

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian, analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. SURYA MEGA MUSTIKA. Maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

##### **1. Pengaruh Harga**

Berdasarkan hasil jawaban kuisisioner dengan jumlah sampel 100 responden yang disebarkan oleh penulis menyatakan bahwa pengaruh harga memiliki nilai yang rendah, dikarenakan ada Variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

##### **2. Pengaruh Kualitas Produk**

Berdasarkan hasil jawaban kuisisioner dengan jumlah sampel 100 responden yang disebarkan oleh penulis menyatakan bahwa pengaruh kualitas produk memiliki nilai yang rendah, dikarenakan ada Variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

##### **3. Pengaruh Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil jawaban kuisisioner dengan jumlah sampel 100 responden yang disebarkan oleh penulis menyatakan bahwa pengaruh kepuasan konsumen memiliki nilai yang rendah,

dikarenakan ada Variabel lain yaitu Lokasi , Merk, dan Pengiriman tepat Waktu, yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

- a. Berdasarkan hasil dari penelitian dan jawaban responden dari kuesioner yang disebarkan dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas produk yang dihasilkan oleh PT. SURYA MEGA MUSTIKA kurang maksimal dikarena ada faktor variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.
- b. Berdasarkan uji hipotesis menunjukkan angka kolom R sebesar 0.161. kolom R disebut juga dengan koefisien korelasi. Hal ini berarti besarnya korelasi harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 16.1%, sedangkan sisanya ( $100\% - 16.1\% = 83.1\%$ ) dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.
- c. Berdasarkan uji hipotesis menunjukkan angka kolom R square sebesar 0.026. kolom R square disebut juga dengan koefisien determinasi.
- d. Kesimpulan pada penelitian ini dapat peneliti simpulkan bahwa tidak semua konsumen bergantung pada Harga dan Kualitas produk ada banyak yang bisa membuat konsumen merasa puas seperti pengiriman tepat pada waktunya, kebersihan perusahaan, alat teknologi perusahaan yang canggih, dan pelayanan yang ramah.

## **B. Implikasi**

### **1. Implikasi Teoritis**

Dari hasil penelitian mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, maka harga dan kualitas produk harus benar-benar diperhatikan oleh pihak PT. SURYA MEGA MUSTIKA, agar kedepannya dapat meningkatkan pembelian.

### **2. Implikasi Manajerial**

Pada penelitian ini, penulis telah melakukan penelitian dimana harga di PT. SURYA MEGA MUSTIKA terjangkau dibandingkan produk lainnya yang dapat menarik konsumen, begitu juga dengan kualitas produk yang sangat baik harus tetap dijaga agar konsumen tidak mudah berpaling produk ke perusahaan lain.

### **3. Implikasi Metodologi**

Pada penelitian ini, penulis telah melakukan penelitian terhadap 100 responden. Untuk memperoleh data serta informasi, penulis menyebarkan kuisisioner dengan 30 pernyataan, 10 pernyataan mengenai harga (X1), 10 pernyataan mengenai kualitas produk (X2), dan 10 pernyataan mengenai kepuasan konsumen (Y) yang dibagikan kepada konsumen PT. SURYA MEGA MUSTIKA.

## C. Saran

### 1. Saran Untuk Kebijakan Manajerial

Adapun saran yang dapat dikemukakan dengan melihat kenyataan bahwa harga dan kualitas produk memiliki pengaruh yang nyata terhadap kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

- a. Pengaruh harga yang diciptakan oleh perusahaan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen serta meningkatkan daya beli konsumen agar konsumen menjadi loyal terhadap perusahaan.
- b. Kualitas produk merupakan salah satu faktor penting bagi perusahaan dengan memperhatikan kualitas produk yang baik bahkan melebihi harapan konsumen, maka konsumen akan setia mengkonsumsi produk yang dihasilkan.
- c. Kepuasan konsumen sebagai penentu bagi perusahaan, oleh karena itu perusahaan diharapkan untuk menjaga serta membangun hubungan baik terhadap konsumen agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Menurut peneliti saran untuk kepuasan konsumen bisa dinilai dari pelayanan yang ramah, pengiriman produk tepat pada waktunya.

## **2. Saran Untuk Pengembangan Ilmu**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti berharap akan mendapatkan suatu manfaat dan menambah ilmu pengetahuan serta pengalaman mengenai harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, terutama dalam menerapkan teori yang



## Daftar Pustaka

- Abdullah Thamrin, Manajemen Pemasaran Jasa, Jakarta : Salemba Empat, 2013
- Alma, Buchari, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: CV. Alfabeta, 2013
- Daryanto, Sari Kuliah Manajemen Pemasaran, Bandung : PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, 2013
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Jakarta : PT. Indeks Indonesia, 2013
- Ratnasari, Ririn Tri, dan Aksa, Mastuti H, Manajemen Pemasaran Jasa. Bogor: Ghalia Indonesia, 2013
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung : CV. Alfabeta, 2012
- Sunyoto, Danang, Dasar – Dasar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: CAPS, 2012
- Umar, Husein, Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen. Jakarta : PT Gramedia Pustaka, 2012
- Uyanto, Stanislaus, Pedoman Analisis Data Dengan SPSS. Edisi 2. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013
- Widiana, Muslichah Erma, Dasar – Dasar Pemasaran. Bandung: Karya Putra Darwati, 2012
- Wijayanti, Pengantar Manajemen. Jakarta : Balai Pustaka, 2012
- Yamit, Zulian, Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Yogyakarta: EKONISIA, 2013
- Alma, buchari, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung Alfabeta, 2013
- Hurriyanti, Ratih, Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung: Alfabeta, 2012
- Oentoro, deliyanto, Manajemen Pemasaran dan Modern. Yogyakarta: LaksBang Pressindo, 2012
- Sumarwan, Ujang, Riset Pemasaran Konsumen. Bogor. IPB Press, 2012
- Abdullah, Thamrin, dan Francis Tantri, Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013
- Assauri, Softjan, Sari Kuliah Manajemen Pemasaran. Jakarta. Rajawali Pers, 2012

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Arisandhi

Tempat, tanggal lahir : Tangerang, 11 nopember 1997

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Alamat Rumah : Kp. Aren/ Gn. Batu RT. 04/ 04 Desa. Cijantra Kec.  
Pagedangan, Tangerang - Banten

Agama : Buddha

No Handphone : 089635859989

IPK Terakhir : 2,96

Riwayat Pendidikan

- Sekolah Dasar : SDN CIJANTRA II
- Sekolah Menengah Pertama : SMP PGRI 184 LEGOK
- Sekolah Menengah Kejuruan : SMK SETIA BHAKTI TANGERANG
- Universitas : UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

## SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : On'cang

Jabatan : General Manager

Menerangkan bahwa

Nama : Arisandhi

Tempat & tanggal lahir : Tangerang, 11 nopember 1997

NIM : 2015050064

Program Studi : Manajemen

Telah melakukan penelitian diperusahaan kami dengan judul “ Pengaruh Harga an Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. SURYA MEGA MUSTIKA”. Untuk memenuhi salah satu syarat dalam pengajuan skripsi.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar – benarnya, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tangerang,

On'cang





### Tabel Analisis deskripsi

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean		Std. Deviation	Variance	Skewness		Kurtosis	
		Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic
HARGA	100	27.00	23.00	50.00	40.7600	.00321	6.03210	36.396	-.576	.241	-.275	.478
KUALITAS PRODUK	100	25.00	25.00	50.00	41.1600	.02340	6.23402	38.963	-.679	.241	-.183	.478
KEPUASAN KONSUMEN	100	24.00	25.00	50.00	40.5600	.01836	5.18385	26.872	-.599	.241	1.218	.478
Valid (listwise)	100											

### Tabel Uji Frekuensi Variabel Harga (X1)

#### DAFTAR HARGA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	5	5.0	5.0	5.0
3.00	12	12.0	12.0	17.0
4.00	46	46.0	46.0	63.0
5.00	37	37.0	37.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

#### DISKON

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	2	2.0	2.0	2.0
3.00	20	20.0	20.0	22.0
4.00	43	43.0	43.0	65.0
5.00	35	35.0	35.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

#### SESUAI HARAPAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	4	4.0	4.0	4.0
3.00	23	23.0	23.0	27.0
4.00	45	45.0	45.0	72.0
5.00	28	28.0	28.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**HARGA MURAH**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	25	25.0	25.0	25.0
	4.00	42	42.0	42.0	67.0
	5.00	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**HARGA BERSAING**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	3.0	3.0	3.0
	3.00	20	20.0	20.0	23.0
	4.00	46	46.0	46.0	69.0
	5.00	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**HARGA TERJANGKAU**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	6	6.0	6.0	6.0
	3.00	16	16.0	16.0	22.0
	4.00	42	42.0	42.0	64.0
	5.00	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**TRANSAKSI MUDAH**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	3.0	3.0	3.0
	3.00	14	14.0	14.0	17.0
	4.00	45	45.0	45.0	62.0
	5.00	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**INFORMASI PERUBAHAN HARGA**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	7	7.0	7.0	7.0
	3.00	12	12.0	12.0	19.0
	4.00	53	53.0	53.0	72.0
	5.00	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**KESESUAIAN HARGA**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	7	7.0	7.0	7.0
	3.00	16	16.0	16.0	23.0
	4.00	43	43.0	43.0	66.0
	5.00	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**KESESUAIAN MERK**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	4.0	4.0	4.0
	3.00	15	15.0	15.0	19.0
	4.00	50	50.0	50.0	69.0
	5.00	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Tabel Uji Frekuensi Variabel Kualitas Produk (X2)****KINERJA PRODUK**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	5	5.0	5.0	5.0
	3.00	17	17.0	17.0	22.0
	4.00	41	41.0	41.0	63.0
	5.00	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**KERAGAMAN PRODUK**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	16	16.0	16.0	17.0
	4.00	33	33.0	33.0	50.0
	5.00	50	50.0	50.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**MODEL PRODUK**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	3.0	3.0	3.0
	3.00	19	19.0	19.0	22.0
	4.00	45	45.0	45.0	67.0
	5.00	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**KEUNGGULAN**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	3.0	3.0	3.0
	3.00	22	22.0	22.0	25.0
	4.00	39	39.0	39.0	64.0
	5.00	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**JENIS PRODUK**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	7	7.0	7.0	7.0
	3.00	12	12.0	12.0	19.0
	4.00	46	46.0	46.0	65.0
	5.00	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**JAMINAN PRODUK**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	4.0	4.0	4.0
	3.00	23	23.0	23.0	27.0
	4.00	38	38.0	38.0	65.0
	5.00	35	35.0	35.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

**KETAHANAN**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	3.0	3.0	3.0
	3.00	18	18.0	18.0	21.0
	4.00	51	51.0	51.0	72.0
	5.00	28	28.0	28.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

**MENARIK**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	3.0	3.0	3.0
	3.00	20	20.0	20.0	23.0
	4.00	37	37.0	37.0	60.0
	5.00	40	40.0	40.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

**KESESUAIAN PRODUK**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	2.0	2.0	2.0
	3.00	22	22.0	22.0	24.0
	4.00	38	38.0	38.0	62.0
	5.00	38	38.0	38.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

**ESTETIKA**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	19	19.0	19.0	20.0
	4.00	44	44.0	44.0	64.0
	5.00	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Tabel Uji Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen (Y)****KUALITAS PRODUK**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	2.0	2.0	2.0
	3.00	11	11.0	11.0	13.0
	4.00	58	58.0	58.0	71.0
	5.00	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**HARGA**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	10	10.0	10.0	10.0
	4.00	52	52.0	52.0	62.0
	5.00	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**HARAPAN**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	18	18.0	18.0	19.0
	4.00	53	53.0	53.0	72.0
	5.00	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**KUALITAS PELAYANAN**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	4.0	4.0	4.0
	3.00	19	19.0	19.0	23.0
	4.00	42	42.0	42.0	65.0
	5.00	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**EMOSI**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	25	25.0	25.0	26.0
	4.00	39	39.0	39.0	65.0
	5.00	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**KEMUDAHAN**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	4.0	4.0	4.0
	3.00	21	21.0	21.0	25.0
	4.00	38	38.0	38.0	63.0
	5.00	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**KONSUMEN**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	25	25.0	25.0	25.0
	4.00	48	48.0	48.0	73.0
	5.00	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



**KEMAMPUAN**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	3.0	3.0	3.0
	3.00	24	24.0	24.0	27.0
	4.00	45	45.0	45.0	72.0
	5.00	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**KESESUAIAN**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	4.0	4.0	4.0
	3.00	31	31.0	31.0	35.0
	4.00	36	36.0	36.0	71.0
	5.00	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**KUALITAS TERJAMIN**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	33	33.0	33.0	34.0
	4.00	37	37.0	37.0	71.0
	5.00	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

UBD

Tabel Uji Validitas

**Continued**

		DAFTAR PERTAMA	DAFTAR KEDUA	DAFTAR KETIGA	DAFTAR KEEMPAT	DAFTAR LIMA	DAFTAR ENAM	DAFTAR TUJUH	DAFTAR DELAPAN	DAFTAR SEMBILAN	DAFTAR SEPULUH
SIMPANG BERINGIN	Pasangan Corong	408	411	421	422	424	428	429	432	432	434
	Reg. (2-Matras)	388	398	399	399	394	398	398	398	398	398
SIMPANG	Pasangan Corong	407	411	421	422	424	427	429	432	432	434
	Reg. (2-Matras)	388	398	399	399	394	398	398	398	398	398
SIMPANG BERINGIN	Pasangan Corong	441	434	441	441	441	441	441	441	441	441
	Reg. (2-Matras)	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SIMPANG BERINGIN	Pasangan Corong	437	434	437	437	437	437	437	437	437	437
	Reg. (2-Matras)	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SIMPANG BERINGIN	Pasangan Corong	387	384	384	387	387	387	387	387	387	387
	Reg. (2-Matras)	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384
SIMPANG TERUNGKAP	Pasangan Corong	416	417	427	427	427	427	427	427	427	427
	Reg. (2-Matras)	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SIMPANG BERINGIN	Pasangan Corong	415	414	415	415	415	414	414	414	414	414
	Reg. (2-Matras)	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SIMPANG BERINGIN	Pasangan Corong	419	417	417	417	417	417	417	417	417	417
	Reg. (2-Matras)	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SIMPANG BERINGIN	Pasangan Corong	420	418	421	421	421	421	421	421	421	421
	Reg. (2-Matras)	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SIMPANG BERINGIN	Pasangan Corong	404	413	413	413	413	413	413	413	413	413
	Reg. (2-Matras)	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SIMPANG BERINGIN	Pasangan Corong	404	404	404	404	404	404	404	404	404	404
	Reg. (2-Matras)	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398

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

**Continued**

		DAFTAR PERTAMA	DAFTAR KEDUA	DAFTAR KETIGA	DAFTAR KEEMPAT	DAFTAR LIMA	DAFTAR ENAM	DAFTAR TUJUH	DAFTAR DELAPAN	DAFTAR SEMBILAN	DAFTAR SEPULUH
SIMPANG BERINGIN	Pasangan Corong	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
	Reg. (2-Matras)	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SIMPANG BERINGIN	Pasangan Corong	407	407	407	407	407	407	407	407	407	407
	Reg. (2-Matras)	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SIMPANG BERINGIN	Pasangan Corong	403	407	407	407	407	407	407	407	407	407
	Reg. (2-Matras)	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SIMPANG BERINGIN	Pasangan Corong	408	408	408	408	408	408	408	408	408	408
	Reg. (2-Matras)	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SIMPANG BERINGIN	Pasangan Corong	401	401	401	401	401	401	401	401	401	401
	Reg. (2-Matras)	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SIMPANG BERINGIN	Pasangan Corong	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
	Reg. (2-Matras)	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SIMPANG BERINGIN	Pasangan Corong	404	404	404	404	404	404	404	404	404	404
	Reg. (2-Matras)	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SIMPANG BERINGIN	Pasangan Corong	407	407	407	407	407	407	407	407	407	407
	Reg. (2-Matras)	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SIMPANG BERINGIN	Pasangan Corong	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
	Reg. (2-Matras)	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SIMPANG BERINGIN	Pasangan Corong	404	404	404	404	404	404	404	404	404	404
	Reg. (2-Matras)	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398

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

**Continued**

		DAFTAR PERTAMA	DAFTAR KEDUA	DAFTAR KETIGA	DAFTAR KEEMPAT	DAFTAR LIMA	DAFTAR ENAM	DAFTAR TUJUH	DAFTAR DELAPAN	DAFTAR SEMBILAN	DAFTAR SEPULUH
SIMPANG BERINGIN	Pasangan Corong	401	401	401	401	401	401	401	401	401	401
	Reg. (2-Matras)	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SIMPANG BERINGIN	Pasangan Corong	402	402	402	402	402	402	402	402	402	402
	Reg. (2-Matras)	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SIMPANG BERINGIN	Pasangan Corong	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
	Reg. (2-Matras)	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SIMPANG BERINGIN	Pasangan Corong	401	401	401	401	401	401	401	401	401	401
	Reg. (2-Matras)	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SIMPANG BERINGIN	Pasangan Corong	401	401	401	401	401	401	401	401	401	401
	Reg. (2-Matras)	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SIMPANG BERINGIN	Pasangan Corong	401	401	401	401	401	401	401	401	401	401
	Reg. (2-Matras)	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SIMPANG BERINGIN	Pasangan Corong	401	401	401	401	401	401	401	401	401	401
	Reg. (2-Matras)	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SIMPANG BERINGIN	Pasangan Corong	401	401	401	401	401	401	401	401	401	401
	Reg. (2-Matras)	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SIMPANG BERINGIN	Pasangan Corong	401	401	401	401	401	401	401	401	401	401
	Reg. (2-Matras)	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398
SIMPANG BERINGIN	Pasangan Corong	401	401	401	401	401	401	401	401	401	401
	Reg. (2-Matras)	398	398	398	398	398	398	398	398	398	398

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

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

Tabel Uji Reabilitas

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.908	.907	10

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.919	.920	10

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.763	.895	11

Tabel Uji Asumsi Klasik

Coefficient Correlations<sup>a</sup>

Model			HARGA
1	Correlations	HARGA	1.000
	Covariances	HARGA	.008

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Coefficient Correlations<sup>a</sup>

Model			KUALITAS PRODUK
1	Correlations	KUALITAS PRODUK	1.000
	Covariances	KUALITAS PRODUK	.007

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Coefficient Correlations<sup>a</sup>

Model			KUALITAS PRODUK	HARGA
1	Correlations	KUALITAS PRODUK	1.000	-.787
		HARGA	-.787	1.000
	Covariances	KUALITAS PRODUK	.018	-.015
		HARGA	-.015	.019

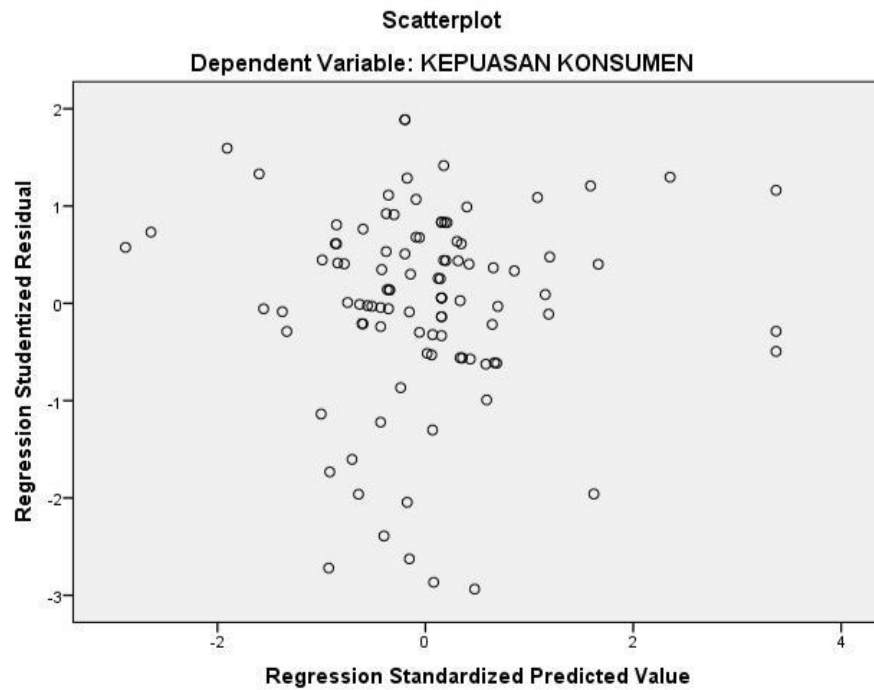
a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	1	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VF
1	(Constant)	40.862	3.710		11.015	.000		
	HARGA	-.212	.140	-.247	-1.522	.131	.381	2.624
	KUALITAS PRODUK	.203	.135	.245	1.507	.135	.381	2.624

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

### Tabel Uji Heteroskedastisitas



### Tabel Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Predicted Value	
N		100	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	40.5800000	
	Std. Deviation	.83233485	
Most Extreme Differences	Absolute	.133	
	Positive	.133	
	Negative	-.088	
Kolmogorov-Smirnov Z		1.331	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.058	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.050 <sup>c</sup>	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.044
		Upper Bound	.055

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

### Tabel Uji Hipotesis

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.055 <sup>a</sup>	.003	-.007	5.20246

a. Predictors: (Constant), HARGA

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	42.493	3.571		11.899	.000
	HARGA	-.047	.087	-.055	-.541	.589

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.050 <sup>a</sup>	.003	-.008	5.20365

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	38.861	3.492		11.128	.000
	KUALITAS PRODUK	.042	.084	.050	.498	.620

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.161 <sup>a</sup>	.026	.006	5.16907

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	40.862	3.710		11.015	.000
	HARGA	-.212	.140	-.247	-1.522	.131
	KUALITAS PRODUK	.203	.135	.245	1.507	.135

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	68.585	2	34.293	1.283	.282 <sup>b</sup>
	Residual	2591.775	97	26.719		
	Total	2660.360	99			

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, HARGA

