Mikey Store Distro
- H₀₄: Tidak ada pengaruh secara simultan antara kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian di Mikey Store Distro

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada toko Mikey store distro yang beralamat di Siborang, Wek V Padangsidimpuan. Penelitian ini akan dilakukan pada bulan Maret 2020 sampai dengan Juli 2020.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian jenis kuantitatif merupakan penelitian yang datanya berbentuk angka.²³ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 40 responden untuk memperoleh data. Data yang diperoleh melalui penyebaran angket terhadap responden di Mikey Store Distro.

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²⁴ Populasi yang dipakai dalam penelitian ini ialah pembeli pada usaha Mikey store distro Padangsidimpuan.

²³ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* (Jakarta: Prenada Media, 2012), hlm. 8.

²⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi* (Bandung: CV. Alfabeta, 2013), hlm. 90.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sampel yang baik itu adalah sampel yang mampu mencerminkan populasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 40 responden yang diambil secara kebetulan di Mikey Store Distro. Penelitian ini menggunakan sampling insidental atau sampel random sederhana. Menurut Sugiyono dinyatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.²⁵ *Sampling Insidental* adalah yaitu mengambil sampel secara kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

D. Sumber Data

Sumber data penelitian dapat diklasifikasikan menjadi sumber primer dan sumber sekunder. Dalam memperoleh data yang diperlukan dalam penyusunan penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut.

1. Data Primer

Data primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitiannya secara khusus. Data primer juga diartikan sebagai data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, diamati dan

²⁵Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 64.

dicatat untuk pertama kalinya melalui wawancara atau hasil tanya jawab dengan bertatap muka antara pewawancara dengan responden.²⁶

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain, peneliti dapat mencari data sekunder ini melalui sumber data sekunder.²⁷

E. Instrumen Pengumpulan Data

Adapun instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Angket / Kuesioner

Kuesioner merupakan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang mereka ketahui.²⁸ Pada angket penelitian yang sesungguhnya, peneliti menggunakan skala *likert* sebagai skala pengukuran sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu.²⁹ Adapun kuesioner yang digunakan sebagai instrument dalam penelitian ini menggunakan sakala *likert* dengan penetapan skor sebagai berikut:³⁰

²⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi* (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 96

²⁷Syofian Siregar, *Op.Cit.*, t.t., hlm. 16.

²⁸Arikunto, Suharsimi, *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 194.

²⁹Syofian Siregar, *Op.Cit.*, hlm. 25.

³⁰*Ibid.*, t.t., hlm. 25.

Tabel III. 1
Skor Nilai Kuesioner Penelitian

Keterangan	SS	S	KS	TS	STS
Nilai Positif	5	4	3	2	1
Nilai Negatif	1	2	3	4	5

Keterangan:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Angket yang dibuat dalam penelitian ini yaitu angket tentang kepuasan konsumen, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga yang akan disebarakan kepada responden. Adapun indikator angketnya sebagai berikut:

Tabel III. 2
Kisi-Kisi Angket Penelitian

Variabel	Indikator	Nomor Soal
Kepuasan Konsumen (Variabel Y)	1. Keragaman produk,	29,30
	2. Layanan dan atmosfer toko,	31, 32,33
	2. Keputusan harga,	34, 35,36
	3. Keputusan Promosi,	37,38
	4. Keputusan tempat (lokasi)	39,40

Tabel III. 3**Kisi-Kisi Angket Kualitas Produk**

Kualitas Produk (X_1)	1. <i>Durability</i> (daya tahan),	1,2
	2. <i>Features</i> (fitur),	3,4
	3. <i>Reliability</i> (reliabilitas),	5,6
	4. <i>Asthetics</i> (estetika),	7,8
	5. <i>Perceived quality</i> (kesan kualitas),	9,10

Tabel III. 4**Kisi-Kisi Angket Kualitas Pelayanan**

Kualitas Pelayanan (X_2)	1. Bukti fisik (<i>tangible</i>),	11, 12
	2. Keandalan (<i>reliability</i>)	13,14
	3. Daya tanggap (<i>responsiveness</i>),	15,16
	4. Jaminan (<i>assurance</i>),	17, 18,
	5. Empati (<i>empathy</i>)	19,20

Tabel III. 5**Kisi-kisi Angket Harga**

Harga (X_3)	1. Keterjangkauan harga	21,22
	2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	23,24
	3. Daya saing harga	25,26
	4. Kesesuaian harga dengan manfaat	27,28

b. Observasi

Observasi adalah cara menghimpun bahan-bahan keterangan (data) yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena-fenomena yang sedang dijadikan sasaran pengamatan.³¹ Observasi yang dilaksanakan peneliti secara langsung ke Mikey Store Distro Padangsidempuan tersebut kemudian melakukan pengamatan secara langsung tentang kondisi nyata di lapangan yang sesungguhnya.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya. Dokumentasi ada yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumentasi ada juga yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa, dan lain-lain.

F. Teknik Analisis Data

Untuk menguji hipotesis yang diajukan, dilakukan pengujian secara kuantitatif guna menghitung apakah terdapat pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Mikey store distro Padangsidempuan. Pengujian hipotesis tersebut dilakukan dengan menggunakan perhitungan statistik dengan bantuan program komputer

³¹Sudijono, Anas, *Pengantar Evaluasi Pendidikan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), hlm. 76.

SPSS(*Statistical Package Social Science*) versi 23.0. Uji yang digunakan untuk menganalisis data penelitian adalah:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji instrumen data untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Item dapat dikatakan valid jika adanya korelasi yang signifikan dengan skor totalnya, hal ini menunjukkan adanya dukungan item tersebut dalam mengungkap suatu yang ingin diungkap. Item biasanya berupa pertanyaan atau pernyataan yang ditujukan kepada responden dengan menggunakan bentuk kuesioner dengan tujuan untuk mengungkap sesuatu.³² Adapun teknik korelasi yang biasa dipakai adalah teknik korelasi *product moment* dan untuk mengetahui apakah nilai korelasi tiap-tiap pertanyaan itu signifikan, maka dapat dilihat pada tabel nilai *product moment* atau menggunakan SPSS 22 untuk mengujinya. Untuk butir pertanyaan / pernyataan yang tidak valid harus dibuang atau tidak dipakai sebagai instrumen pertanyaan/pernyataan.³³ Adapun dasar pengambilan keputusan yaitu:

1. Jika r_{hitung} positif, serta $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka butir atau item pertanyaan tersebut valid.

³²Priyanto, Duwi, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: Jakarta, 2014), hlm. 51.

³³Noor, Juliansyah, *Metode Penelitian* (Jakarta: Kencana Pranamedia Group, 2011), hlm. 132.

2. Jika r_{hitung} positif serta $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir atau item pertanyaan tersebut tidak valid.³⁴

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu.³⁵ Maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala *likert* adalah *Cronbach Alpha*. Untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak menggunakan program SPSS 22, dalam pengujian reliabilitas digunakan dengan metode *cronbach's alpha* yang dimana satu kuesioner dianggap reliabel apabila *cronbach's alpha* $> 0,600$

c. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk gambaran tentang pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen. Pendeskripsian data dilakukan dengan penyajian maksimum, minimum, mean (rata-rata), median, dan standar deviasi.

³⁴*Op.Cit*, t.t., hlm. 55.

³⁵Syofian Siregar, *Op.Cit.*, hlm. 55.

a) Mean (Rata-rata)

Mean adalah hasil bagi dari sejumlah skor dengan banyaknya responden.³⁶ Rumus untuk menghitung rata-rata data kelompok yaitu:

$$\bar{x} = \frac{\sum f_i x_i}{f_i}$$

Keterangan:

\bar{x} = mean (rata-rata)

$f_i x_i$ = produk perkalian antara f_i pada tiap interval data dengan tanda kelas x_i . Tanda kelas x_i adalah rata-rata dari nilai terendah dan tertinggi setiap interval data

f_i = banyaknya data

b) Median

Median adalah nilai tengah-tengah dari data yang diobservasi, setelah data tersebut disusun mulai dari urutan yang terkecil sampai yang terbesar atau sebaliknya.³⁷ Untuk menghitung median digunakan rumus:

$$Me = b + p \left(\frac{\frac{1}{2}n - F}{f} \right)$$

Keterangan:

b = batas bawah kelas Me yaitu kelas dimana Me akan terletak

p = panjang kelas median

F = jumlah semua frekuensi sebelum kelas Me

f = frekuensi kelas Me

³⁶Irianto, Agus, *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), hlm. 29.

³⁷Usman, Husaini, *Pengantar Statistika* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012), hlm. 83.

c) Standar Deviasi

Standar deviasi (simpangan baku) adalah suatu nilai yang menunjukkan tingkat variasi suatu kelompok data.³⁸ Rumus standar deviasi yaitu:

$$s = \sqrt{\frac{n \sum f_i x_i^2 - (\sum f_i x_i)^2}{n(n-1)}}$$

2. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data kontinu berdistribusi normal sehingga analisis dengan validitas, reliabilitas, uji t, korelasi, regresi dapat dilaksanakan.³⁹ Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Uji *One-Sample Kolmoorov-Smirnov Test* digunakan untuk mengetahui distribusi normal, *poisson uniform* atau *exponensial*. Residual berdistribusi normal jika nilai taraf signifikan $> 0,05$.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas adalah uji yang digunakan untuk melihat linearitas hubungan antara variabel terikat dengan bebas yang saling membentuk kurva linear. Kaidah yang digunakan adalah jika nilai taraf

³⁸*Ibid.*, t.t., hlm. 95.

³⁹*Ibid.*, t.t., hlm. 109.

signifikan $linearity > 0,05$ maka sebenarnya dinyatakan linear. Dan jika nilai taraf signifikan $linearity < 0,05$ maka dikatakan non linear.⁴⁰

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan alat uji model regresi untuk menemukan adanya korelasi antar variable bebas (independen).⁴¹ Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variable independen. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan uji regresi, dengan nilai patokan VIF (Variance Inflation Factor) dan nilai Tolerance. Kriteria yang digunakan adalah:

- (1). Jika nilai VIF di sekitar angka 1-10, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas.
- (2). Jika nilai Tolerance ≥ 0.10 , maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas. Dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terdapat masalah multikolinearitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan alat uji model regresi untuk mengetahui ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika variance dari residual satu pengamatan

⁴⁰Sugiyono, *Cara Mudah Belajar SPSS dan LISREL Teori dan Aplikasi untuk Analisis Data Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 323.

⁴¹Perdana. Echo, *Olah Data Skripsi dengan SPSS 22* (Bangka Belitung: LAB KOM Manajemen FE UBB, 2016), hlm. 47.

ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas.⁴² Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi masalah heterokedastisitas. Untuk menentukan heteroskedastisitas dapat menggunakan grafik scatterplot, titik-titik yang terbentuk harus menyebar secara acak, tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, bila kondisi ini terpenuhi maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan model regresi layak digunakan.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Untuk data *time series* autokorelasi sering terjadi, tapi untuk data yang sampelnya *crosssection* jarang terjadi karena variabel pengganggu satu berbeda dengan yang lain. Salah satu cara mendeteksi autokorelasi adalah dengan menggunakan statistik Durbin Watson dengan menetapkan batas atas (d_u) dan batas bawah (d_l) dengan ketentuan, jika:⁴³

$d < d_l$ kita menolak hipotesis H_0 : tidak ada autokorelasi, yaitu $\rho \neq 0$

$d > d_u$ kita menerima hipotesis H_0 : tidak ada autokorelasi, yaitu $\rho = 0$

$d_l < d < d_u$ hasil pengujian tidak inconclusive

⁴²*Ibid.*, t.t., hlm. 49.

⁴³Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), hlm. 108.

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < d_l$
Tidak ada autokorelasi positif	No decision	$d_l \leq d \leq d_u$
Tidak ada korelasi negatif	Tolak	$4 - d_l < d < 4$
Tidak korelasi negatif	No decision	$4 - d_u \leq d \leq 4 - d_l$
Tidak ada autokorelasi Positif atau negatif	Tidak ditolak	$D_u < d < 4 - d_u$

4. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan angka sejauh mana kesesuaian persamaan regresi tersebut dengan data. Koefisien determinasi (R^2) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari keseluruhan variabel independen (X_1, X_2) terhadap variabel dependen (Y) sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1. Semakin mendekati 1 maka berarti bahwa variasi dalam variabel independen dapat menjelaskan dengan baik variabel dependen.

b. Uji t (Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel variabel terkait.⁴⁴ Uji statistik ini digunakan untuk membuktikan signifikan

⁴⁴Kuncoro, Mudrajat, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2003), hlm. 244.

atau tidaknya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara individual (parsial) dengan kriteria sebagai berikut:⁴⁵

- a) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada tingkat kesalahan tertentu (dalam penelitian ini tingkat kesalahannya 0,05 (5%) maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dan sebaliknya. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima.
- b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada tingkat kesalahan tertentu (dalam peneliti ini tingkat kesalahannya 0,05 (5%) maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 ditolak.

c. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas/independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat/dependen. Dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka Hipotesis diterima, artinya ada pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen di Mikey store distro.

⁴⁵*Ibid.*, t.t., hlm. 183.

- b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka Hipotesis ditolak, artinya tidak ada pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen di Mikey store distro.

Jika telah dilakukan pengujian dengan metode uji F (simultan), maka akan diperoleh suatu kesimpulan. Kesimpulan tersebut diambil berdasarkan kriteria yang telah disebutkan. Apabila hasil analisis ditemukan $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka tidak bisa dilakukan uji parsial (sendiri-sendiri) atau uji t_{hitung} dan perlu dilihat kembali data-datanya kemungkinan ada beberapa kesalahan yang mendasar. Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak.

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi ganda adalah pengembangan dari regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*independen*) terhadap satu variabel tak bebas (*dependen*).⁴⁶ Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁴⁶Syofian Siregar, *Op.Cit.*, hlm. 301.

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

\hat{y} = Variabel dependen (variabel tak bebas)

$X_1X_2X_3$ = Variabel independen

e = error

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda di atas, maka persamaan yang terbentuk dalam penelitian ini adalah:

$$KK = a + b_1KPr + b_2KPl + b_3Hg + e$$

Dimana:

KK = Kepuasan Konsumen

KPr = Kualitas Produk

KPl = Kualitas Pelayanan

Hg = Harga

e = error

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Mikey Store Distro

1. Sejarah Berdirinya Mikey Store Distro

Mikey store distro berdiri pada 15 Juli 2014 di Padangsidempuan, didirikan oleh Bapak Israk Pane, atau dalam komunitas distro lebih dikenal dengan nama Bang Pane. Bapak Israk Pane yang memiliki keinginan untuk mengasah kemampuannya dalam hal desain grafis, khususnya untuk tren fashion saat ini yang banyak disukai kalangan anak muda. Bapak Israk Pane yang memiliki hobi dan kegemaran dalam bidang fashion, serta ingin melebarkan sayap usahanya, usahawan ini mencetuskan mendirikan sebuah usaha distro yang bernama Mikey Store Distro. Sampai saat ini mempunyai cabang usahanya yang bernama Maestro Distro yang ada di Plaza Anugrah Padangsidempuan.

Mikey Store Distro dipasarnya bersanding dengan distro-distro umum yang mulai marak saat itu. Tahun-tahun setelah itu, Mikey Store Distro terus mengembangkan variasi produknya untuk memenuhi kebutuhan konsumen, seperti *t-shirt*, celana, *sweater*, tas, sepatu, sandal, dan produk-produk lain yang umumnya dijual di distro sampai saat ini. Di Mikey store distro barang yang dominan diminati para konsumen yaitu kaos dan celana. Peminat atau konsumen distro yaitu mulai dari kalangan junior sampai dewasa. Produk

distro memiliki harga mulai dari Rp100.000-Rp500.000,00 Dalam 1 bulan barang yang terjual mencapai sekitar 80, dan dalam 1 hari barang yang terjual mencapai 20. Mikey Store Distro yang beralamatkan Jl. Tuanku Imam Bonjol No. 31, Wek V Kota Padangsidempuan. Produk Mikey Store Distro menjual berbagai macam varian produk yang secara umum dijual di Distro. Mulai dari produk pakaian *t-shirt*, celana, *sweater*, tas, sepatu, sandal, topi, dan lain-lain.

2. Visi dan Misi

a) Visi

Menyediakan produk distro yang berkualitas dengan desain yang bagus, unik, dan kreatif, sesuai dengan *style* anak muda masa kini.

b) Misi

Menciptakan produk yang dapat diterima dan dikonsumsi oleh kalangan remaja sampai dewasa.

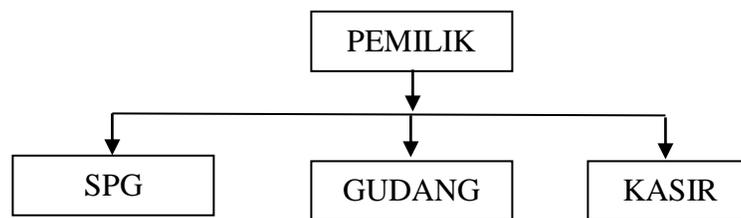
3. Struktur Organisasi

Suatu perusahaan untuk dapat mencapai tujuan perlu adanya struktur organisasi yang baik. Tentu saja struktur organisasi yang satu dengan perusahaan yang lain tidak sama karena kebutuhan tiap-tiap perusahaan berbeda. Organisasi yang baik adalah yang dapat menimbulkan kepuasan perorangan dan kepuasan golongan sehingga dapat mendorong kerjasama dan proses kerja mereka dapat berjalan lancar. Dalam mencapai tujuan perusahaan, untuk memperlancar kegiatannya perlu adanya pembagian tugas

dan tanggungjawab pada pelaksanaannya sesuai wewenang yang telah diberikan. Adanya susunan struktur organisasi perusahaan, diharapkan adanya kerjasama yang baik antar bagian, sehingga para pekerja akan mengerti tugas dan tanggung jawab. Semakin besar perusahaan yang dikelola, maka akan semakin kompleks pula kendala yang akan ditangani perusahaan tersebut.

Struktur organisasi yang ada di Mikey Store Distro adalah sebagai berikut:

Gambar 2
Struktur Organisasi Mikey Store Distro



Adapun uraian tugas-tugas, tanggung jawab dan wewenang pokok organisasi Mikey store distro adalah sebagai berikut:

1. Pemilik
 - a. Bertindak sebagai pimpinan cabang perusahaan dan bertanggung jawab atas maju mundurnya perusahaan serta terhadap kegiatan perusahaan.
 - b. Menentukan segala kebijaksanaan perusahaan.

- c. Mempunyai wewenang didalam pengambilan keputusan terhadap pelanggan atau pembeli yang akan membeli.
 - d. Mengangkat dan memberhentikan karyawan.
 - e. Membayar gaji dan upah karyawan.
2. SPG (*Sales Promotion Girl*)
- a. Mempunyai tugas melayani konsumen yang datang.
 - b. Memberi informasi kepada produk yang dipilih konsumen.
3. Gudang
- a. Menerima dan mengeluarkan barang.
 - b. Mengawasi dan mencatat keluar masuknya barang.
 - c. Merawat dan menjaga barang.
 - d. Melaporkan data barang yang ada di gudang.
4. Kasir
- a. Bertanggung jawab terhadap keluar masuknya uang.
 - b. Mencatat pembayaran transaksi penjualan.
 - c. Mencatat keluar masuknya uang dalam buku kas.

B. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah para konsumen di Mikey store distro berjumlah 40 orang yang dijadikan sebagai sampel penelitian pertimbangan yang dianggap mampu untuk menjawab angket secara objektif. Pengambilan data primer pada penelitian ini menggunakan instrumen angket yang disebar secara kebetulan pada konsumen Mikey Store Distro. Angket

yang diberikan kepada responden dalam penelitian ini adalah angket kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan konsumen. Angket kualitas produk terdiri dari 5 item pernyataan, angket kualitas pelayanan terdiri dari 6 item pernyataan, angket harga terdiri dari 6 item pernyataan, dan kepuasan konsumen terdiri dari 6 item pernyataan. Dari masing-masing item pernyataan disesuaikan dengan indikator variabel.

Penyebaran angket kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan konsumen dilakukan dengan mekanisme yaitu peneliti langsung menemui responden dengan datang ke Mikey Store Distro yang ada di siborang padangsidimpuan. Dalam karakteristik responden yang ditekankan adalah berdasarkan jenis kelamin.

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yaitu menguraikan atau menggambarkan jenis kelamin responden. Hal ini dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu laki-laki dan perempuan. Adapun karakteristik responden menurut jenis kelamin dapat disajikan sebagai berikut:

Tabel IV. 1

Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Kategori	Responden	Persentase
Laki-laki	33	82,5%
Perempuan	7	17,5%
Total	40	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan data responden diatas dapat diketahui tentang jenis kelamin responden konsumen yang ada di Mikey store distro yang diambil sebagai responden menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah laki-laki, yaitu sebanyak 33 orang sedangkan sisanya adalah responden perempuan sebanyak 7 orang. Responden berjenis laki-laki sebesar 82,5 persen, dan perempuan sebesar 17,5 persen.

C. Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Uji validitas yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *person product moment* dengan aplikasi SPSS. Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf yang signifikan (0,1). Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Adapun kriteria pengujian adalah:

- a) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan signifikan 0,1) maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total maka dinyatakan valid.
- b) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan signifikan 0,1) maka instrumen atau item-item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total maka dinyatakan tidak valid.

1) Uji Validitas Kualitas Produk (X1)

Tabel IV.2
Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

Item pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X _{1.1}	0,471	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan n = 37 pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,2673$	Valid
X _{1.2}	0,357		Valid
X _{1.3}	0,639		Valid
X _{1.4}	0,601		Valid
X _{1.5}	0,612		Valid

Sumber: Data diolah, SPSS 23 Tahun 2020

Berdasarkan hasil uji validitas diatas menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,2673. Hal tersebut menunjukkan pernyataan 1 sampai 5 dinyatakan valid.

2) Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)

Tabel IV. 3
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Item pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X _{2.1}	0,556	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan n = 37 pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,2673$	Valid
X _{2.2}	0,719		Valid
X _{2.3}	0,858		Valid
X _{2.4}	0,642		Valid
X _{2.5}	0,659		Valid
X _{2.6}	0,462		Valid

Sumber: Data diolah, SPSS 23 Tahun 2020

Berdasarkan hasil uji validitas diatas menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,2673. Hal tersebut menunjukkan pernyataan 1 sampai 6 dinyatakan valid.

3) Uji Validitas Harga (X3)

Tabel IV. 4
Hasil Uji Validitas Harga

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X _{3.1}	0,406	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan n = 37 pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,2673$	Valid
X _{3.2}	0,666		Valid
X _{3.3}	0,509		Valid
X _{3.4}	0,535		Valid
X _{3.5}	0,636		Valid
X _{3.6}	0,636		Valid

Sumber: Data diolah SPSS Tahun 2020

Berdasarkan hasil uji validitas diatas menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,2673. Hal tersebut menunjukkan pernyataan 1 sampai 6 dinyatakan valid.

4) Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel IV. 5
Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen

Item pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y.1	0,441	Instrumen valid, jika $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} dengan $n = 37$ pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,2673$	Valid
Y.2	0,422		Valid
Y.3	0,381		Valid
Y.4	0,699		Valid
Y.5	0,550		Valid
Y.6	0,348		Valid

Sumber: Data diolah, SPSS 23 Tahun 2020

Berdasarkan hasil uji validitas diatas menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,2673. Hal tersebut menunjukkan pernyataan 1 sampai 6 dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat digunakan untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ maka dapat dikatakan reliabel. Nilai reliabilitas dapat dilihat sebagai berikut:

1) Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X1)

Tabel IV. 6
Uji Reliabilitas Kualitas Produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.689	6

Sumber: Data diolah, SPSS Tahun 2020

Berdasarkan Tabel IV.6 item-item pertanyaan diperoleh nilai *Cronbach Alpha* 0,689 > 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk adalah *reliabel*.

2) Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X2)

Tabel IV. 7
Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.743	7

Sumber: Data diolah, SPSS Tahun 2020

Berdasarkan Tabel IV. 7 item-item pertanyaan diperoleh nilai *Cronbach Alpha* 0,743 > 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan adalah *reliabel*.

3) Uji Reliabilitas Harga (X3)

Tabel IV. 8
Uji Reliabilitas Harga

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.715	7

Sumber: Data diolah, SPSS Tahun 2020

Berdasarkan Tabel IV. 8 item-item pertanyaan diperoleh nilai *Cronbach Alpha* 0,715 > 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga adalah *reliabel*.

4) Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel IV. 9
Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.648	7

Sumber: Data diolah, SPSS Tahun 2020

Berdasarkan Tabel IV. 9 item-item pertanyaan diperoleh nilai *Cronbach Alpha* 0,648 > 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan konsumen adalah *reliabel*.

c. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan proses pengolahan data untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti. Analisis deskriptif meliputi penyajian data melalui tabel, mean, minimum, maximum dan perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi. Hasil uji analisis statistik deskriptif sebagai berikut:

Tabel IV. 10
Hasil Uji Analisis Deskriptif
Descriptive Statistics

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Kualitas_produk	40	19	25	20.87	1.305	1.702
Kualitas_Pelayanan	40	20	30	24.25	1.997	3.987
Harga	40	21	30	25.08	1.859	3.456
Kepuasan_Konsumen	40	19	29	23.58	1.810	3.276
Valid N (listwise)	40					

Sumber: Data diolah, SPSS Tahun 2020

Berdasarkan hasil uji analisis statistik deskriptif diatas dapat dilihat sebagai berikut:

1. Variabel tingkat kualitas produk dengan jumlah data (N) sebanyak 40 mempunyai *mean* 20,87 dengan nilai *minimum* 19 dan nilai *maximum* 25 serta *standard deviation* 1,305.

2. Variabel tingkat kualitas pelayanan dengan jumlah data (N) sebanyak 40 mempunyai *mean* 24,25 dengan nilai *minimum* 20 dan nilai *maximum* 30 serta *standard deviation* 1,997.
3. Variabel tingkat harga dengan jumlah data (N) sebanyak 40 mempunyai *mean* 25,08 dengan nilai *minimum* 21 dan nilai *maximum* 30 serta *standard deviation* 1,859.
4. Variabel tingkat kepuasan konsumen dengan jumlah data (N) sebanyak 40 mempunyai *mean* 23,58 dengan nilai *minimum* 19 dan nilai *maximum* 29 serta *standard deviation* 1,810.

2. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan uji grafik Normal P-P *Plot of regression standardized residual*. Dengan syarat bahwa titik menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal, maka nilai terdistribusi normal. Hasil uji normalitas sebagai berikut:

Tabel IV. 11
Hasil Uji Normalitas *Kolmogrov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.74309814
Most Extreme Differences	Absolute	.095
	Positive	.056
	Negative	-.095
Test Statistic		.095
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data diolah, SPSS Tahun 2020

Berdasarkan Tabel IV. 11 hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi $0,200 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

b. Uji linearitas

Uji linearitas adalah uji yang digunakan untuk melihat hubungan antara variabel terikat dengan bebas yang saling membentuk kurva linear. Jika nilai taraf signifikan *linearity* $> 0,05$ maka sebenarnya dinyatakan linear. Dan jika nilai taraf signifikan *linearity* $< 0,05$ maka dinyatakan non linear.

1) Uji Linearitas Kualitas Produk (X1)

Tabel IV. 12
Hasil Uji Linearitas Kualitas Produk
ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan_Kons umen_Y* Kualitas_Produk	Between Groups	(Combined)	.783	3	.261	.141	.935
		Linearity	.018	1	.018	.010	.921
		Deviation from Linearity	.764	2	.382	.206	.815
	Within Groups		66.817	36	1.856		
Total			67.600	39			

Sumber: Data diolah, SPSS Tahun 2020

Dari hasil uji linearitas diatas dapat disimpulkan bahwa data tersebut memenuhi asumsi linearitas dengan melihat nilai linear. Nilai linear signifikan kurang dari 0,05. Nilai signifikan 0,815 > 0,05 maka kepuasan konsumen dan kualitas produk memiliki hubungan linear.

2) Uji Linearitas Kualitas Pelayanan (X2)

Tabel IV. 13
Hasil Uji Linearitas Kualitas Pelayanan
ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan_Konsumen_Y *	Between Groups	(Combined)	46.350	6	7.725	11.996	.000
		Linearity	36.237	1	36.237	56.274	.000
Kualias_Pelayanan_X2	Within Groups	Deviation from Linearity	10.113	5	2.023	3.141	.020
			21.250	33	.644		
Total			67.600	39			

Sumber: Data diolah, SPSS Tahun 2020

Dari hasil uji linearitas di atas dapat disimpulkan bahwa data tersebut memenuhi asumsi linearitas dengan melihat nilai linear. Nilai linear signifikan kurang dari 0,05. Nilai signifikan $0,020 > 0,05$ maka kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan memiliki hubungan linear.

3) Uji Linearitas Harga (X3)

Tabel IV. 14
Hasil Uji Linearitas Harga
ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan_Kons umen_Y * Harga_X3	Between Groups	(Combined)	22.850	6	3.808	2.808	.026
		Linearity	18.267	1	18.267	13.471	.001
		Deviation from Linearity	4.583	5	.917	.676	.645
	Within Groups		44.750	33	1.356		
Total			67.600	39			

Sumber: Data diolah, SPSS Tahun 2020

Dari hasil uji linearitas di atas dapat disimpulkan bahwa data tersebut memenuhi asumsi linearitas dengan melihat nilai linear. Nilai linear signifikan kurang dari 0,05. nilai signifikan 0,645 > 0,05 maka kepuasan konsumen dan harga memiliki hubungan linear.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah cara untuk menguji ada atau tidaknya gejala multikolinearitas antara lain dengan melihat nilai *Tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas sebagai berikut:

1) Nilai *Tolerance*

Untuk melihat kriteria pengujian multikolinearitas dengan menggunakan nilai *Tolerance* $> 0,1$ (10%) menunjukkan bahwa model regresi terdapat multikolinearitas.

2) VIF (*Variance inflation factor*)

Apabila nilai VIF < 10 mengindikasikan bahwa model regresi bebas dari multikolinearitas dan jika nilai VIF > 10 mengindikasikan bahwa model regresi memiliki multikolinearitas.

Tabel IV. 15
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	10.404	4.434		2.346	.025		
Kualitas_Produk	.322	.277	.232	1.163	.252	.536	1.865
Kualitas_Pelayanan	.280	.194	.309	1.441	.158	.464	2.155
Harga	-.014	.199	-.014	-.068	.946	.509	1.963

Sumber: Data diolah, SPSS Tahun 2020

Berdasarkan hasil diatas dapat diketahui nilai *Tolerance* dari variabel kualitas produk adalah $0,536 > 0,1$. Variabel kualitas pelayanan adalah $0,464 > 0,1$. Dan variabel harga adalah $0,509 > 0,1$. Dapat

disimpulkan bahwa nilai *Tolerance* dari ketiga variabel diatas lebih besar dari 0,1. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

Selanjutnya berdasarkan nilai VIF dari variabel kualitas produk adalah $1,865 < 10$. Variabel kualitas pelayanan adalah $2,155 < 10$. Dan variabel harga adalah $1,963 < 10$. Jadi, dapat disimpulkan bahwa nilai VIF dari ketiga variabel diatas lebih kecil dari 10 sehingga tidak terjadi multikolinearitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan heteroskedastisitas. Jika nilai signifikan $< 0,10$ maka akan terjadi heteroskedastisitas, sebaliknya jika nilai signifikan $> 0,10$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Rank Spearman*.

Tabel IV. 16
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Correlations

			Kualitas_P roduk	Kualitas_P elayanan	Harga	Unstandar dized Residual
Spearman's rho	Kualitas_Produk	Correlation Coefficient	1.000	-.271	.084	-.095
		Sig. (2-tailed)	.	.090	.606	.560
		N	40	40	40	40
	Kualitas_Pelayanan	Correlation Coefficient	-.271	1.000	.225	.083
		Sig. (2-tailed)	.090	.	.163	.610
		N	40	40	40	40
	Harga	Correlation Coefficient	.084	.225	1.000	-.081
		Sig. (2-tailed)	.606	.163	.	.619
		N	40	40	40	40
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.095	.083	-.081	1.000
		Sig. (2-tailed)	.560	.610	.619	.
		N	40	40	40	40

Sumber: Data diolah, SPSS Tahun 2020

Dari tabel IV. 15 dapat dilihat bahwa nilai variabel independen memiliki nilai signifikan lebih dari 0,10 dimana kualitas produk (X1) $0,560 > 0,10$, kualitas pelayanan (X2) $0,610 > 0,10$, harga (X3) $0,619 > 0,10$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

c. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan korelasi antara anggota observasi yang disusun menurut waktu atau tempat. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi. Metode pengujian menggunakan uji Durbin-Watson (DW test). Pengambilan keputusan pada uji Durbin-Watson sebagai berikut:

- a. $DU < DW < 4-DU$ maka hipotesis diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi antara variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga, terhadap kepuasan konsumen.
- b. $DW < DL$ atau $DW > 4-DL$ maka hipotesis ditolak, artinya terjadi autokorelasi antara variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen.
- c. $DL < DW < DU$ atau $4-DU < DW < 4-DL$, artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

Tabel IV. 17
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.825 ^a	.681	.655	.773	2.042

Sumber: Data diolah, SPSS Tahun 2020

Berdasarkan hasil dari uji autokorelasi diatas diketahui bahwa nilai Durbin-Watson sebesar 2,042 dengan $n = 40$ dan $k = 3$ didapat nilai $DU = 1,655$ jadi $4-DU = 2,345$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa $DU < DW < 4-DU$ dengan nilai sebesar $1,655 < 2,042 < 2,345$ yang hasilnya tidak terjadi autokorelasi.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari seluruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas yang tidak dimasukkan ke dalam model. Model dianggap baik jika koefisien determinan sama dengan satu atau mendekati satu. Nilai terkecil koefisien determinasi adalah nol dan terbesar satu, sehingga dinyatakan $0 \leq R^2 \leq 1$.

Tabel IV. 19
Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.825 ^a	.681	.655	.773

Sumber: Data diolah, SPSS Tahun 2020

Berdasarkan tabel IV.16 diatas diketahui bahwa nilai R^2 (*R Square*) sebesar 0,681. Hal ini menunjukkan bahwa 68,1 persen variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga mempengaruhi kepuasan konsumen. Sedangkan sisanya sebesar 31,9 persen dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

b. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Tabel IV. 20
Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.908	5.375		-.727	.472
	Kulaitas_Produk	.331	.181	.178	1.829	.076
	Kualitas_Pelayanan	.553	.081	.687	6.816	.000
	Harga	.253	.073	.337	3.447	.001

Sumber: Data diolah, SPSS tahun 2020

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terkait. Ketentuan dalam uji t adalah sebagai berikut:

- a) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Hipotesis diterima, artinya ada variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen.
- b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Hipotesis ditolak, artinya tidak ada variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen.
- c) Jika nilai Sig. $< 0,05$ maka hipotesis diterima.

Untuk interpretasi hasil pengujian uji t pada tabel diatas sebagai berikut:

1) Kualitas Produk

a) Perumusan Hipotesis

H_{01} : Tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian di Mikey Store Distro

b) Penentuan t_{hitung}

Dari hasil *output* IV. 17 tersebut diketahui hasil dari t_{hitung} adalah sebesar 1,829.

c) Penentuan t_{tabel}

t_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik dengan nilai 0,05 = dengan derajat kebebasan $df = n-k-1$ atau $40-3-1 = 36$, maka hasil yang diperoleh untuk t_{tabel} adalah sebesar 2,02809.

d) Kriteria pengujian

(1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima.

(2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak.

Berdasarkan kriteria pengujian diatas maka dapat diketahui bahwa, $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,829 < 2,02809$) maka H_a ditolak artinya tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian di Mikey Store Distro.

e) Kesimpulan Uji Parsial Kualitas Produk

Nilai T hitung < T tabel ($1,829 < 2,02809$) maka H_{01} ditolak. Dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh kualitas produk pengaruh

terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian di Mikey Store Distro.

2) Kualitas Pelayanan

a) Perumusan Hipotesis

H_{a2} : Adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian di Mikey Store Distro.

b) Penentuan t_{hitung}

Dari hasil *output* pada tabel IV. 17 dapat diketahui nilai t_{hitung} adalah sebesar 6,816.

c) Penentuan t_{tabel}

t_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik dengan nilai 0,05 dengan derajat kebebasan $df = n-k-1$ atau $40-3-1 = 36$, maka hasil yang diperoleh untuk t_{tabel} adalah sebesar 2,02809.

d) Kriteria Pengujian

(1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima.

(2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak.

Berdasarkan kriteria pengujian diatas maka dapat diketahui bahwa, $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,816 > 2,02809$) maka H_a diterima, artinya adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian di Mikey Store Distro.

e) Kesimpulan Uji Parsial Kualitas Pelayanan

Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,816 > 2,02809$), maka H_{a2} diterima dan dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian di Mikey store distro.

3) Harga

a) Perumusan Hipotesis

H_{a3} : Adanya pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian di Mikey Store Distro.

b) Penentuan t_{hitung}

Dari hasil *output* pada tabel IV. 17 dapat diketahui nilai t_{hitung} adalah sebesar 3,447.

c) Penentuan t_{tabel}

t_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik dengan nilai 0,05 dengan derajat kebebasan $df = n-k-1$ atau $40-3-1 = 36$, maka hasil yang diperoleh untuk t_{tabel} adalah 2,02809.

d) Kriteria Pengujian

(1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima.

(2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak.

Berdasarkan kriteria pengujian diatas maka dapat diketahui bahwa, $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,447 > 2,02809$) maka H_a diterima, artinya adanya pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian di Mikey store distro.

e) Kesimpulan Uji Parsial Harga

Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}(3,447 > 2,02809)$, maka H_{a3} diterima dan dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian di Mikey Store Distro.

c. Uji Signifikansi Simultan (F)

Tabel IV. 21
Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	46.064	3	15.355	25.668	.000 ^b
	Residual	21.536	36	.598		
	Total	67.600	39			

Sumber: Data diolah, SPSS Tahun 2020

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas/independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat/dependen. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen di Mikey Store Distro.

Ketentuan dalam Uji F adalah sebagai berikut:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a diterima, artinya ada pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen di Mikey Store Distro.

2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen di Mikey Store Distro.

3. Jika nilai Sig. 0,1 maka Hipotesis diterima.

Berdasarkan tabel IV. 18 atau tabel ANOVA maka akan diketahui Uji simultan dalam penelitian ini sebagai berikut:

(1) Perumusan Hipotesis

H_{a4} : Adanya pengaruh secara simultan antara kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian di Mikey Store Distro.

(2) Penentuan F_{hitung}

Dari tabel 18 atau tabel ANOVA diperoleh F hitung sebesar 25,668.

(3) Penentuan F_{tabel}

F_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik pada signifikansi 0,05 dengan $df_2 = n-k-1$ atau $40-3-1 = 36$, hasil yang diperoleh untuk F tabel adalah sebesar 2,87.

(4) Kriteria Pengujian

(a) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_a diterima.

(b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_a ditolak.

Berdasarkan kriteria pengujian tersebut dapat diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($25,668 > 2,87$) maka H_a diterima, artinya adanya pengaruh

secara simultan antara kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian di Mikey Store Distro.

(5) Kesimpulan Uji Simultan (KPr, KPL, dan Hg)

Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($25,668 > 2,87$), maka H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh secara simultan antara kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian di Mikey Store Distro.

5. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel IV. 18
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.908	5.375		-.727	.472
	Kulaitas_Produk	.331	.181	.178	1.829	.076
	Kualitas_Pelayanan	.553	.081	.687	6.816	.000
	Harga	.253	.073	.337	3.447	.001

Sumber: Data diolah, SPSS Tahun 2020

Analisis linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen kualitas produk (X_1) kualitas pelayanan (X_2) harga (X_3) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y).

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa *Unstandardized Coefficient* tabel diatas maka persentase analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah:

$$KK = a + b_1 KPr + b_2 KPl + b_3 Hg + e$$

$$KK = -3,908 + 0,331 KPr + 0,553 KPl + 0,253 Hg$$

Keterangan:

KPr = Kualitas produk

KPl = Kualitas pelayanan

Hg = Harga

KK = Kepuasan konsumen

Dari hasil persamaan tersebut dapat disimpulkan apabila variabel-variabel bebas ditingkatkan maka akan menimbulkan peningkatan dan penurunan pada variabel terikatnya. Artinya:

- a. Nilai konstanta sebesar -3,908 menunjukkan bahwa jika kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga nilainya konstan maka nilai kepuasan konsumen sebesar -3,908.
- b. Koefisien kualitas produk sebesar 0,331 artinya apabila kualitas produk mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka koefisien kepuasan konsumen akan mengalami penurunan sebesar:

$$= -3,908 + 0,331$$

$$= -3,577 \text{ maka menurun}$$

$$= -3,577 \times 100\%$$

$$= -355,7$$

- c. Koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,553 artinya apabila kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka koefisien kepuasan konsumen akan mengalami penurunan sebesar:

$$= -3,908 + 0,553$$

$$= -3,355 \text{ maka menurun}$$

$$= -3,355 \times 100\%$$

$$= -335,5$$

- d. Koefisien harga sebesar 0,253 artinya apabila harga mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka koefisien kepuasan konsumen akan mengalami penurunan sebesar:

$$= -3,908 + 0,253$$

$$= -3,655 \text{ maka menurun}$$

$$= -3,655 \times 100\%$$

$$= -365,5$$

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan melakukan penyebaran angket yang diajukan kepada konsumen Mikey store distro Padangsidempuan dan mengolah hasil jawaban para responden dari angket yang peneliti sebarakan melalui aplikasi *SPSS* versi 23 adalah sebagai berikut:

Berdasarkan hasil perhitungan nilai R^2 (*R Square*) sebesar 0,681 atau (68,1 persen). Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel kualitas produk,

kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen 0,681 (68,1 persen) sedangkan sisa sebesar 0,319 atau (31,9 persen) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

1. Pengaruh kualitas produk tidak ada pengaruh terhadap kepuasan konsumen Mikey store distro Padangsidempuan.

Menurut Kotler kualitas produk (*Product Quality*) adalah hal yang sangat penting dalam pemasaran sebuah produk. Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan, produk mencakup objek secara fisik, jasa, orang, tempat, organisasi dan ide. Produk yang memiliki kualitas akan memberikan kepuasan terhadap konsumen, ini juga terjadi pada konsumen Mikey store distro.

Dari hasil uji t dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel kualitas produk 1,829 dan untuk t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = (n-k-1)$, $df = (40-3-1) = 36$ hasil yang diperoleh dari untuk t_{tabel} sebesar = 2,02809 yang artinya $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi $0,76 > 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Mikey store distro.

Penelitian ini sejalan dengan teori Purnomo Edwin “Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen *Best Autoworks*, hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang sudah

dilakukan. Hasil dari uji t menunjukkan nilai sig yaitu sebesar 0,000. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di *Best Autoworks* dapat diterima kebenarannya.”

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Mikey store distro Padangsidempuan.

Menurut Mu'ah kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan pelayanan yang dapat memenuhi keinginan konsumen/pelanggan yang diberikan oleh suatu organisasi. Kualitas pelayanan mencakup lebih mudah, lebih baik, cepat, tepat, akurat, ramah, sesuai dengan harapan pelanggan. Kualitas pelayanan yang memiliki keunggulan dalam pelayanannya akan memberikan kepuasan terhadap konsumen, ini juga terjadi pada konsumen Mikey store distro.

Berdasarkan tabel hasil uji signifikansi simultan (uji F) diatas dapat dijelaskan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 25,668 dan F_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik dengan derajat kebebasan $df = n-k-1$ atau $40-3-1 = 36$ yang diperoleh nilainya sebesar 2,87 sehingga dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($25,668 > 2,87$) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,1$ artinya hipotesis diterima. Dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen di Mikey store distro Padangsidempuan.

Penelitian ini sejalan dengan teori Dwi Aliyyah berdasarkan hasil Uji F pada penelitian ini menunjukkan $\text{sig. } F \text{ } 0,000 < 0,05$ yang berarti Kualitas Pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap dan empati secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji t juga menunjukkan bahwa variabel daya tanggap memiliki pengaruh yang paling kuat dibandingkan dengan variabel lainnya maka variabel daya tanggap mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Mikey store distro Padangsidimpuan

Menurut Buchari Alma harga merupakan sejumlah uang yang digunakan untuk menilai dan mendapatkan produk maupun jasa yang dibutuhkan oleh konsumen. Harga mencakup dalam kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan kesesuaian harga dengan manfaat. Harga yang memiliki keunggulan yang baik yang sesuai dengan kualitas produk akan memberikan kepuasan terhadap konsumen, ini juga terjadi pada Mikey store distro.

Dari hasil uji t dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel harga sebesar 3,447 dan untuk t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = (n-k-1)$, $df = 2,02809$ yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi $0,001 > 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Mikey store distro.

Penelitian ini sejalan dengan teori Purnomo Edwin harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Best Autoworks, hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang sudah dilakukan. Namun, hasil dari uji t menunjukkan nilai Sig yaitu sebesar 0,054. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Best Autoworks dapat diterima kebenarannya.

E. Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin. Namun dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna sulit, sebab dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan. Diantara keterbatasan yang dihadapi peneliti selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan dalam menyebar angket peneliti tidak mengetahui apakah responden mengisi angket dengan jujur dalam menjawab setiap

pernyataan yang diberikan yang dapat mempengaruhi validitas yang diperoleh.

2. Keterbatasan dalam menyebar angket dimana peneliti menyebar kepada konsumen Mikey store distro yang susah untuk diminta mengisi angket.

Meskipun demikian peneliti tetap berusaha dan selalu sabar dalam melakukan penelitian agar penelitian ini maksimal. Akhirnya dengan segala kerja keras serta usaha dan bantuan dari semua pihak skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga peneliti selanjutnya lebih disempurnakan lagi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan diatas mengenai Determinan Kepuasan Konsumen Dalam Berbelanja Di Mikey Store Distro dengan metode analisis regresi linear berganda, Maka kesimpulan yang dapat diperoleh yaitu:

1. Hasil Koefisien Determinasi nilai (R^2) sebesar 0,681 atau (68,1 persen). Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian di Mikey store distro 0,681 (68,1 persen) sedangkan sisa sebesar 0,319 atau (31,9 persen) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.
2. Secara parsial (uji t) kualitas produk memiliki $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,829 < 2,02809$) artinya tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian di Mikey store distro.
3. Secara parsial (uji t) kualitas pelayanan memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,816 > 2,02809$) artinya adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian di Mikey store distro.
4. Secara parsial (uji t) harga memiliki pengaruh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,447 > 2,02809$) artinya adanya pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian di Mikey store distro.

5. Secara simultan (uji f) adanya pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian di Mikey store distro. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($25,668 > 2,87$), maka H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh secara simultan antara kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian di Mikey Store Distro.
6. Hasil uji analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:
- Nilai konstanta sebesar -3,908 menunjukkan bahwa jika kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga nilainya konstan maka nilai kepuasan konsumen sebesar -3,908.
 - Koefisien kualitas produk sebesar 0,331 artinya apabila kualitas produk mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka koefisien kepuasan konsumen akan mengalami penurunan sebesar:

$$= -3,908 + 0,331$$

$$= -3,577 \text{ maka menurun}$$

$$= -3,577 \times 100\%$$

$$= -355,7$$
 - Koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,553 artinya apabila kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebesar 1satuan, maka koefisien kepuasan konsumen akan mengalami penurunan sebesar:

$$\begin{aligned}
 &= -3,908 + 0,553 \\
 &= -3,355 \text{ maka menurun} \\
 &= -3,355 \times 100\% \\
 &= -335,5
 \end{aligned}$$

- d. Koefisien harga sebesar 0,253 artinya apabila harga mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka koefisien kepuasan konsumen akan mengalami penurunan sebesar:

$$\begin{aligned}
 &= -3,908 + 0,253 \\
 &= -3,655 \text{ maka menurun} \\
 &= -3,655 \times 100\% \\
 &= -365,5
 \end{aligned}$$

B. Saran

Adapun saran peneliti berdasarkan kesimpulan diatas, sebagai berikut:

1. Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel lain diluar variabel yang sudah ada dalam penelitian ini. Menjadi bahan referensi tambahan terutama bagi peneliti selanjutnya.
2. Peneliti menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen di Mikey store distro padangsidimpuan. Maka disarankan pada Mikey store distro

Padangsidimpuan untuk tetap mempertahankan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen.

3. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan konsumen terhadap kepuasan konsumen dan mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Maman. *Panduan Praktik memahami Penelitian Bidang Sosial-Administrasi-Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia, 2011.
- Al Fatih Quran (group PT. Insan Media Pustaka. *Group PT. Insan Media Pustaka, Al-Qur'an Tafsir Perkata Tajwid Kode Arab*. Jakarta: CV. Al Fatih Berkah Cipta, 2012.
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2005.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Asnawi, Nur. *Metode Riset Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid I*. Malang: UIN Malik Press, 2011.
- Darmadi Durianto. *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: Pt. Gramedia Pustaka Utama, 2004.
- . *Principles Of Marketing, Global Edition, 14 Edition*. Jakarta: Pearson Education, 2012.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.
- Irianto, Agus. *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009.
- Kasmir. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Rajawali Pers, 2014.
- Kotler. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2007.
- . *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo, 2009.
- . *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 2. Jakarta: Erlangga, 2009.
- . *Marketing Managemen, 15th Edition*. Jakarta: Pearson Education, 2016.
- Kotler, Philip. *Op.Cit*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kuncoro, Mudrajat. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga, 2003.

- Mu'ah. "Kualitas Layanan Rumah Sakit terhadap Emosi dan Kepuasan Pasien," t.t.
- Mulyawan Rahman. *Birokrasi dan Pelayanan Publik*. Bandung: Unpad Press, 2016.
- Noor, Juliansyah. *Metode Penelitian*. Jakarta: Kencana Pranamedia Group, 2011.
- Orville. *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Jakarta: Erlangga, 2005.
- Perdana.Echo. *Olah Data Skripsi dengan SPSS 22*. Bangka Belitung: LAB KOM Manajemen FE UBB, 2016.
- Priyanto, Duwi. *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: Jakarta, 2014.
- Rianto, Nur. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: CV. Alfabeta, 2012.
- Saat, Sulaiman. "Faktor-Faktor Determinan Dalam Pendidikan" 8, no. 2 (2015): 17.
- Sudijono, Anas. *Pengantar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011.
- Sugiyono. *Cara Mudah Belajar SPSS dan LISREL Teori dan Aplikasi untuk Analisis Data Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- . *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: CV. Alfabeta, 2013.
- . *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2007.
- Sutrisno, Edy. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009.
- Syofian Siregar. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Prenada Media, 2012.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset, 2008.
- Usman, Husaini. *Pengantar Statistika*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama Lengkap : Masreni Harahap
2. Nama Panggilan : Reni
3. Tempat/ Tgl. Lahir : Padangsidempuan, 30 September 1998
4. Agama : Islam
5. Jenis kelamin : Perempuan
6. Anak ke : 3 dari 6 Bersaudara
7. Alamat : JL. Silandit No. 75
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. No. Telepon/ HP : 0822-9484-0348

B. LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

1. SD Negeri 200108 Padangsidempuan (2003-2009)
2. MTS Negeri 1 Padangsidempuan (2010-2013)
3. MAN 1 Padangsidempuan (2013-2016)
4. Program Sarjana (S-1) Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (2016-2020)

C. IDENTITAS ORANG TUA

- Nama Ayah : A. Darwin Harahap (Alm.)
- Nama Ibu : Juhairiyah Daulay
- Pekerjaan : PNS

LAMPIRAN I

Daftar Kuesioner

Kepada Yth:

Bapak/Ibu/Saudara/i

Ditempat

1. Dengan segala kerendahan hati dan harapan, peneliti memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi daftar pernyataan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.
2. Kuesioner ini dibuat untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam rangka menyusun skripsi yang merupakan syarat untuk menyelesaikan studi pada program Sarjana Ekonomi dan Bisnis Islam dalam bidang ilmu Ekonomi Syari'ah dengan judul: Determinan kepuasan konsumen dalam berbelanja di Mikey Store Distro.
3. Peneliti memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan memilih jawaban yang disediakan dan jawaban tersebut dijamin kerahasiaannya serta tidak berpengaruh terhadap kondisi Bapak/Ibu/Saudara/i sebagai konsumen.
4. Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I meluangkan waktu untuk membantu peneliti mengisi kuesioner ini, peneliti mengucapkan terima kasih.

Peneliti

Masreni Harahap
16 402 00025

Kuesioner Penelitian

Determinan Kepuasan Konsumen Dalam Berbelanja Di Mikey Store Distro

Identitas Responden

No Responden :

Nama :

Alamat :

Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan

Umur :

Pendidikan terakhir :

Pekerjaan : Pegawai Negeri Sipil Pegawai Swasta
 Wiraswasta Pelajar / Mahasiswa
 Lainnya

1. Petunjuk pengisian

Beri tanda *check list* (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i.

Kriteria Penelitian

No	Pernyataan	Skor	
		Positif	Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Kurang Setuju (KS)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

1. Kualitas Produk (Variabel X₁)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Kualitas produk di Mikey Store Distro tahan lama					
2.	Bahan produk yang tersedia di Mikey Store Distro lembut dan nyaman dipakai					
3.	Motif dari produk yang tersedia di Mikey Store Distro beragam					
4.	Paduan warna produk yang tersedia di Mikey Store Distro sangat menarik					
5.	Produk-produk yang tersedia di Mikey Store Distro adalah produk yang kurang terkenal					

2. Kualitas Pelayanan (Variabel X₂)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Lokasi Mikey Store Distro strategis dan mudah dijangkau					
2.	Pembelian barang di Mikey Store Distro dapat dilakukan dengan cepat					
3.	Karyawan selalu siap membantu kebutuhan pelanggan dan memberikan solusi terbaik terhadap keluhan pelanggan					
4.	Kemudahan bagi pembeli atau pelanggan untuk menghubungi Mikey Store Distro guna menyampaikan saran, kritik, komentar, pertanyaan dan keluhan					
5.	Karyawan Mikey Store Distro dapat memberikan informasi yang jelas kepada setiap pembeli					
6.	Karyawan Mikey Store Distro menunjukkan sikap kurang bersemangat dalam bekerja melayani konsumen					

3. Harga (Variabel X₃)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Harga di Mikey Store Distro terjangkau					
2.	Harga bervariasi sesuai dengan merek produk					
3.	Harga produk sesuai dengan kualitas produk					
4.	Harga produk di Mikey Store Distro dapat bersaing dengan produk lain di toko distro yang lainnya					
5.	Harga produk sesuai dengan hasil yang diinginkan					
6.	Harga produk di Mikey Store kurang sesuai dengan manfaat yang dapat dirasakan					

4. Kepuasan Konsumen (Variabel Y)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Produk yang tersedia di Mikey Store Distro terdiri dari berbagai merek					
2.	Ruangan Mikey Store Distro tertata rapi dan memiliki lampu pencerahan					
3.	Harga produk di Mikey Store Distro lebih murah dibanding tempat lain					
4.	Mikey Store Distro dalam promosinya menawarkan produk yang tersedia di Mikey Store Distro					
5.	Mikey Store Distro memiliki fasilitas parkir yang luas.					
6.	Harga produk di Mikey Store Distro kurang sebanding dengan kenyamanan yang diterima					

Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Responden	X2.1	X2.2	x2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total (X2)
1	5	4	4	4	3	4	24
2	4	4	4	4	3	3	22
3	4	4	4	4	3	4	23
4	5	4	4	4	3	4	24
5	4	4	4	4	3	3	22
6	4	4	4	4	4	4	24
7	4	4	4	4	3	4	23
8	4	4	4	4	4	3	23
9	4	4	4	4	4	2	22
10	5	4	4	4	4	3	24
11	5	4	4	4	4	3	24
12	5	4	4	4	3	3	23
13	3	4	4	4	4	4	23
14	5	4	4	3	5	2	23
15	5	4	5	3	3	4	24
16	5	5	5	4	5	5	29
17	5	4	5	5	4	3	26
18	5	4	5	4	4	4	26
19	5	4	4	4	4	3	24
20	5	5	5	5	4	3	27
21	5	4	5	5	5	4	28
22	5	5	5	5	5	5	30
23	5	4	4	4	4	3	24
24	5	4	4	4	4	3	24
25	4	4	4	4	2	5	23
26	5	4	4	4	4	3	24
27	5	4	4	4	4	4	25
28	4	4	4	4	4	4	24
29	4	4	4	4	4	4	24
30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	4	3	3	3	3	20
32	4	4	4	4	4	4	24
33	5	5	5	4	5	4	28
34	4	4	4	4	4	4	24
35	4	4	4	4	4	4	24
36	4	4	4	4	4	3	23
37	5	4	4	4	4	3	24
38	4	4	4	4	4	3	23

39	5	4	5	5	5	3	27
40	4	4	4	4	4	3	23

Variabel Kualitas Prduk (X1)

Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total (X1)
1	5	4	5	4	3	21
2	5	5	5	4	3	22
3	5	5	5	5	5	22
4	5	4	4	4	4	21
5	5	4	5	4	4	22
6	4	4	4	4	3	19
7	4	5	4	4	3	20
8	5	4	5	4	3	21
9	5	4	4	3	4	20
10	4	4	4	4	3	19
11	4	5	4	4	3	20
12	4	5	4	4	3	20
13	4	5	4	4	3	20
14	4	5	4	4	3	20
15	5	4	4	4	4	21
16	4	5	4	5	2	20
17	5	4	4	4	4	21
18	5	4	4	4	4	21
19	5	5	5	5	4	24
20	5	5	4	4	2	20
21	5	5	5	5	3	23
22	5	4	4	4	4	21
23	5	4	5	4	3	21
24	5	4	4	4	3	20
25	5	5	5	5	5	25
26	5	4	4	4	5	22
27	5	4	4	5	3	21
28	4	4	4	4	3	19
29	5	4	4	4	3	20
30	5	4	4	4	4	21
31	5	4	4	4	3	20
32	4	4	4	4	3	19
33	4	4	4	4	4	20
34	5	4	4	4	3	20
35	4	5	4	5	4	22
36	5	4	4	3	4	20
37	5	4	4	4	3	20
38	4	5	4	4	3	20

39	5	4	5	4	4	22
40	5	4	5	4	4	22

Variabel Harga (X3)

Responden	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Total (X3)
1	5	4	4	4	4	4	25
2	5	5	5	5	5	3	28
3	4	4	5	4	4	4	25
4	5	4	4	4	4	4	25
5	5	4	4	4	4	4	25
6	4	5	4	4	4	4	25
7	5	4	4	4	4	4	25
8	4	5	5	4	5	5	28
9	5	4	4	4	4	3	24
10	4	4	4	4	4	3	23
11	5	4	4	4	4	4	25
12	5	4	4	4	4	4	25
13	5	4	4	4	4	3	28
14	4	5	5	5	5	4	28
15	5	4	4	4	4	4	25
16	5	5	2	5	4	5	26
17	5	4	4	4	4	4	25
18	5	4	4	4	4	4	25
19	5	5	5	5	5	5	30
20	4	4	4	4	4	3	23
21	5	5	5	5	5	3	28
22	5	4	4	4	4	4	25
23	5	4	4	4	4	3	24
24	5	4	5	4	4	4	26
25	5	5	5	5	5	4	29
26	4	5	4	4	3	4	24
27	3	4	3	5	4	2	21
28	3	3	5	3	5	4	23
29	5	4	4	4	4	3	24
30	5	4	4	4	4	3	24
31	5	4	4	4	4	4	25
32	4	4	4	4	4	2	22
33	4	4	4	4	4	2	22
34	5	4	4	4	5	4	26
35	5	4	4	4	4	4	25
36	4	4	5	4	5	4	26
37	5	4	5	4	4	3	25
38	5	4	4	4	4	3	24

39	5	4	5	4	4	3	25
40	5	4	5	4	4	4	26

Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Responden	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Total (Y)
1	5	4	4	4	3	4	24
2	5	5	5	3	3	3	24
3	4	3	4	4	3	4	20
4	5	4	4	4	4	4	25
5	4	5	4	4	3	4	24
6	5	4	4	4	3	4	24
7	4	3	4	4	3	4	20
8	4	5	3	4	2	5	23
9	4	4	4	4	3	3	20
10	5	4	4	4	3	4	24
11	5	4	4	4	3	4	24
12	5	4	4	4	3	4	24
13	4	3	4	4	3	4	20
14	4	3	4	4	3	4	20
15	4	3	4	4	3	4	20
16	4	3	4	4	3	4	20
17	5	4	4	4	4	4	25
18	2	2	5	2	5	5	21
19	5	4	4	4	3	4	24
20	5	4	4	4	3	4	24
21	5	5	5	5	5	4	29
22	4	4	4	4	4	3	23
23	5	3	5	5	3	3	24
24	5	4	4	4	3	4	24
25	4	5	4	5	3	5	24
26	5	5	2	3	1	3	19
27	5	4	4	4	3	4	24
28	5	5	4	5	5	5	29
29	4	4	4	4	4	3	23
30	4	4	4	4	4	3	23
31	4	4	4	4	3	4	23
32	4	4	4	4	3	4	23
33	5	4	4	4	3	4	24
34	5	4	5	4	3	4	23
35	5	3	4	4	3	4	23
36	5	3	4	4	3	4	23
37	5	4	4	4	2	4	23
38	4	5	3	4	3	4	23

39	5	4	5	4	3	4	25
40	5	4	4	4	4	4	25







Uji t-1
 Kualitas Produk

Correlations

	item1	item2	item3	item4	item5	x1
item1 Pearson Correlation	1	-.430*	.401*	-.086	.345*	.471*
item1 Sig (2-tailed)		.006	.010	.599	.029	.002
item1 N	40	40	40	40	40	40
item2 Pearson Correlation	-.430*	1	.092	.453*	-.074	.357*
item2 Sig (2-tailed)	.006		.570	.003	.648	.024
item2 N	40	40	40	40	40	40
item3 Pearson Correlation	.401*	.092	1	.265	.073	.639*
item3 Sig (2-tailed)	.010	.570		.099	.653	.000
item3 N	40	40	40	40	40	40
item4 Pearson Correlation	-.086	.453*	.265	1	.087	.601*
item4 Sig (2-tailed)	.599	.003	.099		.592	.000
item4 N	40	40	40	40	40	40
item5 Pearson Correlation	.345*	-.074	.073	.087	1	.612*
item5 Sig (2-tailed)	.029	.648	.653	.592		.000
item5 N	40	40	40	40	40	40
x1 Pearson Correlation	.471*	.357*	.639*	.601*	.612*	1
x1 Sig (2-tailed)	.002	.024	.000	.000	.000	
x1 N	40	40	40	40	40	40

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

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

Kualitas Pelayanan

		Correlations						
		Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	χ2
Pearson Correlation		1	.304	.498 ^{**}	.205	.303	-.097	.556 ^{**}
Sig. (2-tailed)			.056	.001	.204	.057	.552	.000
N		40	40	40	40	40	40	40
Pearson Correlation		.304	1	.582 ^{**}	.336 [*]	.430 ^{**}	.342 [*]	.719 ^{**}
Sig. (2-tailed)		.056		.000	.033	.006	.031	.000
N		40	40	40	40	40	40	40
Pearson Correlation		.498 ^{**}	.582 ^{**}	1	.565 ^{**}	.483 ^{**}	.293	.858 ^{**}
Sig. (2-tailed)		.001	.000		.000	.002	.066	.000
N		40	40	40	40	40	40	40
Pearson Correlation		.205	.336 [*]	.565 ^{**}	1	.353 [*]	.155	.642 ^{**}
Sig. (2-tailed)		.204	.033	.000		.026	.339	.000
N		40	40	40	40	40	40	40
Pearson Correlation		.303	.430 ^{**}	.483 ^{**}	.353 [*]	1	-.072	.659 ^{**}
Sig. (2-tailed)		.057	.006	.002	.026		.660	.000
N		40	40	40	40	40	40	40
Pearson Correlation		-.097	.342 [*]	.293	.155	-.072	1	.462 ^{**}
Sig. (2-tailed)		.552	.031	.066	.339	.660		.003
N		40	40	40	40	40	40	40
Pearson Correlation		.556 ^{**}	.719 ^{**}	.858 ^{**}	.642 ^{**}	.659 ^{**}	.462 ^{**}	1
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.003	
N		40	40	40	40	40	40	40

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

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



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihatang 22733
Telepon (0634) 22080 Faksimile (0634) 24022

Nomor
Hal

: WA /In.14/G.1/G.4b/TL.00/06/2020
: Mohon Izin Riset

23 Juni 2020

Yth: Toko Mikey Store Distro.

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan menerangkan bahwa

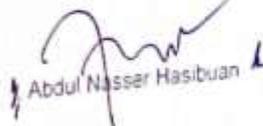
Nama : Masreni Harahap
NIM : 1640200025
Semester : VIII (Delapan)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: " Determinan Kepuasan Konsumen Dalam Berbelanja di Mikey Store Distro " .

Sehubungan dengan itu, atas bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih

a.n Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik


Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan

Mikey Store Distro Jalan Imam Bonjol No. 31 Wlk V Padangsidempuan

Surat Balasan

Yth,

Instansi Agama Islam Negeri (IAIN)

Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, menindak lanjuti surat riset No. 1111/In. 14/G. 1/G. 4b/TL.23/03/2020, pimpinan perusahaan mikey store distro telah menerima surat riset dari pihak IAIN Padangsidempuan yang menerangkan bahwa kami telah memberi izin kepada:

Nama : Masreni Harahap
Nim : 16.402.00025
Semester : IX (Sembilan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah

Untuk melaksanakan penelitian ini di Mikey store distro untuk menyelesaikan skripsi dengan judul "Determinan Kepuasan Konsumen Dalam Berbelanja Di Mikey Store Distro".

Demikian surat ini kami sampaikan, atau kerja sama yang baik kami ucapkan terimakasih.

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Padangsidempuan, Juli 2020
Hormat kami,

Pimpinan Perusahaan,


ISRAK PANE