

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN  
KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PADA PT LKD *MULTI* INDUSTRI DI  
KOTA BATAM**

**SKRIPSI**



Oleh  
**Vially Tan**  
**170910114**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2021**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN  
KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PADA PT LKD *MULTI* INDUSTRI DI  
KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

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



**Oleh  
Vially Tan  
170910114**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2021**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Vially Tan  
NPM : 170910114  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT LKD MULTI INDUSTRI DI KOTA BATAM**

Adalah hasil karya sendiri dan 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 dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

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

Batam, 18 Januari 2021



**Vially Tan**  
170910114

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN  
KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PADA PT LKD *MULTI* INDUSTRI DI  
KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

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

**Oleh  
Vially Tan  
170910114**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal  
Seperti tertera di bawah ini**

**Batam, 22 Januari 2021**

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Asron Saputra', with a period at the end.

**Asron Saputra, S.E., M.Si.  
Pembimbing**

## ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisa pengaruh kualitas produk ( $X_1$ ) dan keragaman produk ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PT LKD *Multi* Industri di kota Batam. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis kuantitatif dan memperoleh data melalui penyebaran kuesioner. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan PT LKD *Multi* Industri di Kota Batam yang mana sebanyak 120 pelanggan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *Non Probability sampling* yang menggunakan *Sampling* jenuh dengan sampel pelanggan PT LKD *Multi* Industri sebanyak 120 pelanggan. Selanjutnya data yang telah terkumpul dianalisis dengan analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT LKD *Multi* Industri dengan bantuan alat hitung SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk ( $X_1$ ) dan keragaman produk ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PT LKD *Multi* Industri. Variabel kualitas Produk ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) dan variabel keragaman produk ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Secara simultan kualitas produk ( $X_1$ ) dan keragaman produk ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PT LKD *Multi* Industri di Kota Batam.

**Kata kunci: kualitas produk, keragaman produk, kepuasan pelanggan.**

## **ABSTRACT**

*This research is intended to analyze the effect of product quality ( $X_1$ ) and product diversity ( $X_2$ ) on customer satisfaction ( $Y$ ) at PT LKD Multi Industri in Batam city. The analytical method used in this research is quantitative analysis and obtaining data through questionnaires. The population in this study were customers of PT LKD Multi Industri in Batam City, of which 120 customers. The sampling technique used is the Non Probability sampling technique which uses saturated sampling with a sample of 120 customers of PT LKD Multi Industri. Furthermore, the collected data were analyzed using multiple linear regression analysis and hypothesis testing to determine the effect of product quality and product diversity on customer satisfaction at PT LKD Multi Industri with the help of version 25 of the SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) calculating tool. that product quality ( $X_1$ ) and product diversity ( $X_2$ ) have a positive and significant effect on customer satisfaction ( $Y$ ) at PT LKD Multi Industri. Product quality variable ( $X_1$ ) partially has a positive and significant effect on customer satisfaction variables ( $Y$ ) and product diversity variables ( $X_2$ ) partially has a positive and significant effect on the customer satisfaction variable ( $Y$ ). Simultaneously, product quality ( $X_1$ ) and product diversity ( $X_2$ ) have a positive and significant effect on customer satisfaction ( $Y$ ) at PT LKD Multi Industri in Batam City.*

**Keywords:** *product quality, product diversity, customer satisfaction.*

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi pada Program Studi Manajemen Bisnis 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;
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam;
3. Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Bapak Asron Saputra, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam;
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
6. Orang tua di rumah, yang telah memberikan semangat, dukungan, dan motivasi maupun do'anya, sehingga penulis dapat menulis skripsi ini dengan baik.

Semoga dengan memanjatkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 18 Januari 2021



Vially Tan

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	6
1.3. Batasan Masalah .....	6
1.4. Rumusan Masalah.....	6
1.5. Tujuan Penelitian .....	7
1.6. Manfaat Penelitian .....	8
1.6.1. Manfaat Teoritis.....	8
1.6.2. Manfaat Praktis .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	9
2.1. Kajian Teori .....	9
2.1.1. Kepuasan Pelanggan .....	9
2.1.1.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	9
2.1.1.2. Ciri-ciri Kepuasan Pelanggan .....	10
2.1.1.3. Manfaat Kepuasan Pelanggan.....	11
2.1.1.4. Tujuan Kepuasan Pelanggan.....	12
2.1.1.5. Indikator Kepuasan Pelanggan .....	13
2.1.2. Kualitas Produk.....	15
2.1.2.1. Pengertian Kualitas Produk.....	15
2.1.2.2. Dimensi-dimensi Kualitas Produk .....	16
2.1.2.3. Hirarki Kualitas Produk .....	16
2.1.2.4. Indikator Kualitas Produk .....	17
2.1.3. Keragaman Produk.....	18
2.1.3.1. Pengertian Keragaman Produk .....	18
2.1.3.2. Dimensi-dimensi Keragaman Produk .....	19
2.1.3.3. Indikator Keragaman Produk.....	19
2.2. Penelitian Terdahulu .....	20
2.3. Kerangka Pemikiran.....	22
2.3.1. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	22
2.3.2. Hubungan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	22

2.3.3.	Hubungan Kualitas Produk dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	22
2.4.	Hipotesis .....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>25</b>
3.1.	Desain Penelitian .....	25
3.2.	Operasional Variabel .....	25
3.2.1.	Definisi Operasional Variabel.....	25
3.2.2.	Variabel Penelitian.....	26
3.3.	Populasi dan Sampel .....	28
3.4.1.	Populasi.....	28
3.4.2.	Sampel.....	28
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.5.	Teknik Analisis Data.....	31
3.5.1.	Analisis Deskriptif .....	31
3.5.2.	Uji Kualitas Data.....	32
3.5.2.1.	Uji Validitas .....	32
3.5.2.2.	Uji Reliabilitas .....	33
3.5.3.	Uji Asumsi Klasik.....	34
3.5.3.1.	Uji Normalitas.....	35
3.5.3.2.	Uji Multikolinearitas .....	35
3.5.3.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	36
3.5.4.	Uji Pengaruh .....	36
3.5.4.1.	Analisis Regresi Linear Berganda .....	36
3.5.4.2.	Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	37
3.5.5.	Uji Hipotesis .....	38
3.5.5.1.	Uji Parsial (Uji T) .....	38
3.5.5.2.	Uji Simultan (Uji F).....	39
3.6.	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	40
3.6.1.	Lokasi Penelitian.....	40
3.6.2.	Jadwal Penelitian .....	41
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>42</b>
4.1.	Hasil Penelitian .....	42
4.1.1.	Profil Responden.....	42
4.1.1.1.	Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
4.1.1.2.	Profil Responden Berdasarkan Usia .....	43
4.1.1.3.	Profil Responden Berdasarkan Penghasilan .....	44
4.1.1.4.	Profil Responden Berdasarkan Lama Melakukan Pembelian.....	44
4.1.2.	Analisis Deskriptif .....	45
4.1.2.1.	Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X1).....	46
4.1.2.2.	Analisis Deskriptif Variabel Keragaman Produk (X2).....	47
4.1.2.3.	Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) .....	48
4.1.3.	Hasil Uji Kualitas Data .....	49
4.1.3.1.	Hasil Uji Validitas Data .....	49
4.1.3.2.	Hasil Uji Reliabilitas Data .....	51
4.1.4.	Hasil Uji Asumsi Klasik Regresi .....	54
4.1.4.1.	Hasil Uji Normalitas .....	54

4.1.4.2.	Hasil Uji Multikolinearitas .....	56
4.1.4.3.	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	57
4.1.5.	Hasil Uji Pengaruh .....	58
4.1.5.1.	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	58
4.1.5.2.	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	61
4.1.6.	Uji Hipotesis .....	61
4.1.6.1.	Uji Parsial (Uji T) .....	61
4.1.6.2.	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	63
4.2.	Pembahasan.....	64
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b> .....		67
5.1.	Simpulan .....	67
5.2.	Saran .....	68

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

Lampiran 1. Pendukung Penelitian

Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir .....	23
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	54
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas (P-P Plot).....	55

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Komplain Pelanggan dan Jumlah Orderan .....	3
Tabel 1. 2 Data <i>Inquiry</i> pada PT LKD <i>Multi</i> Industri.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 3.1 Operasional Variabel Dependen dan Independen .....	27
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i> .....	30
Tabel 3.3 Kriteria Analisis Deskriptif.....	32
Tabel 3.4 Agenda Pembuatan Skripsi .....	41
Tabel 4.1 Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.2 Profil Responden berdasarkan Usia .....	43
Tabel 4.3 Profil Responden berdasarkan Penghasilan .....	44
Tabel 4.4 Profil Responden berdasarkan Lama Melakukan Pembelian .....	45
Tabel 4.5 Kriteria Analisis Deskriptif.....	46
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden X1 Kualitas Produk.....	46
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden X2 Keragaman Produk .....	47
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Y Kepuasan Pelanggan .....	48
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1) .....	49
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Keragaman Produk (X2) .....	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	51
Tabel 4.12 Hasil Uji Realibilitas Variabel Kualitas Produk (X1).....	52
Tabel 4.13 Hasil Uji Realibilitas Variabel Keragaman Produk (X2).....	52
Tabel 4. 14 Hasil Uji Realibilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	53
Tabel 4.15 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov .....	56
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	57
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedatisitas.....	58
Tabel 4.18 Hasil Koefisien Regresi .....	59
Tabel 4.19 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	61
Tabel 4.20 Hasil Uji t.....	62
Tabel 4.21 Hasil Uji F.....	63

## DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 <i>Korelasi Product Moment</i> .....	32
Rumus 3.2 <i>Cronbach's Alpha</i> .....	34
Rumus 3. 3 Regresi Linear Berganda .....	37
Rumus 3.4 Uji t .....	38
Rumus 3.5 Uji F .....	39

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Pada era globalisasi saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat. Hal ini membuat setiap perusahaan berusaha untuk meningkatkan kinerja perusahaan supaya dapat bersaing di pasar salah satunya pada perusahaan manufaktur. Menurut (Stevenson & Chuong, 2014: 35), proses *manufacturing* merupakan proses untuk mengubah produk dari bahan baku menjadi bahan jadi. Cara yang paling utama pada suatu perusahaan untuk mampu bersaing adalah memberikan produk dan jasa yang berkualitas yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah dimana konsumen merasa apa yang diterima baik produk maupun jasa lebih baik dari harapannya. Suatu perusahaan akan berhasil jika perusahaan tersebut memberikan kepuasan kepada pelanggan secara penuh. Suatu perusahaan wajib meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk dan meningkatkan keragaman produk agar dapat memenuhi kepuasan pelanggan secara maksimal (Arsyanti & Astuti, 2016). Oleh karena itu kualitas produk dan keragaman produk harus diperhatikan secara terus-menerus agar dapat memuaskan pelanggannya. Kepuasan pelanggan dapat di pengaruhi beberapa faktor, salah satunya adalah kualitas produk.

Kualitas produk adalah karakteristik sebuah barang atau jasa yang dapat melaksanakan fungsinya, juga memiliki daya tahan dan kondisi fisik yang baik sesuai dengan permintaan pelanggan. produk merupakan hal penting bagi

perusahaan karena perusahaan membutuhkan produk untuk melakukan sesuatu untuk usahanya. Pelanggan akan membeli produk jika kriteria produk tersebut memenuhi standar yang diinginkan, karena itu diusahakan produk tersebut harus seiring dengan kebutuhan pelanggan agar pemasaran atau penjualan produk sukses dan berhasil. Sehingga produk seharusnya dibuat dan disesuaikan pada kebutuhan dan keinginan pelanggan (Hayati & Sekartaji, 2015: 50). Pelanggan akan membeli ulang secara rutin terhadap produk tersebut jika pelanggan telah mencapai kepuasannya terhadap produk yang digunakan atau dikonsumsi. Selain kualitas produk, keragaman produk juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Keragaman produk adalah kumpulan produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pelanggan atau pelanggan itu sendiri yang memiliki permintaan khusus terhadap produk yang mereka inginkan baik dalam fungsi maupun design. Bagi setiap perusahaan, salah satu hal yang sangat penting untuk meningkatkan persaingan adalah keragaman produk. Dengan menawarkan berbagai macam produk dan barang kepada pembeli (Hadita, 2018: 367). Sehingga keragaman produk menjadi salah satu faktor dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Terdapat banyak perusahaan yang berusaha meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk dan keragaman produk yang dimiliki.

Salah satu dari perusahaan yang bergerak di dibidang manufaktur adalah PT LKD *Multi Industri*. PT LKD *Multi Industri* merupakan perusahaan yang bergerak dibidang manufaktur dalam memproduksi produk dan pengiriman produk berupa alat kesehatan (*medical devices*). Kebijakan mutu dari PT

LKD *Multi Industri* berdasarkan pada EN ISO 13485:2016. Manajemen PT LKD *Multi Industri* berjanji bahwa menyediakan produk yang bermutu tinggi dan bervariasi kepada pelanggan kami dengan perbaikan secara terus-menerus serta mempertahankan standar mutu produk, berinovasi dan memenuhi kepuasan pelanggan adalah prioritas perusahaan. Dan masalah yang cenderung dihadapi manajemen adalah tingkat kepuasan pelanggan yang terbilang masih kurang.

Permasalahan yang dihadapi oleh PT LKD *Multi Industri* cenderung mengenai kualitas produk yang kurang baik dan hal tersebut tentunya juga berdampak kurang baik terhadap citra perusahaan. Penilaian kualitas produk yang kurang baik tersebut dapat dinilai dari “Data Komplain Pelanggan dan Jumlah Orderan” pada PT LKD *Multi Industri* mulai bulan Maret 2020 sampai Agustus 2020.

**Tabel 1.1** Data Komplain Pelanggan dan Jumlah Orderan

<b>(Periode Maret 2020 – Agustus 2020)</b>					
Bulan	Jumlah Komplain Pelanggan	Jumlah Pelanggan	Persentase (%)	Jumlah Orderan	Persentase (%)
Maret 2020	7	120	6%	738.000	74%
April 2020	5	120	4%	716.000	72%
Mei 2020	6	120	5%	829.500	83%
Juni 2020	12	120	10%	762.500	76%
Juli 2020	10	120	8%	636.500	64%
Agustus 2020	9	120	8%	652.000	65%

**Sumber:** PT LKD *Multi Industri*

Berdasarkan tabel 1.1, dapat dilihat semakin tinggi tingkat komplain dari pelanggan akan menyebabkan penurunan dalam jumlah orderan di bulan berikutnya pada PT LKD *Multi* Industri. Hal ini menunjukkan bahwa PT LKD *Multi* Industri masih mengalami permasalahan dalam memenuhi kepuasan pelanggan. Dari bulan Maret 2020 sampai Juni 2020 terjadinya jumlah komplain dan jumlah orderan yang relatif setara sedangkan pada bulan Juni 2020 menuju ke bulan Agustus 2020 terjadinya jumlah komplain yang meningkat secara drastis. Hal tersebut berdampak negatif terhadap jumlah orderan dimana dari 5 komplain dengan jumlah orderan 829,500 menjadi 12 komplain dengan jumlah orderan 636,500 yang menyebabkan penurunan yang cukup tajam. Hal ini harus di perbaiki dan dipertimbangkan oleh perusahaan agar dapat mempertahankan kepuasan pelanggan. Dengan terjadinya kasus-kasus tersebut maka PT LKD *Multi* Industri menerima *customer complaint* melalui email maupun tatap muka dan juga diminta untuk membuat *corrective action* supaya tidak terjadi kasus tersebut lagi serta PT LKD *Multi* Industri wajib untuk menggantikan produk yang dikomplain pelanggan baik kasus salah pengiriman produk maupun masalah kualitas produk. Kasus-kasus tersebut sangat mempengaruhi kualitas produk pada PT LKD *Multi Industri* dan akan mengakibatkan kepuasan pelanggan menurun dan akhirnya mengakibatkan kerugian pada perusahaan.

Permasalahan lain yang di hadapi oleh PT LKD *Multi* Industri adalah produk perusahaan yang kurang beragam sehingga sering terjadi permintaan produk dari konsumen yang tidak dapat terpenuhi. Hal tersebut dapat dilihat dari

inquiry pelanggan via email yang cukup sering tidak dapat terpenuhi dari bulan Maret 2020 sampai Agustus 2020.

**Tabel 1. 2** Data *Inquiry* pada PT LKD *Multi Industri*

Bulan	Jumlah permintaan	Jumlah Permintaan yang diterima	Persentase (%)	Jumlah Permintaan yang ditolak	Persentase (%)
Maret 2020	4	2	50%	2	50%
April 2020	6	2	33%	4	67%
Mei 2020	3	0	0%	3	100%
Juni 2020	4	1	25%	3	75%
Juli 2020	7	5	71%	2	29%
Agustus 2020	2	1	50%	1	50%

**Sumber:** PT LKD *Multi Industri*

Berdasarkan tabel 1.2, dapat dilihat bahwa jumlah permintaan pelanggan tidak semuanya dapat di terima PT LKD *Multi Industri*, dimana penolakan didasarkan keragaman produk perusahaan yang masih kurang dari keinginan pelanggan. Kasus tersebut dapat membuat kepuasan pelanggan terhadap perusahaan menurun dan mengakibatkan menurunnya pendapatan perusahaan.

Produk yang diproduksi oleh PT LKD *Multi Industri* merupakan alat kesehatan yang digunakan di rumah sakit, seperti *set* Infus dan transfusi darah. Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka penulis berminat untuk mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT LKD *Multi Industri* Di Kota Batam”**.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, maka identifikasi masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Menurunnya jumlah orderan dari pelanggan disebabkan oleh kualitas produk yang kurang baik.
2. Komplain pelanggan yang terbilang cukup tinggi hal ini menyebabkan jumlah orderan menurun.
3. Kepuasan pelanggan yang menurun dikarenakan produk yang diinginkan tidak tersedia.

## **1.3. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut diatas sehingga peneliti melakukan pembatasan masalah sebagai berikut.

1. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan PT LKD *Multi Industri*.
2. PT LKD *Multi Industri* sebagai objek penelitian.
3. Kualitas produk dan keragaman produk sebagai variabel independen dan kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen.

## **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT LKD *Multi Industri* di kota Batam?
2. Bagaimana pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT LKD *Multi Industri* di kota Batam?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan keragaman produk secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada PT LKD *Multi Industri* di kota Batam?

#### **1.5. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut diatas, maka tujuan pada penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT LKD *Multi Industri* di kota Batam.
2. Untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT LKD *Multi Industri* di kota Batam.
3. Untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh kualitas produk dan keragaman produk secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada PT LKD *Multi Industri* di kota Batam.

## **1.6. Manfaat Penelitian**

### **1.6.1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas wawasan pengetahuan di bidang pemasaran khususnya tentang pengaruh kualitas produk dan keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi perusahaan dalam menghadapi dan mengatasi permasalahan kepuasan yang terjadi di perusahaan.

### **1.6.2. Manfaat Praktis**

1. Bagi peneliti,

Sebagai menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti dalam menghadapi skripsi dan dunia kerja, serta dapat menerapkan teori-teori yang diperoleh selama melatih kemampuan berpikir secara sistematis.

2. Bagi Universitas Putera Batam,

Sebagai menambah khasanah dan memperkaya penelitian ilmiah di Universitas Putera Batam, khususnya di Program Studi Manajemen.

3. Bagi Perusahaan,

Sebagai sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi PT LKD *Multi Industri* untuk lebih meningkatkan kualitas produk dan keragaman produk dimasa yang akan datang dalam hal mempertahankan kepuasan pelanggan PT LKD *Multi Industri*.

4. Bagi peneliti lanjutan,

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti yang lain.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Kajian Teori**

##### **2.1.1. Kepuasan Pelanggan**

###### **2.1.1.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Menurut (Diza, Moniharapon, & Ogi, 2016: 111), Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa.

Sedangkan menurut (Mongkau, Kawet, & Sepang, 2017: 2471), Kepuasan pelanggan adalah variasi produk yang ditawarkan, harga yang bersaing dan Lokasi pasar yang strategis. Bagaimana perasaan pelanggan setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya. Dan sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (perceived) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan.

Selain itu menurut (Noviyanti, 2018: 23), Kepuasan pelanggan adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan

Dari tiga pendapat ahli tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai suatu respon atau tanggapan pelanggan mengenai pemenuhan kebutuhan dan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan pelanggan dan berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi pelanggan.

#### **2.1.1.2. Ciri-ciri Kepuasan Pelanggan**

Menurut (Diza et al., 2016: 111), menyatakan ciri-ciri pelanggan yang merasa puas adalah (1) Mempunyai kepercayaan kepada perusahaan. (2) Setia terhadap tempat tersebut. (3) Melakukan pembelian secara rutin. (4) Bangga terhadap produk yang dimilikinya (5) Bantu memberitahukan kepada orang-orang yang dekat tentang tempat tersebut.

Sedangkan menurut (Noviyanti, 2018: 24), menyatakan ciri-ciri pelanggan yang merasa puas adalah (1) Membeli ulang pada produk tersebut. (2) Membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. (3) Menggunakan produk dan jasa yang sama. (4) Merasa senang setelah memakai produk perusahaan tersebut.

Selain itu menurut (Lite, 2017: 359), ciri-ciri kepuasan pelanggan adalah (1) Adanya perasaan senang atau kecewa terhadap produk. (2) Respon yang positif terhadap kinerja produk. (3) Pembelian secara berulang kali. (4) Kinerja aktual produk yang dirasakan. (5) Membantu mempromosikan produk kepada orang lain dengan sendirinya.

Dari tiga pendapat ahli tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri kepuasan pelanggan adalah sikap setia pelanggan, perasaan puas atau kecewa yang dirasakan pelanggan terhadap produk yang digunakan dan adanya kata-kata positif terhadap produk tersebut yang tersalurkan dari orang ke orang melalui apa yang dirasakan terhadap kinerja maupun produk perusahaan.

### **2.1.1.3. Manfaat Kepuasan Pelanggan**

Menurut (Novita Sari, 2017: 192), manfaat antara lain hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of- mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Sedangkan menurut (Sigit & Soliha, 2017: 159), manfaat kepuasan pelanggan adalah (1) Biaya supplier tidak tinggi. (2) Manfaat ekonomik pelanggan berdasarkan prospek abadi. (3) Nilai akan menambah dari relasi selanjutnya. (4) Daya mengubah atau mempengaruhi seseorang. (5) Mengurangi harga sensitif. (6) Kepuasan pelanggan merupakan penunjuk keberhasilan di masa yang akan datang.

Selain itu menurut (Diza et al., 2016: 110), manfaat kepuasan pelanggan adalah (1) Meningkatkan kepercayaan terhadap perusahaan. (2) Ikut mempromosikan tempat tersebut kepada kerabat (3) Mempertahankan nama baik

perusahaan di kalangan masyarakat. (4) Membangun kepercayaan pelanggan terhadap kepercayaan (5) Membentuk perhatian dan motivasi dari perusahaan.

Dari tiga pendapat ahli tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa manfaat kepuasan pelanggan adalah (1) Kepuasan pelanggan dapat bermanfaat untuk menarik pelanggan kembali. (2) Kepuasan pelanggan dapat bermanfaat untuk meningkatkan loyalitas / kesetiaan pelanggan. (3) Kepuasan pelanggan dapat membuat pelanggan membantu untuk promosi positif melalui mulut ke mulut dengan cepat.

#### **2.1.1.4. Tujuan Kepuasan Pelanggan**

Menurut (Diza et al., 2016: 110), tujuan kepuasan pelanggan adalah untuk meningkatkan kepuasan seseorang dengan hasil yang didapatkan oleh pelanggan. Meningkatkan daya beli konsumen baik itu perorangan maupun organisasi/badan usaha. Meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan konsumen tersebut.

Sedangkan menurut (Lite, 2017: 359), tujuan kepuasan pelanggan adalah meningkatkan jumlah pembelian atau pemesanan pelanggan dimasa yang akan datang atau pembelian ulang pada produk atau jasa yang sama, dengan hal dan faktor utama yang bertujuan untuk menaikkan dan meningkatkan keuntungan pada perusahaan. Pelanggan harus dipuaskan. Apabila pelanggan tidak dipuaskan, maka akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pihak pesaing.

Selain itu menurut (Noviyanti, 2018: 23), tujuan kepuasan pelanggan adalah untuk menilai keunikan dari suatu produk atau jasa perusahaan yang dapat memuaskan pelanggan secara konsisten sesuai janji yang diberikan perusahaan dengan menyediakan tingkat perasaan pelanggan yang berkaitan dengan pencapaian kebutuhan dan keinginan dari pelanggan.

Dari tiga pendapat ahli tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan kepuasan pelanggan adalah (1) Kepuasan pelanggan bertujuan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. (2) Kepuasan pelanggan bertujuan untuk menghindari komplain dari pelanggan. (3) Kepuasan pelanggan bertujuan untuk mendapatkan pelanggan yang lebih banyak.

#### **2.1.1.5. Indikator Kepuasan Pelanggan**

Menurut (Hermanto & Nainggolan, 2020: 50), ada enam indikator kepuasan pelanggan antara lain.

##### **1. Kepuasan pelanggan keseluruhan**

Untuk kepuasan tidak boleh hanya sebagian dari pelanggan dari perusahaan, diharuskan untuk keseluruhan bila hanya sebagian maka dapat dipastikan terdapat masalah.

##### **2. Penilaian pelanggan**

Setiap pelanggan tentu mengalami hal dan masalah yang berbeda dengan yang lainnya sehingga juga memberikan penilaian yang berbeda oleh karena itu wajib memberikan setiap pelanggan kebebasan untuk menilai sesuai dengan kondisi dan fakta yang ada.

### 3. Konfirmasi harapan

Sebagai seorang penjual tentu harus ada lakukan berbagai komunikasi termasuk memberikan konfirmasi kembali atas pembelian yang dilakukan oleh pembeli dengan demikian pembeli akan lebih merasa nyaman.

### 4. Minat pembelian ulang

Bila seseorang mengalami puas atas pembelian sebelumnya maka akan dipastikan pembelian ulang dari orang tersebut akan terjadi.

### 5. Kesiediaan untuk merekomendasi

Setelah seseorang tersebut merasakan puas tentu akan merekomendasikan kepada sanak saudaranya untuk melakukan pembelian kepada kita.

### 6. Ketidakpuasan pelanggan

Untuk menyampaikan ketidakpuasan, pelanggan ada beberapa macam cara untuk melakukan penyampaian seperti memberi kritik dan saran, melampiaskan emosi ditempat bahkan tidak akan melakukan pembelian ulang kemudian menyebar luaskan berita mengenai ketidakpuasannya yang berakhir cukup tidak baik bagi kita selaku penyedia barang dan jasa.

## **2.1.2. Kualitas Produk**

### **2.1.2.1. Pengertian Kualitas Produk**

Menurut (Diza et al., 2016: 111), kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai atau melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Salah satu nilai utama yang diharapkan oleh pelanggan dari produsen.

Sedangkan menurut (Santoso, 2016: 96), kualitas produk merupakan hal yang paling utama dalam membentuk kepuasan pelanggan. Kualitas produk mengacu pada keseluruhan karakteristik dari sebuah produk yang menggambarkan performa produk sesuai yang diharapkan oleh pelanggan dalam memenuhi dan memuaskan keinginan pelanggan.

Selain itu menurut (Noviyanti, 2018: 24), kualitas adalah nilai yang diberikan oleh pelanggan, dimana kualitas produk adalah sejauh mana produk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Mutu menjadi pilihan bagi pelanggan karena pelanggan biasanya menuntut kualitas produk yang diharapkan, sampai berapa lama produk tersebut dapat bertahan.

Dari tiga pendapat ahli tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk didefinisikan sebagai seberapa besar kemampuan dari produk tersebut dalam hal ketahanan, performa, karakteristik yang sesuai keinginan pelanggan dan menjadi pilihan pelanggan dalam memberikan hasil atau kinerja yang sesuai dan melebihi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

### **2.1.2.2. Dimensi-dimensi Kualitas Produk**

Menurut (Shartykarini, Firdaus, & Rusniati, 2016: 42), dimensi kualitas produk adalah kesesuaian produk dengan selera dan harapan konsumen, jenis-jenis produk yang bervariasi, yaitu produk yang ditawarkan berkaitan dengan menu atau jenis produk, jumlah atau kuantitas produk konsumsi yang sebagaimana mestinya.

Sedangkan menurut (Sigit & Soliha, 2017: 159), dimensi kualitas produk merupakan tingkat ketahanan produk dan konsistensi produk yang disediakan kepada pelanggan serta spesifikasi yang sesuai dengan apa yang dihasilkan oleh perusahaan dan durabilitas produk sebagai ketahanan sebuah produk untuk digunakan oleh pelanggan.

### **2.1.2.3. Hirarki Kualitas Produk**

Menurut (Mongkau et al., 2017), terdapat enam tingkatan hirarki produk, yaitu:

1. Keluarga (*Need Family*)
2. Keluarga Produk (*Product Family*)
3. Kelas Produk (*Product Class*)
4. Lini Produk (*Product Line*)
5. Jenis Produk (*Product Type*)
6. Barang (*Item*)

#### 2.1.2.4. Indikator Kualitas Produk

Menurut (Hermanto & Nainggolan, 2020: 49), kualitas produk dibentuk beberapa indikator.

1. Kinerja (*Performance*)

Kinerja dari produk tentu menjadi sebuah alat ukur tersendiri bagi pembeli untuk mempertimbangkan apakah kedepannya akan membeli produk tersebut kembali.

2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*Features*)

Sebelum membeli suatu barang seseorang pasti menginginkan sesuatu yang berbeda dari produk sejenisnya.

3. Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to Specification*)

Pada saat membeli suatu produk, tentu ada spesifikasi tertentu yang ditawarkan baik melalui bungkus produk tersebut maupun tenaga penjualan informasi tersebut disampaikan.

4. Keandalan (*Reliability*)

Seberapa besar produk yang dibeli oleh pembeli dapat diandalkan oleh orang yang membutuhkan.

5. Daya tahan (*Durability*)

Secara umum orang-orang lebih menyukai produk yang memiliki daya tahan yang lama.

6. Estetika (*Aesthetica*)

Sebuah produk yang memiliki keindahan kemasan maupun produk itu sendiri tentu memiliki nilai tambah untuk menarik pembeli.

7. Kualitas yang dipersiapkan (*Perceived Quality*)

Produk dengan kualitas yang bagaimanakah yang disiapkan oleh orang yang memproduksi agar dapat menarik perhatian dari pembeli.

8. Kemampuan memperbaiki (*Service ability*)

Bila produk rusak apakah terdapat pelayanan jasa lanjutan seperti terdapat gerai resmi yang dapat memperbaikinya.

### **2.1.3. Keragaman Produk**

#### **2.1.3.1. Pengertian Keragaman Produk**

Menurut (Andriyana, 2017: 3), Keragaman produk adalah kumpulan keseluruhan produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli. Dengan adanya keragaman produk yang disediakan, akan mampu menarik pelanggan lebih luas dengan adanya macam-macam produk dalam arti produk lengkap mulai dari kualitas, ukuran, merek serta ketersediaan produk.

Menurut (Fakhrudin & Fiernaningsih, 2019: 211), Keragaman produk perusahaan mempunyai lebar, panjang, kedalaman, dan konsistensi tertentu. Keragaman produk juga merupakan suatu hal penting untuk mendapatkan kesuksesan dalam persaingan bisnis disaat ini dengan variasi produk dalam segi bentuk maupun ukuran.

Menurut (Hadita, 2018: 368), keragaman produk merupakan salah satu unsur yang harus diperhatikan oleh suatu bisnis ritel merupakan persepsi konsumen yang dibagi menjadi beberapa dimensi penting, meliputi keragaman

harga produk, yaitu penilaian pelanggan terhadap berbagai harga produk yang ditawarkan pada berbagai tingkat kategori.

Dari tiga pendapat ahli tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa keragaman produk merupakan hal yang penting dalam bisnis retail dan dapat di definisikan sebagai kumpulan jenis-jenis produk yang ditawarkan kepada pelanggan dengan berbagai variasi produk dari segi bentuk maupun ukuran yang dapat menarik pelanggan lebih luas.

#### **2.1.3.2. Dimensi-dimensi Keragaman Produk**

Menurut (Hadita, 2018: 368), keragaman produk meliputi,

1. Keragaman harga produk, yaitu penilaian konsumen terhadap berbagai harga produk yang ditawarkan pada berbagai tingkat kategori;
2. Keragaman kualitas produk, yaitu penilaian konsumen terhadap berbagai kualitas produk yang ditawarkan pada berbagai kategori;
3. keragaman jenis produk, yaitu penilaian konsumen terhadap berbagai jenis produk yang ditawarkan pada berbagai kategori; dan
4. keragaman tampilan produk, yaitu penilaian konsumen terhadap tampilan produk yang ditawarkan pada berbagai kategori

#### **2.1.3.3. Indikator Keragaman Produk**

Menurut (Yuwono & Yuwana, 2017: 336), terdapat lima indikator sebagai berikut.

1. Ukuran produk yang beragam
2. Jenis produk yang beragam
3. Bahan produk yang beragam
4. Desain produk yang beragam
5. Kualitas produk yang beragam

## 2.2. Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1** Penelitian Terdahulu

<b>Nama</b>	<b>Judul</b>	<b>Variabel</b>	<b>Hasil/Kesimpulan</b>
(Hadita, 2018)	Dampak Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Ramayana Departemen Store	X1 = Keragaman Harga Produk X2 = Keragaman Kualitas Produk X3 = Keragaman Jenis Produk X4 = Keragaman Tampilan Produk Y = Kepuasan Pelanggan	Keragaman harga produk dan keragaman jenis produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Keragaman kualitas produk dan Keragaman tampilan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
(Mubarok, 2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, <i>Brand Equity</i> Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pt. Immortal Cosmedika Indonesia Wilayah Tangerang Selatan)	X <sub>1</sub> = Kualitas Pelayanan X <sub>2</sub> = <i>Brand Equity</i> X <sub>3</sub> = Kualitas Produk Y = Kepuasan Pelanggan	Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. <i>Brand Equity</i> dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Lanjutan Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Nama	Judul	Variabel	Hasil/Kesimpulan
(Sari & Setiyowati, 2017)	Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Pb Swalayan Metro	X <sub>1</sub> = Keragaman Produk X <sub>2</sub> = Kualitas Pelayanan Y = Kepuasan Konsumen	Keragaman produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
(Sigit & Soliha, 2017)	Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah	X1 = Kualitas Produk X2 = Kualitas Pelayanan Y1 = Kepuasan Nasabah Y2 = Loyalitas Nasabah	Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah
(Arianty, 2015)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Samsung	X1 = Kualitas Produk X2 = Kualitas Pelayanan Y = Kepuasan Pelanggan	Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
(Hartadi & Husda, 2020)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Tanjung Uncang Di Kota Batam	X1 = Kualitas Produk X2 = Kualitas Pelayanan Y = Kepuasan Pelanggan	Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
(Rimawan, Mustofa, & Mulyanto, 2017)	<i>The Influence of Product Quality, Service Quality and Trust on Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty (Case Study PT ABC Tbk)</i>	X1 = Product Quality X2 = Service Quality X3 = Trust Y = Customer Satisfaction	<i>Product quality, Service quality dan Trust</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Customer satisfaction</i>
(Razak, Nirwanto, & Triatmanto, 2016)	<i>The Impact of Product Quality and Price on Customer Satisfaction with the Mediator of Customer Value</i>	X1 = Product Quality X2 = Price Y = Customer Satisfaction	<i>Product quality dan Price</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Customer satisfaction</i>

Sumber: Peneliti, 2020

### **2.3. Kerangka Pemikiran**

#### **2.3.1. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Penelitian yang diteliti oleh (Noviyanti, 2018), dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cv Usaha Mandiri Jakarta Selatan”. Dalam penelitian tersebut, peneliti menggunakan kualitas produk sebagai X1 dan kualitas pelayanan sebagai X2 terhadap kepuasan pelanggan sebagai Y, menyimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

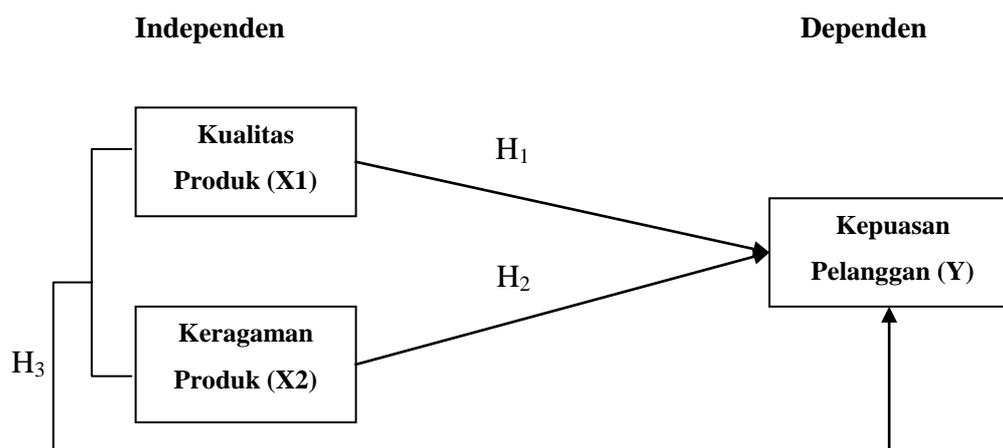
#### **2.3.2. Hubungan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Penelitian yang diteliti oleh (Hadita, 2018), dengan judul “Dampak Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Ramayana Departemen Store”. Dalam penelitian tersebut, peneliti menggunakan keragaman produk sebagai X terhadap kepuasan pelanggan sebagai Y. Dari penelitian tersebut disimpulkan bahwa keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

#### **2.3.3. Hubungan Kualitas Produk dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Peneliti yang diteliti oleh (Febriana, Yulianeu, Harini, & Warso, 2017) dengan judul peneliti “Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk Dan Lokasi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Warung Makan Bu Sur)”. Dalam penelitian tersebut, peneliti menggunakan keragaman produk sebagai X1, kualitas produk sebagai X2 dan lokasi penjualan sebagai X3 terhadap

kepuasan konsumen sebagai Y. Menyimpulkan bahwa keragaman produk, kualitas produk dan lokasi penjualan bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.



**Gambar 2. 1** Kerangka Berpikir

#### 2.4. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik (Sugiyono, 2012: 64).

1. **H1** : Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT LKD *Multi Industri* di Kota Batam.
2. **H2** : Keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT LKD *Multi Industri* di Kota Batam.

3. **H3** : Kualitas produk dan keragaman produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT LKD *Multi Industri* di Kota Batam.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Desain Penelitian**

Desain penelitian adalah gambaran awal bagi peneliti sehingga perlu ditentukan terlebih dahulu sebelum melanjutkan penelitian. Pada umumnya, desain penelitian ini ditempatkan pada bagian awal bab tentang “metode penelitian” dimana dengan harapan dapat memberikan jalan atau petunjuk yang sistematis kepada peneliti tentang kegiatan yang harus dilaksanakan, bagaimana cara melaksanakannya, dan kapan akan dilaksanakan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode yang sering dipakai dalam penelitian. Metode ini juga disebut sebagai metode ilmiah karena memiliki dan sesuai dengan filsafat positivisme dan memenuhi syarat ilmiah yaitu rasional, sistematis, obyektif, terukur, konkrit dan sistematis. Data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik sehingga metode ini disebut sebagai metode kuantitatif (Sugiyono, 2012: 7).

#### **3.2. Operasional Variabel**

##### **3.2.1. Definisi Operasional Variabel**

Variabel-variabel yang dimaksud sesungguhnya telah dinyatakan secara eksplisit pada masalah penelitian dan dipertegas lagi pada rumusan hipotesis. Pernyataan hipotesis itu tidak hanya mengandung variabel-variabel yang terlibat, tetapi hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya juga sudah diprediksi. Jika demikian, variabel benar-benar memiliki makna strategis dalam penelitian

sehingga sangatlah tidak mungkin sebuah penelitian dapat diselesaikan dengan baik tanpa mengenali variabel penelitian tersebut secara benar (Sanusi, 2012: 49).

Pengertian operasional variabel menurut (Sugiyono, 2011: 58) adalah “Segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”. Satuan pengamatan dikatakan sebagai variabel apabila memiliki karakteristik yang berbeda, jika karakteristiknya semua sama, maka satuan pengamatan tersebut bukan variabel.

### **3.2.2. Variabel Penelitian**

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). Berkaitan dengan penelitian ini, variabel penelitian yang terdiri dari variabel dependen dan variabel independen diuraikan sebagai berikut:

#### **1. Variabel Independen**

Variabel independen sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2012: 39). Adapun yang merupakan variabel independen (bebas) adalah kualitas produk ( $X_1$ ) dan keragaman produk ( $X_2$ ).

## 2. Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut sebagai variable *output*, kriteria, konsekuen. Sering disebut dengan variable terikat. Variabel terikat merupakan variable yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variable bebas (Sugiyono, 2012: 39). Variabel dependen yaitu variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen. Yang dijadikan sebagai variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Y).

**Tabel 3.1** Operasional Variabel Dependen dan Independen

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kualitas Produk (X <sub>1</sub> ) (Hermanto & Nainggolan, 2020)	Seberapa besar kemampuan dari produk tersebut dalam mencapai harapan pelanggan.	1. Kinerja (Performance) 2. Ciri-ciri tambahan (Features) 3. Kesesuaian dengan spesifikasi (Conformance to Specification) 4. Keandalan (Reliability) 5. Daya tahan (Durability) 6. Estetika (Aesthetics) 7. Kualitas yang dipersiapkan (Perceived Quality) 8. Kemampuan memperbaiki (Service ability)	Likert
Keragaman Produk (X <sub>2</sub> ) (Yuwono & Yuwana, 2017)	kumpulan jenis-jenis produk yang ditawarkan kepada pelanggan dengan berbagai tingkat	1. Ukuran produk yang beragam 2. Jenis produk yang beragam 3. Bahan produk yang beragam 4. Desain produk yang beragam 5. Kualitas produk yang beragam	Likert
Kepuasan Pelanggan (Y) (Hermanto & Nainggolan, 2020)	Sebagai suatu perasaan dari pelanggan terhadap produk yang digunakan sesuai dengan harapan dan keinginan mereka.	1. Kepuasan pelanggan keseluruhan 2. Penilaian pelanggan 3. Konfirmasi harapan 4. Minat pembelian ulang 5. Kesiapan untuk merekomendasi 6. Ketidakpuasan pelanggan	Likert

**Sumber:** Peneliti, 2020

### **3.3. Populasi dan Sampel**

#### **3.4.1. Populasi**

Menurut (Sugiyono, 2012: 80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini objek yang digunakan sebagai populasi adalah pelanggan PT LKD *Multi Industri* dengan jumlah populasi sebanyak 120 pelanggan.

#### **3.4.2. Sampel**

Menurut (Sugiyono, 2012: 81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. sebagian yang diambil dari seluruh objek yang diteliti dianggap mewakili terhadap seluruh populasi dan diambil dengan menggunakan teknik tertentu dinamakan sampel penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *nonprobability sampling*. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2012: 84). Metode pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah *sampling* jenuh. Menurut (Sugiyono, 2012: 85), *Sampling* jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus dimana semua anggota populasi dijadikan sampel.

### **3.4. Teknik Pengumpulan Data**

Menurut (Sugiyono, 2012: 137), terdapat 2 bagian golongan data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang sumbernya dari orang pertama dan disusun oleh peneliti, sedangkan data sekunder adalah data yang sebelumnya telah disediakan dan disusun ulang oleh pihak lain. Data memegang peranan yang penting yaitu sebagai alat pembuktian hipotesis serta pencapaian tujuan penelitian. Penelitian harus mengetahui jenis data apa saja yang di perlukan dan bagaimana mengidentifikasi, mengumpulkan, serta mengolah data.

Menurut (Sanusi, 2012: 104), data sekunder telah tersedia di dalam instansi atau di dalam lokasi penelitian dan juga tersedia di luar instansi atau lokasi di luar penelitian. Data sekunder yang tersedia di lokasi penelitian disebut dengan data sekunder internal, sedangkan yang tersedia di luar lokasi penelitian disebut dengan data sekunder eksternal.

Menurut (Sanusi, 2012: 104), data primer memiliki kelebihan dibandingkan data sekunder. (1) Kualitas data dapat di atur oleh peneliti karena secara teori, peneliti telah mengerti proses pengumpulan data. (2) Kesenjangan waktu dapat diatasi oleh peneliti pada saat data tersebut dibutuhkan dengan yang tersedia. Meskipun yang diinginkan oleh peneliti adalah data terbaru, tetapi yang tersedia hanya tahun-tahun sebelumnya yang menurut peneliti sudah tidak relevan. (3) Peneliti lebih mampu dalam menghubungkan dan mengkoneksikan penelitiannya dengan ketersediaan data di aktual lapangan.

Metode yang digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian ini adalah dengan teknik Kuesioner (Angket). Menurut (Sugiyono, 2012: 142), kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab mereka. Dalam penelitian ini digunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data untuk mendapatkan data tentang kualitas produk, keragaman produk dan kepuasan pelanggan.

Skala pengukuran merupakan kesepakatan 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 (Sugiyono, 2012). Pengukuran data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

**Tabel 3.2** Skala *Likert*

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat setuju (SS)	5
2	Setuju (ST)	4
3	Ragu-ragu/Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

**Sumber:** (Sugiyono, 2012)

### **3.5. Teknik Analisis Data**

Analisis data kuantitatif merupakan langkah setelah data dari seluruh responden terkumpul (Sugiyono, 2012: 147). Teknik analisis data digunakan untuk menjelaskan teknik apa yang akan digunakan oleh peneliti untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan dan juga termasuk pengujiannya. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, dan uji pengaruh.

#### **3.5.1. Analisis Deskriptif**

Ukuran deskriptif yang sering digunakan untuk mendeskripsikan data penelitian adalah frekuensi dan rata-rata. Untuk analisis kecenderungan, biasanya digunakan analisis trend (Sanusi, 2012: 116). Analisis deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk menyajikan informasi atau mendeskripsikan dari variabel independen yaitu kualitas produk dan keragaman produk serta variabel dependen adalah kepuasan pelanggan.

**Tabel 3.3** Kriteria Analisis Deskriptif

Skala Kategori	Nilai Tafsir
1,00 - 1,79	Sangat tidak baik / sangat rendah
1,80 - 2,59	Tidak baik / Rendah
2,60 - 3,39	Cukup / Sedang
3,40 - 4,19	Baik / Tinggi
4,20 - 5,00	Sangat baik / sangat tinggi

Sumber: (Muhidin & Abdurrahman, 2010)

### 3.5.2. Uji Kualitas Data

#### 3.5.2.1. Uji Validitas

Validitas adalah derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2012: 267). Dalam pengujian validitas instrumen untuk koefisien kolerasinya (r), peneliti menggunakan rumus korelasi Bivariate Pearson dapat diperoleh dengan rumus seperti di bawah ini.

#### **Rumus 3.1** Korelasi 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: (Kurniawan, 2014: 90)

#### 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), perhitungan validitas alat ukur dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut.

1. Jika  $r_{\text{hitung}} \geq r_{\text{tabel}}$ , maka item-item pada pertanyaan dinyatakan berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan valid.
2. Jika  $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ , maka item-item pada pertanyaan dinyatakan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan tidak valid.

#### **3.5.2.2. Uji Reliabilitas**

Reliabilitas adalah merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukur relative konsisten dari waktu ke waktu (Kurniawan, 2014: 102).

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. *Cronbach's alpha* adalah mengukur konsistensi internal yaitu mengukur seberapa dekat instrumen di dalam kuesioner. *Cronbach's alpha* biasanya digunakan untuk mengukur kuesioner yang menggunakan skala *Likert* yang membentuk skala. Kriteria diterima dan tidaknya suatu data reliable atau moment, atau nilai  $r_{\text{tabel}}$ . Dapat dilihat dengan menggunakan nilai batasan penentu, misalnya 0,6. Nilai yang kurang dari 0,6 dianggap memiliki reliabilitas yang kurang, sedangkan nilai 0,7 dapat diterima dan nilai diatas 0,8 dianggap baik.

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

**Rumus 3.2** *Cronbach's Alpha*

**Sumber:** (Kurniawan, 2014: 103)

Keterangan:

$r_{11}$  = Reliabilitas Instrumen

$k$  = Jumlah Butir Pertanyaan

$\sum \delta b^2$  = Jumlah Varians Pada Butir

$\delta 1^2$  = Varian Skor Secara Keseluruhan

Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama pada keseluruhan pernyataan. Jika nilai Alpha lebih besar diatas 0,60 maka dikatakan reliabel, sebaliknya jika nilai Alpha lebih kecil dibawah 0,60 maka dikatakan tidak reliabel.

### 3.5.3. Uji Asumsi Klasik

Menurut (Kurniawan, 2014: 156), uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis *ordinary least square* (OLS). Ada beberapa uji yang sering dilakukan dalam uji asumsi klasik di antaranya adalah uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

### 3.5.3.1. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah pengujian yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Cara yang sering digunakan untuk menguji normalitas *residual*, yaitu dengan analisis *histogram*, grafik (normal P-P Plot) dan *Uji One Sample Kolmogorov- Smirnov* (Kurniawan, 2014: 156). Uji yang berdistribusi normal akan membentuk suatu kurva yang kalau digambarkan akan berbentuk lonceng, *bell-sharped curve* dan juga menggunakan nilai *One Sample Kolmogorov-Smirnov*. Kurva nilai residual terstandarisasi dikatakan normal jika nilai *Kolmogorv-Smirnov*  $Z < Z$  tabel atau menggunakan nilai *Probability Sig (2 tailed) >  $\alpha$* ;  $\text{sig} > 0,05$ . Uji ini diidentifikasi dengan pengujian analisis grafik. Penelitian ini menggunakan plot probabilitas normal (*Normal probability plot*) untuk menguji kenormalitasan jika penyebaran data (titik) disekitar sumbu diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

### 3.5.3.2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu (Kurniawan, 2014: 157). Gejala multikolinearitas dapat diketahui melalui suatu uji yang dapat mendeteksi dan menguji apakah persamaan yang dibentuk terjadi gejala multikolinearitas. Salah satu dari beberapa cara untuk mendeteksi gejala

multikolinearitas adalah dengan menggunakan atau melihat *tool* uji yang disebut *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF kurang dari 10, itu menunjukkan model tidak terdapat gejala multikolinearitas, artinya tidak terdapat hubungan antara variabel bebas.

### **3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas**

Heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas (Kurniawan, 2014: 158). Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji *Park Gleyser* dengan cara mengorelasikan nilai absolute residualnya dengan masing-masing variabel independen. Jika hasil nilai probabilitasnya memiliki nilai signifikansi  $>$  nilai alpha-nya (0.05), maka model tidak mengalami heteroskedastisitas.

### **3.5.4. Uji Pengaruh**

#### **3.5.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda**

Menurut (Sanusi, 2012: 134), Regresi linear berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi sederhana, yaitu menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas. Persamaan linear berganda sebagai berikut.

### Rumus 3. 3 Regresi Linear Berganda

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + b_3 X_3 + \dots + b_n X_n + \varepsilon$$

**Sumber:** (Kurniawan, 2014: 194)

Keterangan:

- Y = Variabel dependen (Kepuasan Pelanggan)
- a = Nilai konstanta
- b = Nilai koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)
- X<sub>1</sub> = Variabel indenpenden pertama (Kualitas Produk)
- X<sub>2</sub> = Variabel indenpenden kedua (Keragaman Produk)
- ε = Variabel pengganggu

#### 3.5.4.2. Analisis Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Analisis ini digunakan dalam hubungannya untuk mengetahui jumlah 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. Koefisien tersebut dapat diartikan sebagai besaran proporsi atau persentase beragaman variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas (Wibowo, 2012: 135).

Sementara itu, R<sup>2</sup> mengukur kebaikan sesuai (*goodness-of-fit*) dari persamaan regresi, yaitu memberikan persentase variasi total dalam variasi (Y) yang dijelaskan oleh hanya satu variabel bebas (X). Lebih lanjut R adalah koefisien korelasi yang menjelaskan keeratan itu, R adalah koefisien korelasi

majemuk yang mengukur tingkat hubungan variabel terikat (Y) dengan semua variabel bebas yang menjelaskan secara bersama-sama dan nilainya selalu positif (Sanusi, 2012: 136).

### 3.5.5. Uji Hipotesis

#### 3.5.5.1. Uji Parsial (Uji T)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Sanusi, 2012: 139).

Rumusnya sebagai berikut:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

**Rumus 3.4 Uji t**

**Sumber:** (Sugiyono, 2012: 178)

Keterangan:

- t = nilai uji t hitung yang akan dibanding dengan t tabel
- r = koefisien korelasi
- $r^2$  = koefisien determinasi
- n = jumlah sampel

Terdapat langkah-langkah analisis uji parsial adalah sebagai berikut apabila

1.  $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$  dengan nilai signifikan lebih dari 0,05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh pada variabel dependen.

2.  $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$  dengan nilai signifikan kurang dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh pada variabel dependen.

### 3.5.5.2. Uji Simultan (Uji F)

Menurut (Sanusi, 2012: 137), uji seluruh koefisien regresi secara serempak sering disebut dengan uji model. Nilai yang digunakan untuk melakukan uji serempak adalah nilai  $F_{\text{hitung}}$  yang dihasilkan dari rumus yang telah dijelaskan sebelumnya. Karena nilai  $F_{\text{hitung}}$  berhubungan erat dengan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) maka pada saat melakukan uji F, sesungguhnya menguji signifikansi koefisien determinasi ( $R^2$ ). Uji F yang signifikan menunjukkan bahwa variasi variabel terikat dijelaskan sekian persen oleh variabel bebas secara bersama-sama adalah benar-benar nyata bukan terjadi karena kebetulan. Dengan kata lain, berapa persen variabel terikat dijelaskan oleh seluruh variabel bebas secara serempak (bersama-sama), dijawab oleh koefisien determinasi ( $R^2$ ), sedangkan signifikan atau tidak yang sekian persen itu, dijawab oleh uji F.

$F_{\text{hitung}}$  dapat dicari dengan rumus sebagai berikut.

$$F_{\text{hitung}} = \frac{R^2/K}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

**Rumus 3.5 Uji F**

**Sumber:** (Sanusi, 2012: 137)

Keterangan:

F = nilai uji F hitung yang akan dibanding dengan F tabel

$R^2$  = koefisien determinasi

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel bebas

Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $\text{sig } \alpha 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak artinya keseluruhan variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen sehingga model regresi dinyatakan layak. Sebaliknya apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  ( $\text{sig } \alpha 0,05$ ), maka  $H_0$  diterima artinya keseluruhan variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen sehingga modelnya dinyatakan tidak layak

### **3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian**

#### **3.6.1. Lokasi Penelitian**

Proses penelitian yang dilakukan penulis berlokasi pada tempat penelitian yang merupakan perusahaan dimana peneliti bekerja, lokasi penelitian tersebut adalah PT LKD *Multi Industri* Batam yang beralamat Jalan Ahmad Yani, Walakaka Industrial Blok B No. 1-3 Baloi Permai, Kecamatan Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau 29444.

### 3.6.2. Jadwal Penelitian

**Tabel 3.4** Agenda Pembuatan Skripsi

No	Kegiatan	Tahun/Bulan/Minggu ke																			
		SEP				OKT				NOV				DES				JAN			
		2020				2020				2020				2020				2021			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul	■	■	■																	
2	Perumusan Masalah		■	■	■	■															
3	Studi Pustaka			■	■	■	■	■													
4	Penentuan Hipotesis					■	■	■	■												
5	Penentuan Metode Penelitian						■	■	■	■											
6	Analisis Data									■	■	■	■	■							
7	Pengujian Hipotesis													■	■	■	■				
8	Analisis Hasil Pengujian Hipotesis																■	■	■	■	
9	Kesimpulan																		■	■	
10	Dokumentasi																			■	

**Sumber:** Peneliti, 2020