

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA PT KARYASINDO JAYA MAKMUR DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI



**Oleh :
Nani Yati
140610032**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2020**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA PT KARYASINDO JAYA MAKMUR DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh :
Nani Yati
140610032**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2020**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Nani Yati
NMP/NIP : 1406100032
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen Pada PT karyasindi Jaya Makmur di Kota Batam

Adalah hasil karya sendiri bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka. apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dapat dibuktikan terdapat unsur-unsutr PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalakan,, serta diproses dengan praturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 8 Februari 2020

Nani Yati
140610032

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA PT KARYASINDO JAYA MAKMUR DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh
Nani Yati
140610032**

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal
Seperti yang tertera dibawah ini**

Batam, 08 Februari 2020

**Hikmah, S.E., M.Si
Pembimbing**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Konsumen tidak hanya berperan sebagai pembeli dari sebuah produk yang ditawarkan oleh perusahaan, namun konsumen juga sumber penghasilan tetap bagi perusahaan apabila ia melakukan pembelian yang rutin, penelitian ini menggunakan metode deskriptif menggunakan pendekatan kuantitatif dan populasi yang diambil adalah konsumen PT Karyasindo Jaya Makmur di kota Batam sebanyak 239 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan teknik *probability sampling* yaitu dengan *simple random sampling*. Pada penelitian ini data yang diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 20 untuk mendapatkan hasil yang signifikan. Hasil pengujian regresi berganda menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan berdasarkan data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel kepuasan konsumen. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen dengan hasil nilai F hitung lebih besar dari F tabel.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality and service quality on customer satisfaction. Consumers not only act as buyers of a product offered by the company, but consumers are also a source of steady income for the company if it makes routine purchases, this study uses descriptive methods using quantitative approaches and the population taken is consumers of PT Karyasindo Jaya Makmur in Batam City as many as 239 respondents. The sampling technique used is probability sampling technique, namely by simple random sampling. In this study data were processed using the SPSS version 20 application to obtain significant results. The results of multiple regression tests indicate that product quality and service quality variables have a positive effect on customer satisfaction based on statistical data, the indicators in this study are valid and the variables are reliable. Hypothesis testing using the t test shows that the product quality and service quality variables are proven to significantly affect customer satisfaction variables. Then through the F test it can be seen that the product quality and service quality variables simultaneously have an influence on customer satisfaction variables with the calculated F value greater than the F table.

Keywords: Product Quality, Service Quality and Consumer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati.

Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Putera Batam Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI
2. Ketua Program Studi Manajemen Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si
3. Ibu Titik Efnita, S.E., M.M & Ibu Hikmah, S.E., M.Si selaku pembimbing Skripsi dan jurnal pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam
4. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam
5. Pimpinan PT Karyasindo Jaya Makmur yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian
6. Kedua orang tua tersayang, Bapak dan ibu yang selalau mendoakan, memberikan dukungan serta selalu menyayangiku segenap hati.
7. Saudara-saudaraku tercinta yauman, Oza Nani, Juni Warni yang telah memberikan doa dan semangat
8. Untuk suamiku Rico Yudhistira dan anakku Khanza Esa Ryunaya, Kayla Azzahra Ryunaya yang selalu membuat semangat yang dipancarkan setiap hari.
9. Untuk Umi, Desi, Welni, Joko, Tesha dan teman-teman seperjuangan Universitas Putera Batam yang telah memberikan doa dan semangat kepada saya

Penulis berharap semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya kepada semua pihak yang telah membantu. Aamiin.

Batam, 8 Februari 2020

Nani Yati

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....
HALAM JUDUL.....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1..... Latar Belakang.....	1
1.2..... Identifikasi Masalah.....	3
1.3..... Batasan Masalah.....	4
1.4..... Rumusan Masalah.....	4
1.5..... Tujuan Peneltia.....	5
1.6..... Manfaat Penelitian.....	5
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	5
1.6.2 Manfaat Praktis.....	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Dasar.....	7
2.1.1...Pengertian Kualitas Produk.....	7
2.1.2...Indikator Kualitas Produk	8
2.2.1...Pengertian Kualitas Pelayanan.....	9
2.2.2...Karakteristik Jasa Pelayanan.....	10
2.2.3...Indikator Kualitas Pelayanan.....	11
2.3.1...Pengertian Kepuasan Konsumen.....	12
2.3.2...Karakteristik Konsumen.....	13
2.3.3...Indikator Kepuasan Konsumen.....	14
2.4... Penelitian Terdahulu.....	14
2.5... Kerangka Pemikiran.....	16
2.6... Hipotesis.....	16

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1.1...Desain Penelitian.....	18
3.1.2...Operasional Variabel.....	18
3.1.3...Variabel Independen.....	18
3.1.4. Variabel dependen.....	19
3.2 Populasi dan Sampel.....	20
3.2.1... Populasi.....	20

3.2.2....Sampel.....	20
3.3..... Teknik dan Alat Pengumpulan data.....	21
3.3.1....Teknik Pengumpulan data.....	21
3.3.2....Alat Pengumpulan data.....	22
3.4..... Metode Analisis data.....	22
3.4.1....Analisis deskriptif.....	23
3.4.2....Uji Kualitas Data.....	24
3.4.2.1.Uji Validitas.....	24
3.4.2.2.Uji Reliabelitas.....	26
3.4.3 Uji Asumsi klasik.....	27
3.4.3.1 Uji Normalitas.....	27
3.4.3.2.Uji Multikolinieritas.....	28
3.4.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	29
3.4.4 Uji Pengaruh.....	30
3.4.4.1 Regresi linear berganda.....	30
3.4.4.2 Uji Koefisien determinasi (R^2).....	30
3.4.5 Uji Hipotesis.....	31
3.4.5.1 Uji T (parsial).....	31
3.4.5.2 Uji F (simultan).....	32
3.5 Lokasi dan jadwal penelitian.....	32
3.5.1 Lokasi penelitian.....	33
3.5.2....Jadwal Penelitian.....	33

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran umum perusahaan.....	35
4.2 Profil Responden.....	35
4.2.1 Deskripsi Responden berdasarkan Jenis kelamin.....	36
4.2.2 Deskripsi responden berdasarkan umur.....	36
4.2.3 Deskripsi Responden berdasarkan pendidikan.....	37
4.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Perusahaan.....	37
4.3 Hasil Penelitian.....	38
4.3.1 Analisis Deskriptif.....	38
4.3.1.1 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X_1).....	39
4.3.1.2 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas pelayanan (X_2).....	42
4.3.1.3 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	46
4.3.2 Hasil uji kualitas data.....	48
4.3.2.1 Hasil Uji Validitas	48
4.3.2.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	51
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	53
4.3.3.1 Hasil Uji Normalitas.....	53
4.3.3.2 Uji multikolonieritas.....	56
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	57
4.3.4 Uji Pengaruh	58
4.3.4.1 Analisis Regresi linear berganda.....	58
4.3.4.2 Uji koefisien determinasi (R^2)	60
4.3.5 Uji Hipotesis.....	61

4.3.5.1 Uji Statistik t.....	61
4.3.5.2 Uji Statistik f.....	62
4.4 Pembahasan.....	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA.....	67
SURAT KETERANGAN PENELITIAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	16
Gambar 4.1 Histogram.....	54
Gambar 4.2 Normal Probability plot.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	19
Tabel 3.2 Skala Likert.....	22
Tabel 3.3 Kriteria Analisis Deskriptif.....	24
Tabel 3.4 Indeks Koefisien Realibilitas.....	27
Tabel 3.5. Jadwal Penelitian.....	34
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan umur.....	36
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan.....	37
Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Perusahaan.....	37
Tabel 4.5 Tanggapan Ressonnden Terhadap Kualitas Produk(X1).....	39
Tabel 4.6 Tanggapan Ressonnden Terhadap Kualitas Pelayanan(X2).....	43
Tabel 4.7 Tanggapan Ressonnden Terhadap Kepuasan konsumen (Y).....	46
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Validitas kualitas produk (X1).....	50
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Validitas kualitas pelayanan (X2).....	50
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Validitas kepuasan konsumen (Y).....	51
Tabel 4.11 Indeks Koefisien Reliabilitas.....	52
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X1).....	52
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	52
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	53
Tabel 4.15 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	56
Tabel 4.16. Hasil Uji Multikolonieritas.....	57
Tabel 4.17 Kolerasi Spearman's Rho.....	58
Tabel 4.18 Hasil uji Regresi Linear Berganda.....	59
Tabel 4.19 Koefisien Determinasi (R^2).....	60
Tabel 4.20 Hasil Uji T.....	61
Tabel 4.21 Hasil Uji F.....	62

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis sekarang ini semakin tajam, perkembangan usaha jasa boga atau catering sangat berkembang dengan pesat, dimana kondisi yang seperti ini di dukung dengan pergeseran pola hidup yang menyukai kepraktisan termasuk dalam makanan, terutama bagi orang yang sibuk bekerja dan tidak mempunyai waktu untuk menyiapkan makanan sehingga dibutuhkan jasa boga dengan memanfaatkan makanan siap saji. Dalam menghadapi persaingan yang ketat di era globalisasi ini, terutama dalam pemasaran semakin sulit bagi sebuah perusahaan untuk menjaga kesetiaan konsumennya agar tidak berpindah ke perusahaan lain, karena konsumen sudah banyak yang teliti untuk memilih produk dengan kualitas terbaik.

Konsumen tidak hanya berperan sebagai pembeli dari sebuah produk yang ditawarkan oleh perusahaan, namun konsumen juga sumber penghasilan tetap bagi perusahaan apabila ia melakukan pembelian yang rutin setiap hari, serta menyarankan produk yang di tawarkan kepada teman dekatnya maupun keluarga. Kualitas produk sangat mempengaruhi keberhasilan dan kemajuan suatu usaha bisnis. Perusahaan yang memproduksi produk yang berkualitas lebih tinggi akan memberi keuntungan dibandingkan dengan memproduksi produk yang berkualitas rendah. Artinya, konsumen akan bersedia membeli suatu barang dengan harga yang masuk akal/relatif terjangkau, dengan kualitas barang yang baik. Kepuasan konsumen menjadi perhatian yang utama bagi kebanyakan perusahaan. Jika

kualitas produk rendah maka pelanggan akan kecewa, apa bila kualitas produknya sesuai dengan harapan maka pelanggan akan puas. jadi kalau kualitas produk nya bagus maka pembeli akan membeli produk tersebut dan akan membicarakan hal yang menguntungkan tentang produk tersebut kepada orang lain atau teman-temanya.

Dengan semakin majunya perusahaan melalui berbagai upaya perusahaan sering menghadapi berbagai permasalahan diantaranya upaya dalam memcapai kepuasan konsumen, pencapaian kepuasan konsumen ini merupakan salah satu proses yang sederhana, sehingga diperlukan sebuah peranan setiap individu layanan penjualan yang akan berperan penting sehingga seluruh tim kerja perlu memahami sebab-sebab tingkat kepuasan konsumen, kurangnya suatu pelayanan yang baik dan kurangnya keberagaman produk akan menimbulkan suatu keluhan dari konsumen.

Untuk menarik konsumen di lakukan salah satu usaha jasa yaitu dengan memberikan kualitas pelayanan agar konsumen merasa nyaman dan merasa puas dengan adanya pelayanan tersebut,

PT Karyasindo Jaya Makmur, merupakan perseroan yang berdiri pada tanggal 12 mei 2014, yang bergerak dalam bidang *catering* dan *bakery* yang bekerja sama dengan industri yang ada di pulau batam dalam menyediakan makanan dan minuman bagi karyawan.

Tabel 1.1 Data Penjualan PT. Karyasindo Jaya Makmur (data bulan januari)

No	Nama perusahaan	Jumlah Pesanan Perbulan	Jumlah Konsumen sebulan
1	PT. Rapala	23.000	1.150
2	PT. Nissin	5.000	250
3	PT. JP Teknologi	3.000	150
4	PT. Yeakin	6.000	300
Total penjualan satu bulan		37.000	1.850

Sumber: Data penjualan PT karyasindo jaya makmur

Berdasarkan data diatas jumlah pesanan PT.Karyasindo Jaya Makmur (data bulan januari) adalah 37.000 pesanan. Pesanan ini distribusikan kepada karyawan dari 4 perusahaan yang berbeda. Data tersebut diambil dari data penjualan PT Karyasindo Jaya Makmur yang jumlah pesanannya dikonsumsi oleh 1.850 orang karyawan. Akan tetapi jumlah tersebut menurun dari waktu ke waktu dikarenakan banyak terjadi permasalahan. Permasalahan yang sering terjadi yaitu konsumen bosan dengan menu yang sama, banyaknya pesaing lain menawarkan menu beragam, Pelayanan yang kurang cepat membuat konsumen merasa jenuh, penataan yang kurang rapi, pengantaran yang sering terlambat sehingga banyak konsumen yang mengeluh. PT karyasindo jaya makmur juga kurang melakukan promosi.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Karyasindo Jaya Makmur(KJM) Di Kota Batam.

1.2. Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut.

1. konsumen bosan dengan menu yang sama terus menerus
2. catering lain memiliki menu yang beragam
3. Pelayanan yang kurang cepat
4. penataan yang kurang rapi
5. pengantaran yang sering terlambat.
6. Kurangnya promosi

1.3. Batasan Masalah

Dalam penulisan skripsi ini supaya lebih terarah pada permasalahan yang dihadapi dan sesuai dengan tujuan penelitian, maka ditetapkan batasan-batasan terhadap permasalahan yang akan diteliti. Hal ini dilakukan supaya langkah-langkah pemecahan tidak menyimpang dari koridor pembahasan. Adapun batasan variabel yang dimaksud yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Pada PT Karya Sindo Jaya Makmur.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dapat di tarik suatu permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini.

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Karyasindo Jaya Makmur di Kota Batam ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Karyasindo Jaya Makmur di Kota Batam?
3. Apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersamaan-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Karyasindo Jaya Makmur di Kota Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengumpulkan data dan informasi yang dibutuhkan untuk memperoleh gambaran yang jelas tentang hubungan kualitas produk dan kualitas pelayanan, adapun tujuan penelitian yaitu

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada PT Karyasindo Jaya Makmur di Kota Batam
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Karyasindo Jaya Makmur di Kota Batam
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Karyasindo Jaya Makmur di Kota Batam

1.6. Manfaat penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah wawasan dan pengetahuan, khususnya mengenai kualitas produk dan kualitas pelayanan serta peningkatan kepuasan konsumen.

1.6.2. Manfaat Praktis

Bagi perusahaan diharapkan agar penelitian ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi perusahaan tentang manajemen pemasaran beserta segala kebijakan yang berkaitan langsung dengan aspek-aspek pemasaran secara lebih mudah dan efektif melalui kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan dan dapat memberikan informasi yang bermanfaat dalam melakukan kebijakan-kebijakan yang berhubungan dengan manajemen pemasaran serta lebih efektif melalui kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

2. Bagi Universitas Putera Batam

Hasil penelitian ini diharapkan dapat melengkapi dan menambah referensi bacaan mengenai manajemen pemasaran yang dapat berguna bagi ilmu pengetahuan tentang kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Dasar

2.1.1 Pengertian Kualitas Produk

Kualitas memiliki beberapa arti dalam (Yamit, 2013: 7) kualitas adalah apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. kualitas sebagai nihil cacat, kesempurnaan dan kesesuaian terhadap persyaratan. Kualitas juga merupakan kesesuaian terhadap spesifikasi. persepsi diatas dapat disimpulkan kualitas menjadi dasar pemikiran dalam total quality management (TQM), yang merupakan isu sentral dalam aktivitas bisnis. goetsch davis, dalam (Yamit, 2013: 8) kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk ,jasa, manusia,proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”

1. Dimensi kualitas

Menurut (Yamit, 2013: 12) dimensi kualitas adalah sebagai berikut:

- a. *Performance* (kinerja), yaitu karakteristik dari produk
- b. *Features*, yaitu karakteristik tambahan dalam produk
- c. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemungkinan tingkat kegagalan
- d. *Conformance* (kesesuaian), yaitu sejauh mana produk tersebut memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan
- e. *Durability* (daya tahan) yaitu daya tahan suatu produk
- f. Estetika yaitu menyangkut daya tarik peoduk
- g. *Perceived* yaitu menyangkut citra dan reputasi produk

Produk adalah elemen utama dalam kegiatan pemasaran karena produk mewakili penawaran yang diberikan pemasar kepada pembeli dan produk adalah semua yang akan diterima oleh konsumen Menurut (Sutarso, 2010: 139). Produk adalah segala sesuatu yang dapat di tawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau di konsumsi untuk dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan masyarakat Menurut (Abdullah & Tantri, 2013: 153).

Kualitas produk adalah kemampuan yang dimiliki suatu produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Peningkatan kualitas produk secara berkelanjutan merupakan hal yang penting untuk meningkatkan kualitas secara terus menerus menurut (Solihin, 2014: 206). Kualitas produk adalah hal yang perlu untuk mendapatkan perhatian utama dari perusahaan atau produsen, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dngan masalah kepuasan konsumen yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan menurut(Assaury, 2010: 211).

2.1.2 Indikator Kualitas Produk

Menurut (Yamit, 2013: 11) mengemukakan spesifikasi dari indikator kualitas produk yang relevan dengan pelanggan dapat dikelompokan dalam enam elemen dimensi sebagaiberikut.

1. Performance (kinerja) hal yang paling penting bagi pelanggan yaitu apakah kualitas produk menggambarkan keadaan yang sebenarnya atau apakah pelayanan pelayanan diberikan dengan cara yang benar.

2. Range and type of features (Jarak dan jenis fitur) selain fungsi utama dari suatu produk dan pelayanan, pelanggan sering kali tertarik pada kemampuan atau keistimewaan yang dimiliki produk dengan pelayan.
3. Reliability and durability (kehandalan dan daya tahan) kehandalan produk dalam penggunaan secara normal dan berapa lama produk dapat digunakan hingga perbaikan diperlukan.
4. Maintainability and serviceability (pemeliharaan dan kemudahan servis) kemudahan untuk mengoperasikan produk dan kemudahan perbaikan maupun ketersediaan komponen pengganti.
5. *Sensory Characteristics*. (Sifat) Penampilan, corak, rasa, daya tarik, bau, selera dan berapa factor lainnya mungkin menjadi aspek penting dalam kualitas.
6. *Ethical profile and image*(Kesan) kualitas adalah bagian terbesar dari kesan pelanggan terhadap produk dan pelayanan.

2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu menurut (Utomo & Trisnowati, 2017: 16). Sedangkan kualitas pelayanan merupakan sikap yang berhubungan dengan keunggulan suatu jasa pelayanan atau pertimbangan konsumen tentang kelebihan suatu perusahaan tersebut.

Menurut (Syofiatun & Hanantijo, 2017: 43). Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan

yang nyata – nyata mereka terima atau diperoleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan terhadap atribut – atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan Menurut(Susetiyo, Ayu, & Afifudin, 2016: 22).

Menurut (Yamit, 2013: 22) kualitas jasa pelayanan adalah lebih menekankan pada kata pelanggan, pelayan, kualitas dan tingkat pelayanan terbaik pada pelanggan dan tingkat kualitas pelayanana merupakan cara terbaik yang konsisten untuk dapat mempertemukan harapan konsumen dan system kinerja cara pelayanan.

2.2.2 Karakteristik Jasa Pelayanan.

Karakteristik jasa pelayanan menurut (Yamit, 2013: 21) adalah sebagai berikut.

1. (*Intangibility*) tidak dapat di raba. Jasa merupakan sesuatu ysng sering kali sesustu yang tidak dapat disentuh atau yang tidak dapat diraba. Jasa mungkin berhubungan dengan sesuatu secara fisik seperti pesawat udara kursi dan meja dan peralatan makan direstoran, tempat tidur pasien dirumah sakit. Bagaiman juga pada kenyataannya konsumen memebeli dan memerlukan sesuatu yang tidak dapat diraba. Hal ini banyak dapat pada biro perjalanan atau biro travel dan tidak terdapat pada pesawat terbang maupun kursi, meja dan peralatan makan bukan terletak pada tempat tidur dirumah sakit tetapi lebih pada nilai. Oleh karena itu, pelayanan yang terbaik menjadi penyebab khusus yang secara alami disediakan.

2. *(Inability to inventory)* tidak dapat disimpan. Salah satu cirri khusus dari jasa adalah tidak dapat disimpan. Contohnya ketika kita menginginkan jasa tukang potong rambut, maka apa bila pemotongan rambut telah dilakukan tidak dapat sebagiannya disimpan untuk besok. Ketika kita menginap dihotel tidak dapat dilakukan setengah malam dan setengahnya lagi dilanjutkan untuk besok jika hal ini dilakukan oleh konsumen maka tetap akan dihitung menginap dua hari.
3. *Produksi dan komunikasi secara bersama.* Jasa merupakan sesuatu yang dilakukan secara bersama dengan produksi. Misalnya tempat praktek dokter, restoran, pengurusan asuransi mobil dan sebagainya.
4. *Memasukinya lebih mudah.* Mendirikan suatu usaha dalam bidang jasa membutuhkan investasi yang lebih sedikit, mencari lokasi dengan mudah dan banyak tersedia, tidak membutuhkan teknologi tinggi. Untuk kebanyakan usaha jasa hambatan untuk memasukinya lebih rendah.
5. *Sangat dipengaruhi oleh faktor dari luar.* Jasa sangat dipengaruhi oleh faktor dari luar seperti : teknologi, peraturan pemerintah dan kenaikan harga energy. Sektor jasa keuangan merupakan suatu contoh yang paling banyak dipengaruhi oleh peraturan dan perundang-undangan pemerintah, dan teknologi komputer dengan kasus *milinium bug* pada abad dua satu.

2.2.3 Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator kualitas pelayanan menurut (Yamit, 2013: 10) yaitu sebagai berikut:

1. Bukti langsung (*tangibles*) adalah meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Keandalan(*reliability*) adalah kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan.
3. Daya tangkap (*responsiveness*) adalah keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*assurance*) adalah mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf , bebas dari bahaya, resiko ataupun keraguraguan.
5. Empati(*empaty*) adalah meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan perhatian dengan tulus terhadap keputusan pelanggan.

2.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah perasaan senang seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang riil atau aktual dengan kinerja produk yang diharapkan menurut (Sungadji & Sopiah, 2013: 180). Kepuasan konsumen adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dipersepsikan sesuai dengan harapan pembeli, kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen tersebut menurut (Sungadji & Sopiah, 2013: 181).

Kepuasan konsumen menurut (Sungadji & Sopiah, 2013: 81) merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kesenangan suatu produk dan harapan-harapannya setelah mengkonsumsi produk konsumen akan merasakan kepuasan atau kekecewaannya. Kepuasan konsumen menurut (Priansa, 2017: 197) adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan harapan yang dimiliki oleh konsumen. Apabila barang dan jasa yang dibeli oleh konsumen sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen tersebut puas, begitu juga sebaliknya.

2.3.2 Karakteristik Konsumen

Dalam memahami tentang apa, siapa dan mengapa konsumen perlu dipelajari tentang kesamaan dan perbedaan relative karakteristik yang melekat pada konsumen. Perbedaan dan kesamaan tersebut disebabkan oleh beberapa hal meliputi demografi, gografi dan psikografi, demografi terkait pada masalah kependudukan dan psikografi terkait pada masalah hobby, kesenangan dan kebiasaan lainya. Dengan masalah demografi elemen-elemen karakteristik didalamnya meliputi jender, usia, tingkat pendidikan jenis pekerjaan, tingkat pendapatan. Dalam kaitan dengan geografi terkait dengan penyebaran penduduk dan lokasi pemukiman selanjutnya dengan psikografi terkait didalamnya hobi, kesenangan, kebiasaan, kepercayaan, selera, orientasi, dalam kehidupan. Pada jender konsumen dibedakan dalam kelaminan laki-laki dan perempuan, kemudian dipilah lagi dalam usia. Berikutnya pada pendidikan meliputi tingkat pendidikan sejak pra sekolah, sekolah dasar, sekolah lanjutan pertama, sekolah lanjutan atas

sampai dengan perguruan tinggi. Dari beberapa ulasan yang telah di ulas, jelas terlihat bahwa setiap karakteristik membawa perbedaan dalam kebutuhan dan keinginan konsumen, tanpa memahami karakteristik yang melekat pada konsumen akan melibatkan ketidaktepatan para pelaku usaha dalam memproduksi, memasarkan dan menjual produknya. Sebaliknya apabila para pelaku usaha mempelajari, memahami, dan menangkap berbagai aspirasi kebutuhan dan keinginan masyarakat, maka akan mampu menangkap berbagai peluang tentang kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut (Nitisusastro, 2012: 28)

2.3.3 Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut (Aswad, Realize, & Ronald Wangdra, 2018) mengemukakan indikator kepuasan pelanggan sebagai berikut:

1. Kinerja adalah jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas dan senang.
2. Harga adalah jika perusahaan meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menurunkan harganya atau meningkatkan pelayanannya, mungkin laba akan menurun. Perusahaan mungkin dapat meningkatkan profitabilitasnya dengan cara lain selain peningkatan kepuasan.
3. Ekspektasi adalah ekspektasi ini berasal dari pengalaman pembelian masa lalu, nasihat teman dan rekan, serta informasi dan janji pemasar

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sangat penting dalam penelitian ini dan sebagai acuan dalam melanjutkan penelitian selanjutnya. Berikut beberapa penelitian yang dijadikan sebagai referensi dalam penelitian ini.

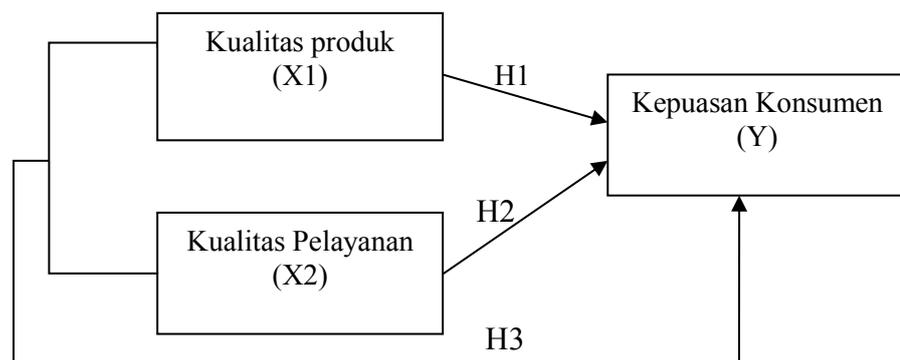
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Metode
Syaiful Aswad, Realize, Ronald Wangdra (2018)	Pengaruh Harga Dan Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center	variabel harga dan kualitas layanan secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.	Analisis Regresi linier Berganda
Luluk Syofiatun & Djoko Hanant ijo (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Anggota Bangkit Mandiri Wanita (BMW)	kualitas layanan dan produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan anggota sedangkan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota Bangkit Mandiri Wanita secara parsial.	Regresi linier Berganda
Latif Budi Utomo & Juni Trisnowati (2017)	Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap keputusan pembeli Pada toko Alfamart Mojolaban Sukoharjo	kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan mempunyai arah positif terhadap keputusan pembelian, kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan dengan arah yang positif terhadap keputusan pembelian, serta harga mempunyai pengaruh signifikan dan mempunyai arah positif terhadap keputusan pembelian.	Analisis Regresi Linier Berganda
Jamaluddin & Endang Ruswanti (2017)	<i>Impact of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty: A Case Study in a Private Hospital in Indonesia</i>	<i>it can be concluded that the customer loyalty is affected by customer satisfaction and service quality.</i>	<i>regression analysis and SEM</i>
Peter Halim , Bambang Swasto ,	<i>The Influence of Product Quality, Brand Image, and</i>	<i>The result indicate there are significant influence on Quality of Product, Brand Image and</i>	<i>GeSCA (Generalized Structured</i>

Djamhur Hamid , M. Riza Firdaus (2014)	<i>Quality of Service to Customer Trust and Implication on Customer Loyalty</i>	<i>Quality of Service on Customer Trust, Quality of Product have a significant influence on Customer Loyalty, while Brand Image and Quality of service is not a significant influence on Customer Loyalty. Customer Trust have a significant influence on Customer Loyalty.</i>	<i>Component Analysis).</i>
--	---	---	-----------------------------

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah menggambarkan hubungan dari variabel independen, dalam hal ini adalah kualitas produk (X1), dan kualitas pelayanan (X2), terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y).



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian

2.5 Hipotesis

Berdasarkan kerangka berfikir dan hasil beberapa penelitian sebelumnya, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian ini sebagai berikut.

H1: Kualitas produk diasumsikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT Karyasindo Jaya Makmur

H2: Kualitas pelayanan diasumsikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT Karyasindo Jaya Makmur

H3: Kualitas produk dan kualitas pelayanan diasumsikan Secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Karyasindo Jaya Makmur

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Desain penelitian ini umumnya hubungan dengan sebab akibat tersebut sudah dapat diprediksi oleh peneliti, sehingga peneliti dapat menyatakan indikasi variabel penyebab, variabel diantara, dan variabel terikat. di dalam penelitian ini digunakan dua jenis variabel, yaitu variabel independenya kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2), sedangkan variabel dependennya yaitu kepuasan konsumen(Y)(Sanusi, 2012: 14)

3.2. Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.(Sugiyono, 2012: 38). Dalam penelitian ini, variabel penelitian terbagi menjadi dua yang terdiri dari variabel independen dan variabel dependen.

3.2.1. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel bebas, variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen(terikat)(Sugiyono, 2012: 39). Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2).

3.2.2. Variabel dependen

Variabel dependen adalah variabel terikat, variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.(Sugiyono, 2012: 39) .variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y).

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kualitas Produk(X1)	Kualitas produk adalah hal yang perlu untuk mendapatkan perhatian utama dari perusahaan atau produsen, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dngan masalah kepuasan konsumen yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan menurut (Assauri, 2010: 211)	1.Kinerja 2.Jarak dan jenis fitur 3.Kehandalan dan daya tahan 4.Pemeliharaan dan kemudahan serfis 5. Sifat 6. Kesan	Likert
Kualitas Pelayanan (X2)	Menurut (Yamit, 2013: 22) kualitas jasa pelayanan adalah lebih menekankan pada kata pelanggan, pelayan, kualitas dan tingkat pelayanan terbaik pada pelanggan dan tingkat kualitas pelayanana merupakan cara terbaik yang konsisten untuk dapat mempertemukan harapan konsumen dan system kinerja cara pelayanan.	1.Bukti langsung 2.Kehandalan 3.Daya tangkap 4.Jaminan 5.Empati	Likert
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dipersepsikan sesuai dengan harapan pembeli, kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen tersebut menurut (Sungadji & Sopiah, 2013: 181).	1.Kinerja 2.Harga 3.Ekspektasi	Likert

Sumber: Peneliti 2019

3.3 Populasi Dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi menurut (Sanusi, 2012: 87) mendefenisikan sebagai berikut : Populasi yaitu seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan. Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen PT Karyasindo Jaya Makmur dengan banyak populasi 1.850 orang berdasarkan jumlah konsumen 1 s/d 30 juni 2019

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiono, 2012:81). Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan teknik *probability sampling* yaitu dengan *simple random sampling* dikatakan simple (sederhana) karena pengambilan anggota sampelnya secara acak. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsu (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiono, 2012:82). Dalam menentukan jumlah anggota sampel dari suatu populasi penulis menggunakan rumus slovin .

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

Rumus 3.1 Slovin

Sumber: (Sujarweni, 2015: 82)

Dimana:

N = ukuran sampel

n = populasi

e = Persen kelonggaran keidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel 5% atau 0,05

Berdasarkan rumus slovin, maka total ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = 1.850$$

$$n = \frac{1.850}{1 + 1.850(5\%)^2}$$

$$n = \frac{1.850}{1 + 1.850(0,0025)}$$

$$n = \frac{1.850}{5,625}$$

$$n = 328,8$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 328,8 dibulatkan menjadi 329 sampel konsumen PT Karyasindo Jaya Makmur Batam

3.4 Teknik Dan Alat Pengumpulan Data

3.4.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini dalam pengambilan data ada dua carayaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data yang didapat langsung dari sumber, dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen PT Karyasindo Jaya Makmur

2. Data Primer

Data yang diperoleh secara resmi dari PT Karyasindo Jaya Makmur serta yang didapat dari buku, jurnal yang berhubungan dengan objek yang diteliti.

3.4.2 Alat Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini alat yang digunakan untuk pengambilan data adalah menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2012: 142). Pertanyaan – pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner, atau daftar pertanyaan terperinci dan lengkap. Skala pengukuran merupakan kesempatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Skala pengukuran yang digunakan dalam kuesioner adalah dengan skala likert dengan criteria sebagai berikut:

Tabel 3.2Skala Likert

No	Jawaban	Kode	Bobot
1	Sangat tidak setuju	STS	1
2	Tidak setuju	TS	2
3	Ragu-ragu	RR	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat setuju	SS	5

Sumber : (Sanusi, 2012: 60)

3.5 Metode Analisis Data

Dalam hal ini metode yang digunakan oleh peneliti yaitu metode kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah dari data seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan

penghitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan penghitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2012: 7).

metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan program *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 20 untuk memberikan gambaran yang jelas hubungan antara ketiga variabel yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen.

3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Termasuk dalam statistik deskriptif adalah penyajian data dengan tabel, grafik, digram lingkaran, piktogram, perhitungan modus, median, mean, persentase dan standar deviasi (Sanusi, 2012: 115-116). Untuk mempermudah dalam mendiskripsikan variabel penelitian, digunakan kriteria tertentu yang mengacu pada rata-rata skor kategori angket yang diperoleh responden. Penggunaan skor kategori ini digunakan sesuai dengan lima kategori skor yang dikembangkan dalam skala likert dan digunakan dalam penelitian. Adapun kriteria yang dimaksud adalah sebagai berikut.

Tabel 3.3 Kriteria Analisis Deskriptif

Rentang Kategori Skala	Kriteria
1,00 – 1,79	Sangat tidak baik
1,80 – 2,59	Tidak baik
2,60 – 3,39	Cukup
3,40 – 4,19	Baik
4,20 – 5,00	Sangat baik

Sumber:(Wibowo, 2012)

3.5.2 Uji Kualitas Data

Berhubungan dengan metode analisis data yang dijelaskan pada bagian metode penelitian, pengujian pertama yang dilakukan pada penulisan skripsi ini adalah kualitas data. Uji kualitas data meliputi uji validitas dan uji reliabelitas.

3.5.2.1 Uji Validitas

Suatu instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh penelitian. Valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh penelitian dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian (Sugiyono, 2012: 267).

Dari uji ini dapat diketahui apakah item-item pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner dapat digunakan untuk mengukur keadaan responden yang sebenarnya dan menyempurnakan kuesioner tersebut. validitas menunjukkan sejauh mana perbedaan yang didapatkan melalui alat pengukur mencerminkan perbedaan yang sesungguhnya diantara responden yang diteliti (Wibowo, 2012: 35). valid tidaknya alat ukur bergantung pada mampu tidaknya alat pengukur tersebut.

Dalam menentukan kelayakan dan tidaknya suatu item yang akan digunakan biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien para taraf 0,05, jika suatu item memiliki nilai capaian koefisien korelasi minimal 0,30 dianggap memiliki daya pembeda yang cukup memuaskan atau dianggap valid.

Pengujian validitas variabel teknik ini menggunakan korelasi *Bivariate Pearson (Pearson Product Moment)*. analisis ini dilakukan dengan mengkorelasikan skor masing-masing item dengan skor totalnya. jumlah nilai dari keseluruhan item merupakan suatu skor total dari item tersebut. suatu item yang memiliki korelasi yang signifikan dengan skor totalnya dapat diartikan bahwa item tersebut memiliki arti mampu memberikan dukungan dalam mengungkapkan yang ingin diteliti oleh peneliti (Wibowo, 2012: 36).

Dalam penelitian ini rumus yang digunakan untuk mencari nilai korelasi (r) adalah korelasi *pearson product moment*.

Rumus 3.2 Pearson product Moment

$$r_{ix} = \frac{n \sum ix - (\sum i) (\sum x)}{\sqrt{[n \sum i^2 - (\sum i)^2] [n \sum x^2 - (\sum x)^2]}}$$

Sumber : (Wibowo, 2012: 111)

Keterangan:

r_{ix} = Koefisien korelasi

i = Skor item

x = Skor total dari x

n = Jumlah banyaknya subjek

Nilai uji akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikansi 0,05 (SPSS akan secara default menggunakan nilai ini). kriteria diterima dan tidaknya suatu data valid atau tidak jika :

1. Jika r hitung $>$ r tabel (uji dua sisi dengan sig 0,05) maka item-item ada pertanyaan dinyatakan berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan valid.
2. Jika r hitung $<$ r tabel (uji dua sisi dengan sig 0,05) maka item-item ada pertanyaan dinyatakan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan tidak valid.

3.5.2.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas suatu alat pengukur menunjukkan konsistensi hasil pengukuran sekiranya alat pengukur itu digunakan oleh orang yang sama dalam waktu yang berlainan dalam waktu yang bersamaan atau waktu yang berlainan. Secara implisit, reliabilitas ini mengandung objektivitas karena hasil pengukuran tidak berpengaruh oleh siapa pengukurnya (Sanusi, 2012: 80).

Menurut (Wibowo, 2012: 52) Reliabilitas yaitu istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Reliabilitas juga dapat berindeks yang menunjukkan sejauhmana alat pengukur dapat menunjukkan dapat dipercaya atau tidak. Uji ini digunakan untuk mengetahui dan mengukur tingkat konsistensi alat ukur. Dalam SPSS diberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach's Alpha* (α).

Beberapa peneliti berpengalaman merekomendasikan dengan cara membandingkan nilai dengan tabel kriteria indeks koefisien realibilitas berikut ini:

Tabel 3.4 Indeks Koefisien Realibilitas

No	Nilai Interval	Kriteria
1	< 0,20	Sangat Rendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Cukup
4	0,60 – 0,799	Tinggi
5	0,80 – 1,00	Sangat Tinggi

Sumber : Wibowo (2012 : 53)

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini untuk mengolah data hasil penelitian digunakan program SPSS. Analisis data dilakukan dengan bantuan metode regresi line arberganda,namun sebelum melakukan analisis regresi linear berganda digunakan uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, multikolinieritas, dan heteroke dastisitas.

3.5.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak, dan model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal (Priyatno, 2012: 144) uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*, metode grafik dan Histrogram

1. Uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*

Uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* digunakan untuk mengetahui distribusi data, apakah mengikuti distribusi normal, *poisson*, *uniform*, atau *exponential*.dalam hal ini untuk mengetahui apakah distribusi residual

terdistribusi normal atau tidak adalah residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih dari 0,05(Priyatno, 2012: 147)

2. Metode Grafik

Uji normalitas residual dengan metode grafik yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual*. sebagai dasar pengambilan keputusannya, jika titik-titik menyebar disekitar garis diagonal maka nilai residu tersebut telah normal(Priyatno, 2012: 144)

3. Uji *Histogram Regression Residual*

Dalam Uji *Histogram Regression Residual* nilai residu dikatakan berdistribusi normal jika membentuk suatu kurva yang kalau digambarkan akan berbentuk lonceng, *bell-shaped curve* (Wibowo, 2012: 61)

3.5.3.2. Uji Multikolonieritas

Menurut (Wibowo, 2012: 87) gejala multikolonieritas dapat diketahui melalui suatu uji yang dapat mendeteksi dan menguji apakah persamaan yang dibentuk terjadi gejala multikolonieritas. Salah satu cara dari beberapa cara untuk mendeteksi gejala multikolonialitas adalah dengan menggunakan antara melihat *tool* uji yang disebut *variance inflation faktor* (VIF). Caranya adalah dengan melihat nilai masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Pedoman melihat apakah suatu variabel bebas memiliki korelasi dengan variabel bebas yang lain dapat dilihat berdasarkan nilai VIF tersebut. Jika nilai VIF kurang dari 10, itu

menunjukkan model tidak dapat gejala multikolinearitas, artinya tidak terdapat hubungan antara variabel bebas.

Model lain dapat digunakan adalah dengan mengkorelasikan antar variabel bebasnya, bila nilai koefisien korelasi antar variabel bebasnya tidak lebih besar dari 0,5 maka dapat ditarik kesimpulan model persamaan tersebut tidak mengandung multikolinearitas.

3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah keragaman dari selisih nilai pengamatan dan pendugaan sama untuk semua nilai pendugaan Y . Jika terjadi heteroskedastisitas maka pendugaan secara berpasangan antara variabel tak bebas dengan variabel bebas (Sanusi, 2012: 135). Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Priyatno, 2012: 158). Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas, pada penelitian ini untuk menguji heteroskedastisitas dilakukan Uji Koefisien Korelasi *Spearman's Rho*

Metode uji heteroskedastisitas dengan korelasi *Spearman's Rho* yaitu mengkorelasikan variabel independen dengan nilai *Unstandardized Residual* (Priyatno, 2012: 168). Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan dasar pengambilannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika korelasi antara variabel independen dengan residual didapat signifikansi $> 0,05$ dapat dikatakan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

- b. Jika korelasi antara variabel independen dengan residual didapat signifikansi $< 0,05$ dapat dikatakan bahwa terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

3.5.4 Uji Pengaruh

Uji pengaruh yang digunakan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

3.5.4.1 Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independen (X_1), (X_2), (X_3),...(X_n) terhadap variabel dependen (Y). Adapun bentuk persamaan garis regresinya.

Rumus 3.3. Regresi Linear Berganda

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Sumber: (Wibowo, 2012: 127)

Keterangan:

Y = Variabel Dependen (variabel respons)

a = Nilai konstanta

b = nilai koefisien regresi

X_1 = variabel independen pertama

X_2 = variabel independen kedua

3.5.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis ini digunakan dalam hubungan untuk mengetahui jumlah atau persentase sumbangan pengaruh variabel bebas dalam model regresi yang secara serentak atau bersama-sama memberikan pengaruh terhadap variabel tidak bebas. Jadi koefisien angka yang ditunjukkan memperlihatkan sejauh mana model yang terbentuk dapat menjelaskan kondisi yang sebenarnya (Wibowo, 2012: 135). koefisien tersebut dapat diartikan sebagai besaran proporsi atau presentase

keragaman Y (variabel terikat) yang diterangkan oleh X (variabel bebas) dan secara singkat koefesien tersebut untuk mengukur besar sumbangan dari variabel X (bebas) terhadap keragaman variabel Y (terikat).

3.5.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis sama artinya dengan menguji signifikan koefesien regresi linear berganda secara parsial terkait dengan pernyataan hipotesis penelitian (Sanusi, 2012: 144). Menurut pengujian hipotesis yang dilakukan akan memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

1. Uji hipotesis merupakan uji dengan menggunakan data dan sampel.
2. Uji menghasilkan keputusan menolak H_0 atau sebaliknya menerima H_0 .
3. Nilai uji dapat dilihat menggunakan nilai F atau nilai t hitung maupun nilai sig.
4. Pengambilan kesimpulan dapat pula dilakukan dengan melihat gambar atau kurva, untuk melihat daerah tolak dan daerah terima suatu hipotesis nol.

3.5.5.1 Uji T (Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel-variabel dependen, rumus T hitung adalah:

Rumus 3.4. T Hitung

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Sumber: (Sanusi, 2012: 123)

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

r^2 = koefisien determinasi

n = banyaknya sampel

Apabila t hitung memiliki signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

3.5.5.2 Uji Statistik F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk melihat apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen, rumus F hitung adalah:

Rumus 3.5 F hitung

$$F = \frac{(r_{y12})^2}{(r_{y12})^2} \left[\frac{n-k-1}{k} \right]$$

Sumber: (Sanusi, 2012: 126)

Keterangan

R^2 = koefisien determinasi

k = banyaknya variabel bebas

n = banyaknya sampel

Apabila F tabel $>$ F hitung, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Apabila F tabel $<$ F hitung, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan tingkat signifikansi 95 persen ($\alpha = 5\%$). Apabila angka probabilitas signifikan $>$ 0,05, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

3.6 Lokasi Dan Jadwal Penelitian

Sebelum diadakan kegiatan penelitian, penulis terlebih dahulu menentukan lokasi dan jadwal penelitian berdasarkan persetujuan dari pihak manajemen PT Karyasindo Jaya Makmur dengan rincian lokasi dan jadwal seperti di bawah ini.

3.6.1 Lokasi Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini penulis melakukan penelitian dengan mengambil objek pada Penelitian dilakukan Pada PT Karyasindo Jaya Makmur di Kota Batam.

3.6.2 Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian yang digunakan untuk melakukan kegiatan penelitian untuk penulisan skripsi ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini dimulai bulan September 2019 sampai bulan februari 2020

Tabel 3.5. Jadwal Penelitian

Nama Kegiatan	Sept-19	Okt-19	Nov-19	Dess-19	Jan-20	Feb-20
Perancangan						
Studi Pustaka						
Penentu Judul						
Penentu Objek Penelitian						
Pembuatan Bab I						
Pembuatan Bab II						
Pembuatan Bab III						
Penyebaran Kuesioner						
Pengolahan Data						
Pembuatan Bab IV						
Pembuatan Bab V						
Pemeriksaan Hasil						

Sumber : Diolah oleh penelitian (2019)