



**SKIRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN HP ANDROID MEREK OPPO  
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
SUMATERA BARAT DI KAMPUS SATU**

**OLEH :**

**NAMA : IMA YUSNIATI  
NIM : 20070005  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN**


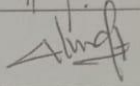

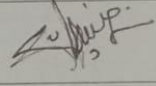
**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT  
2024**

### HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan LULUS setelah dipertahankan didepan Tim Penguji Skripsi  
28 Februari 2024

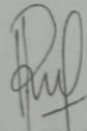
Judul : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hp Android Merek Oppo Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat di Kampus Satu  
Nama : Ima Yusniati  
Nim : 20070005  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi

### TIM PENGUJI

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1	Raftul Fedri, SE, M.M	Ketua	
2	Nurhaida, SE, M.M	Anggota	
3	Leli Suwita, SE, M.M	Anggota	
4	Usmiar, SE, M.Si	Anggota	

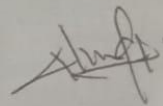
Disetujui:

Pembimbing 1



( Raftul Fedri, SE, M.M )

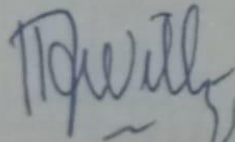
Pembimbing 2



( Nurhaida, SE, M.M )

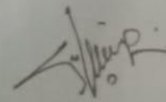
Diketahui:

Dekan  
Fakultas Ekonomi



( Dr. Willy Nofranita, SE, M.Si, Ak, CA )

Ketua  
Prodi Manajemen



( Usmiar, SE, M.Si )

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ima Yusniati

Nim :20070005

Fakultas : Ekonomi

Prodi : Manajemen

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya suatu pendapat yang ditulis dan diterbitkan orang lain, kecuali sebagai acuan kutipan dengan mengikuti karya ilmiah yang lazim.

Dengan demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada pemaksaan dari pihak manapun.

Padang , 1 Maret 2024

yang menyatakan



Ima Yusniati  
20070005

## HAK CIPTA

Hak cipta milik **IMA YUSNIATI** tahun 2024, dilindungi oleh Undang-Undang yaitu dilarang mengutip dan memperbanyak tanpa izin tertulis dari Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, Sebagian atau keseluruhannya dalam bentuk apapun, baik cetak, copy ataupun micro film dan lainnya sebagainya.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN HP ANDROID MEREK OPPO  
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
SUMATERA BARAT DI KAMPUS SATU**

**Oleh : Ima Yusniati  
Nim : 20070005  
Email : [Yusniatiima286@gmail.com](mailto:Yusniatiima286@gmail.com)**

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan hp android merek oppo pada mahasiswa universitas muhammadiyah sumatera barat di kampus satu. Sampel berjumlah 162 responden dengan menggunakan metode pengumpulan data secara *probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* . Penelitian ini menggunakan analisis linear berganda dan pengujian hipotesis T dan F , pada pembahasan kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena t- hitung lebih besar dari t- tabel  $1,654 > 3,1547$  dan Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena nilai t- hitung  $> t$ - tabel  $1,654, > 4,1547$ . Hasil dari pembahasan Kualitas Produk (X1), Harga (X2), berpengaruh secara bersama sama terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), hal ini dapat di lihat bahwa nilai f- hitung yang di peroleh sebesar sebesar 17,925 dan nilai f-tabel 3,05 hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk dan harga mempengaruhi variabel Kepuasan Pelanggan. Hasil R square pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen 18,4%.

***Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Pelanggan***

INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND PRICE REGARDING CUSTOMER  
SATISFACTION OF OPPO BRAND ANDROID PHONES ON MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITY STUDENTS WEST SUMATRA AT CAMPUS

**ONE BY: Ima Yusniati**  
**Number: 20070005**  
**Email: Yusniatiima286@gmail.com**

**ABSTRACT**

*The purpose of this research is to determine the effect of product quality and price on customer satisfaction with Oppo brand Android cellphones among students at Muhammadiyah University, West Sumatra on campus one. The sample consisted of 162 respondents using probability sampling data collection methods with purposive sampling techniques. This research uses multiple linear analysis and hypothesis testing T and F. In the second discussion, product quality has an influence on customer satisfaction because the t-count is greater than the t-table  $1.654 > 3.1547$ . Product price influences customer satisfaction because the t-count value is  $> t$ -table  $1.654, > 4.1547$ . The results of the discussion of Product Quality (X1), Price (X2), have a joint influence on Customer Satisfaction (Y), it can be seen that the calculated f-value obtained is 17.925 and the f-table value is 3.05 p. This shows that the Product Quality and Price variables influence the Customer Satisfaction variable. The R square results of the influence of the independent variable on the dependent variable are 18.4%.*

***Keywords: Product Quality, Price, and Customer Satisfaction***

## **KATA PENGANTAR**

**Assalamu'alaikum WR.WB**

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN HP ANDROID MEREK OPPO PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT DI KAMPUS SATU”. Penulisan skripsi ini guna melengkapi persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat (UM SUMBAR).

Penulis telah mencurahkan segenap kemampuan, tenaga, pikiran dan waktu dalam menyelesaikan skripsi ini, terlepas dari hal tersebut tentu masih banyak kekurangan dan ketidaksempurnaan mengingat penulis masih dalam tahap belajar, namun inilah pencapaian maksimal penulis berikan.

Penulisan skripsi ini dari bantuan dan do'a dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis sampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Ibu dan Ayah yang selalu mendo'akan penulis dan selalu menjadi motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini maupun dalam belajar.
2. Bapak RaftuL Fedri , SE, M. M pembimbing I penulis skripsi serta Ibu Nurhaida, SE, M. M pembimbing II.

3. Ibu Leli Suwita, SE,MM penguji I skripsi serta ibu Usmiar, SE, M.Si penguji II.
4. Ibu Usmiar, SE, M.Si Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
5. Ibu Dr. Willy Nofranita, S.E, M. Si, Ak, CA Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
6. Adek saya Aldi saputra yang telah mendukung penulis dari awal sampai selesai skripsi
7. Keluarga dan Teman-teman serta pihak lain yang mendukung penulis dari awal sampai akhir penyusunan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari berbagai pihak yang dapat meningkatkan kemampuan dan minat penulis dimasa mendatang.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, utamanya bagi penyusun untuk pengembangan ilmu pengetahuan dimasa mendatang.

**Wassalamu'alaikum WR.WB**

Padang, Januari 2024  
Penulis

**Ima Yusniati**

**s Nim: 20070005**



## DAFTAR ISI

<b>DAFTAR ISI</b> .....	I
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	III
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	IV
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	9
2.1 Kepuasan Pelanggan.....	9
2.2 Kualitas Produk.....	11
2.3 Harga .....	12
2.4 Penelitian Terdahulu.....	14
2.5 Kerangka konseptual .....	18
2.7 Hipotesis .....	19
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	20
3.1 Jenis Penelitian.....	20
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	20
3.3 Populasi dan Sampel .....	21
3.4 Defenisi Operasional dan Pengukuran Sampel.....	23
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	24
3.6 Teknik Analisis Data .....	25
3.7 Uji Validitas dan Reabilitas .....	26
3.8 Tingkat Kepuasan.....	27
3.9 Teknik Regresi Berganda .....	28
3.10 Uji Asumsi Klasik .....	29
<b>BAB IV METODE PENELITIAN</b> .....	35
4.1 Gambaran Umum.....	35
4.2 Visi dan Misi.....	37
4.3 Hasil dan Pembahasan.....	39
4.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	47
4.5 Uji Asumsi Klasik .....	48
4.6 Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	52
4.7 Pengujian Hipotesis.....	52

<b>BAB V PENUTUP</b> .....	56
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Saran.....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	58
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Observasi Awal Peneliti.....	2
Tabel 3.1 Jumlah Maba Um Sumbar Angkatan 2023 Kampus Satu .....	21
Tabel 3.2 Defenisi Operasional .....	23
Tabel 3.3 Skala penilaian Kepuasan .....	25
Tabel 4.1 Klasifikasi Jenis Kelamin .....	39
Tabel 4.2 Klasifikasi Fakultas .....	39
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas X1 .....	40
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas X2 .....	41
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Y .....	42
Tabel 4.6 Hasil Uji Reabilitas.....	43
Tabel 4.7 TCR X1 .....	44
Tabel 4.8 TCR X2.....	45
Tabel 4.9 TCR .....	46
Tabel 4.10 Hasil Regresi Linier Berganda .....	47
Tabel 4.11 Uji Normalitas .....	48
Tabel 4.12 Multikolinieritas .....	49
Tabel 4.13 Heteroskedastisitas .....	50
Tabel 4.14 Autokorelasi .....	51
Tabel 4.15 Hasil Regresi Linier Berganda .....	52
Tabel 4.16 Hasil Regresi Linier Berganda .....	54
Tabel 4.17 Hasil Regresi Linier Berganda .....	55

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka konseptual.....	18
Gambar 4.1 Struktur Organisasi .....	38

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada zaman globalisasi sekarang peningkatan persaingan di dunia bisnis menuntut perusahaan yang ber-kecimpung dalam bisnis agar mampu memperhatikan kebutuhan, keinginan serta harapan pelanggan agar tercipta kepuasan pelanggan. Semakin maraknya persaingan antar usaha saat ini, menuntut para pemilik usaha untuk selalu memperhatikan kualitas produk dan harga agar mampu mempertahankan kepuasan pelanggannya. Salah satu strategi yang dilakukan untuk memenangkan persaingan dengan cara memperhatikan kepuasan pelanggan semakin puas pelanggan dengan produk maka tingkat loyalitas pelanggan semakin tinggi

Kepuasan konsumen sangat penting bagi perkembangan perusahaan karena kepuasan pelanggan berkaitan dengan pembelian ulang yang berdampak pada pendapatan perusahaan dan kepuasan pelanggan juga mempengaruhi brand image produk di mata pelanggan yang oleh karena itu perusahaan harus memperhatikan kepuasan pelanggan dengan memperhatikan faktor faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk dan harga produk.

Kepuasan pelanggan berkaitan dengan kualitas produk atau manfaat yang di dapatkan konsumen dan juga berkaitan dengan harga produk atau biaya dan pengorbanan yang di keluarkan konsumen, kualitas produk juga berkaitan dengan harga produk semakin bagus kualitas produk maka semakin mahal harga suatu produk.

Berdasarkan observasi awal peneliti, Rabu 18 November 2023 peneliti mendapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Hasil Obselvasi Awal Peneliti**

No	Jenis Produk	Harga	Lama Pemakaian	Jumlah Pemakai	Hasil Review
1	Oppo A35	2.000.000 1.900.000 1.800.000	5 Tahun 3 Tahun 1 Tahun	3	-Kamera kurang bagus
2	Oppo A5S	2.100.000	4 Tahun	1	- Kamera bagus
3	Oppo A31	3.990.000	4 Tahun	1	-Kamera kurang bagus
4	Oppo A1K	1.500.000 2.000.000	3 Tahun 5 Tahun	2	- kamera kurang bagus
5	Oppo A58	2.700.000	8 Bulan	1	-Kamera kurang bagus
6	Oppo A5	3.500.000	2 Tahun	1	-Kamera kurang bagus
7	Oppo A57	2.000.000	6 Bulans	2	-Kamera kurang bagus
8	Oppo A37	2.000.000	3 Tahun 2 Tahun 3 Thun	3	-Kamera kurang bagus.
9	Oppo A31	1.498.000 2.600.00	2 Tahun 3 Tahun	2	-Kamera kurang bagus.
10	Oppo A16	2.999.000	2 Tahun	1	- Kamera bagus
11	Oppo A17	2.200.000 2.000.000	1 Tahun 5 bulan	2	-Kamera kurang bagus
12	Oppo A11K	2.000.000	2 Tahun	1	- Kamera bagus
13	Oppo A15S	2.000.000 3.000.000	2 Tahun 3 Tahun	2	-Kamera kurang bagus
14	Oppo F9	1.700.000	3 Tahun	1	-Kamera kurang bagus
15	Oppo A920	4.000.000	3 Tahun	1	-Kamera kurang bagus
16	Oppo A15	1.500.000	Tahun	1	- kamera kurang bagus

*Sumber : wawancara mahasiswa universitas muhammadiyah sumatera barat di kampus satu*

Dari tabel di atas didapat kan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat Kampus Satu memakai produk HP android merek Oppo yang heterogen dengan harga yang bervariasi berdasarkan berapa lama waktu pembelian dan jenis produk yang di beli, dari tabel observasi awal peneliti di atas di dapatkan hasil :

1. Oppo A35 menawarkan Kamera utama 8MP kamera utama OPPO A35 memiliki resolusi 8MP dan dukungan teknologi AI Scene Enhancement yang memastikan mendapatkan hasil foto yang berkualitas. Yang di rasakan kamera yang bersih.
2. Oppo A5S menawarkan baterai berkapasitas besar, yakni 4230 mAh yang membuat baterai yang tahan lama. Yang di rasakan konsumen kamera yang bagus
3. Oppo menawarkan A31 OPPO A31 menawarkan tiga kamera belakang, Ketiga kamera belakang tersebut terdiri dari kamera utama 13 MP dengan bukaan f/1.8, kamera makro 2 MP dengan bukaan f/2.4, dan kamera untuk efek kedalaman 2 MP dengan bukaan f/2.4 yang membuat hasil foto yang bagus. Yang di rasakan konsumen kamera yang bagus
4. Oppo A1K menawarkan kapasitas baterai sebesar 4.000 mAh yang membuat baterai nya tahan lama. Yang di rasakan konsumen kamera kurang bagus
5. Oppo A58 menawarkan baterainya dengan kapasitas sebesar 5.000 mAh yang membuat baterai nya tahan lama, speaker yang baik. Yang di rasakan konsumen kamera kurang bagus

6. Oppo A5 menawarkan kamera monokrom 2MP, dan kamera *depth sensor* 2 MP, Yang di rasakan konsumen kamera yang bagus
7. Oppo A57 menawarkan fitur kamera mode malam Untuk kamera utama, OPPO memasang sensor 13 MP. Yang di rasakan konsumen kamera kurang bagus
8. Oppo A37 menawarkan kamera dengan fitur menarik serta kualitasnya yang baik. Yang di rasakan konsumen kamera yang bagus.
9. Oppo A31 menawarkan hasil foto yang bagus dengan 3 kamera,. Yang di rasakan konsumen baterai tahan lama. Yang di rasakan konsumen kamera yang bagus.
10. Oppo A16 menawarkan kamera di bandingkan keluaran oppo sebelumnya. Yang di rasakan konsumen kamera yang bagus.
11. Oppo A17 menawarkan desain mewah dan layar ips+hd yang baik. Yang di rasakan konsumen kamera kurang bagus
12. Oppo A1K menawarkan baterai awet dengan kapasitas sebesar 4.000 mAh. Yang di rasakan konsumen Kamera bagus
13. Oppo A15 S menawarkan sensor utama 13 megapixel yang mampu menghasilkan foto yang tajam dan cerah. Yang di rasakan konsumen kamera kurang bagus
14. Oppo F9 menawarkan baterai yang tahan lama berkapasitas 3.500 mAh. Yang di rasakan konsumen kamera yang bagus



15. Oppo A9 20 menawarkan empat kamera belakang yang membuat menangkap foto dengan hasil gambar yang tajam. Yang di rasakan konsumen kamera yang bagus

16. Oppo A15 menawarkan kamera utama berukuran 13 MP yang mampu menghasilkan gambar dan video yang jernih . Yang di rasakan konsumen kamera yang bagus

Jadi kesimpulan yang di dapat dari observasi awal peneliti adalah kinerja produk belum seluruh nya sesuai dengan harapan dari konsumen jika di bandingkan dengan apa yang di tawarkan perusahaan waktu promosi, dan harga lebih tinggi tidak menjamin sesuai nya harapan konsumen dengan kualitas produk begitu juga sebaliknya.

Berdasarkan fenomena diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai judul “ **Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan HP Android Merek Oppo Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat di Kampus Satu** ”

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan HP android merek oppo pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat di Kampus Satu.?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan HP android merek oppo pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat di Kampus Satu.?
3. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan HP android merek oppo pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Universitas Sumatera Barat di Kampus Satu.?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan HP android merek oppo pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat di Kampus Satu.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan HP android merek oppo pada mahasiswa Universitas Sumatera Barat di Kampus Satu.
3. Untuk mengetahui kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan HP android merek oppo pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Universitas Sumatera Barat di Kampus Satu

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

a. Bagi Perusahaan

Peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat membantu memberikan kritik dan saran bagi Perusahaan oppo. Selain itu dapat digunakan sebagai gambaran bagi Perusahaan dalam membuat strategi dalam meningkatkan kinerja Perusahaan secara efektif dan efisien dalam mengungguli persaingan bebas.

b. Bagi peneliti

Peneliti berharap penelitian ini dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan peneliti serta mampu menjadi sarana untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang di dapatkan selama peneliti kuliah di Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

c. Perkembangan ilmu pengetahuan

Peneliti berharap penelitian ini bermanfaat terhadap ilmu pengetahuan bisa menambah penelitian yang sejenis namun berbeda karakteristik dan diharapkan bermanfaat sebagai pengembangan ilmu pengetahuan dan menjadi referensi untuk pencarian Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan HP Android Merek Oppo Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat di Kampus Satu.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Kepuasan Pelanggan**

#### **2.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler dan Keller (2013:138) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas, Sedangkan menurut Tjiptono dalam Mayasari (2023:169) kepuasan pelanggan merupakan situasi yang yang di tunjukkan konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginan sesuai dengan yang di harapkan serta terpenuhi secara baik.

Jadi pengertian Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Jadi kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas.

#### **2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler & Keller (2013:157) ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, antara lain :

- 1) Kualitas Produk, pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

- 2) Harga, produk yang mempunyai kualitas sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
- 3) Kualitas pelayanan, terutama untuk industri jasa, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.
- 4) Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial atau self system yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek tertentu.
5. Biaya dan kemudahan, pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

### **2.1.3 Indikator Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kottler (2012:62) menyatakan kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan. Indikator Kepuasan pelanggan dapat dilihat dari :

1. Kesesuaian harapan

Berkaitan dengan keberhasilan kinerja pemasaran yang di lakukan perusahaan karena konsumen dapat dikatakan puas terhadap produk atau jasa apabila kinerja pemasaran yang di lakukan telah sesuai dengan keinginan konsumen

2. Pengalaman baik terhadap pelayanan

Perusahaan yang memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan keinginan konsumen membuatnya melakukan pembelian di lain waktu

3. Keinginan untuk merekomendasikan

Adalah bentuk dari luapan perasaan konsumen setelah mendapatkan produk yang sesuai dengan keinginan

## **2.2 Kualitas Produk**

### **2.2.1 Pengertian Kualitas Produk**

Menurut Kotler dan Keller (2013:37) menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketelitian, yang di peroleh produk dengan cara keseluruhan. Menurut Kotler dan Armstrong (2008: 272) kualitas produk (*product quality*) adalah salah satu sarana positioning utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa.

Kotler dan Keller (2013: 121) menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya. Jadi kualitas produk adalah kemampuan produk yang mampu memenuhi setiap kebutuhan konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

### **2.2.2 Indikator Kualitas Produk**

Kualitas produk Menurut Kotler dan Keller (2013:37) indikator kualitas produk adalah:

1. Bentuk yaitu sebuah produk dapat meliputi ukuran, atau struktur.

2. Fitur yaitu melengkapi fungsi dasar produk.
3. Kualitas kinerja yaitu tingkat dimana karakteristik utama produk beroperasi.
4. Kesan kualitas adalah hasil dari penggunaan, pengukuran yang digunakan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk.
5. Ketahanan yaitu ukuran atau umur suatu produk dalam kondisi biasa atau penuh tekanan.
6. Keandalan yaitu tidak mengalami kegagalan pada produk.
7. Kemudahan perbaikan yaitu kemudahan ketika produk tidak berfungsi.
8. Gaya yaitu menggambarkan penampilan dan rasa produk.
9. Desain yaitu totalitas fitur mempengaruhi tampilan atau fungsi produk berdasarkan kebutuhan.

## **2.3 Harga**

### **2.3.1 Pengertian Harga**

Menurut Kotler dan Keller (2013:67) harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan harga juga mengomunikasikan positioning nilai yang dimaksud dari produk atau merek perusahaan ke pasar. Menurut Philip Kotler dalam Handayani (2019:115) harga merupakan sejumlah uang yang mempunyai nilai tukar untuk memperoleh keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga merupakan bauran pemasaran yang sangat fleksibel dimana suatu harga akan stabil dalam jangka waktu tertentu

tetapi dalam seketika harga dapat meningkat atau menurun yang terdapat pada pendaptan dari hasil penjualan.

Harga adalah suatu nilai uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang diperdagangkan dan sesuatu yang lain yang diadakan suatu perusahaan guna memuaskan keinginan pelanggan.

### **2.3.2 Indikator Harga**

Menurut Kotler dan Amstrong (2008:67) indikator harga adalah

a. Keterjangkauan harga

Harga terjangkau yakni espektasi pelanggan sebelum mereka melangsungkan pembelian, pelanggan dapat mencari produk yang harganya bisa digapai oleh pelanggan.

b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Untuk prduk tertentu pelanggan biasanya tidak berkeberatan jikalau mereka harus membeli dengan harga yang relative mahal yang penting produk berkualitas, tetapi pelanggan menghendaki produk dengan harga murah dan mutu baik.

c. Daya saing Harga

Organisasi menentukan harga jual produk dengan mempertimbangkan harga produk yang di jual oleh pesaingnya sehingga produk mereka bisa bersaing di pasar.

d. Kesesuain Harga Dengan Manfaat

Pelanggan sering mengindahkan harga produk tetapi lebih bersangkutan dengan manfaat produknya.



## 2.4 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

Nama Peneliti	Judul Jurnal	Sumber Jurnal	Variabel Yang Di Teliti	Hasil Penelitian
Dedhy pradana , syarifah hudayah , rahmawati (2017)	Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand image terhadap keputusan pembelian motor	Kinerja volume 14	X1 Harga kualitas produk X2 Citra merek Y Keputusan pembelian	1.Terdapat pengaruh antara x1 dengan y 2. Terdapat pengaruh positif antara x2 pada y 3.Terdapat pengaruh positif antara x3 pada y
Joko Bagio Santoso (2019)	Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen (studi pada konsumen geprek bensu rawamangun)	Jurnal akuntansi dan manajemen Vol 16 No. 01, April 2019	X1 Kualitas produk X2 Kualitas pelayanan X3 Harga Y Kepuasan dan loyalitas	1. Variabel kualitas produk (X1) tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y1). Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas produk Geprek Bensu Rawamangun belum memberikan kepuasan kepada konsumen. 2. Variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y1). Hal ini dapat diartikan bahwa konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang ada di Geprek Bensu Rawamangun. 3. Variabel harga (X3) memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y1). Hal ini dapat diartikan bahwa harga yang diberikan Geprek Bensu

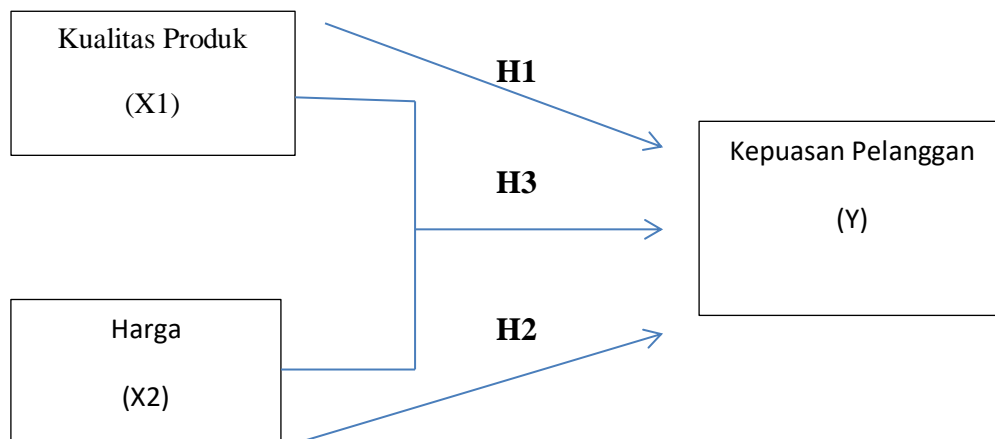
				<p>Rawamangun dapat terjangkau oleh daya beli konsumen, sehingga mereka merasa puas.</p> <p>4. Variabel kualitas produk (X1) tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen (Y2). Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas produk belum menjadi salah satu pertimbangan bagi konsumen untuk loyal pada Geprek Benu Rawamangun.</p> <p>5. Variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen (Y2). Hal ini dapat diartikan bahwa pelayanan-pelayanan yang diberikan oleh Geprek Benu Rawamangun tidak hanya membuat konsumen merasa puas tetapi juga menjadikan konsumen tersebut menjadi loyal.</p> <p>6. Variabel harga (X3) memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen (Y2). Hal ini dapat diartikan bahwa selain pelayanan, harga yang diberikan Geprek Benu Rawamangun juga tidak hanya membuat konsumen merasa puas tetapi juga menjadikan konsumen menjadi loyal. 7. Variabel kepuasan</p>
--	--	--	--	--

				<p>konsumen (Y1) memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen (Y2). Hal ini dapat diartikan bahwa kepuasan konsumen GeprekBensu Rawamangun sangat tinggi dalam membuat konsumen menjadi loyalitas.</p> <p>8. Variabel kepuasan konsumen tidak mampu memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen. Hal ini dapat diartikan bahwa secara tidak langsung kualitas produk belum menjadi pertimbangan konsumen dalam hal kepuasan dan loyalitas konsumen.</p> <p>9. Variabel kepuasan konsumen mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan dapat memberikan kepuasan dan juga menciptakan konsumen yang loyal .</p>
Andriani lubis (2023)	Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada produk smartphone oppo di batam (studi kasus pada	Jurnal manajemen diversitas vol. 3	X1 Kualitas produk Y Kepuasan konsumen	Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk smartphone oppo di batam,

	mal nagoya batam)			
Rina sukrawati (2018)	Pengaruh kualitas produk, harga, dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen garden cafe koperasi mahasiswa universitas negeri yogyakarta	Jurnal pendidikan dan ekonomi, volume 7, nomor 2,	X1 Kualitas produk X2 Harga X3 Pelayanan Y Kepuasan konsumen	1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen 2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan konsumen 3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen 4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama dari variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen
N. L. P. Dea alvionita sari1, n. M. Dwi ariani mayasari2,	Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di toko grosir tirta yasa kecamatan banjar	Jurnal manajemen dan bisnis, vol. 4 no. 1,	X1 Harga X2 Kualitas pelayanan Y Kepuasan pelanggan	1. Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan 2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di toko grosir tirta yasa. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

## 2.5 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah identifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka konseptual yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antara variabel yang akan diteliti. Jadi pada penelitian ini terdapat dua variabel bebas (independent) dan satu variabel terikat (dependent) .



**Gambar 2.1**  
**kerangka konseptual**

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

X1 = Kualitas Produk

X2 = Harga

Berdasarkan kerangka konseptual di atas maka di dapatlah hipotesis sebagai berikut :

## 2.6 Hipotesis

Hipotesis berasal dari kata hypo dan thesis. Hypo artinya sementara atau lemah kebenarannya dan thesis artinya pernyataan atau teori. Menurut Sugiyono (2013:93) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun 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. Maka hipotesis dari penelitian ini yaitu :

H1: Diduga Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan HP android merek oppo pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat di Kampus Satu.

H2: Diduga Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan HP android merek oppo pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat di Kampus Satu.

H3: Diduga Kualitas Produk dan Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan HP android merek oppo pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat di Kampus Satu.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Jenis Penelitian**

Pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif Menurut Sugiyono (2017:14) bahwa pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dan pengambilan sampel secara random dengan pengumpulan data menggunakan instrumen, analisis data bersifat statistik.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif asosiatif. Menurut Sugiyono (2017:57) yaitu penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan yang digunakan dalam penelitian ini adalah hubungan kausal. Hubungan kasual adalah hubungan yang bersifat sebab akibat, yang terdiri dari variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (variabel yang dipengaruhi)

### **3.2 Tempat dan Waktu Penelitian**

Tempat dan waktu penelitian ini di kampus 1 Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat yang berada di Jalan Pasir Jambak No.4, Pasia Nan Tigo, Kec. Koto Tangah , Sumatera Barat. Pada 26 Oktober 2023 sampai selesai.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Populasi menurut Sugiyono (2017:215) 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, populasi di penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat angkatan 2023 di Kampus Satu.

**Tabel 3.1**  
**Jumlah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat Angkatan 2023 di Kampus Satu**

Fakultas	Jumlah Mahasiswa
Agama Islam	107
Ekonomi	67
Kehutanan	31
Ilmu Sosial dan Politik	11
Farmasi	57
Jumlah	273

*sumber : rektorat universitas muhammadiyah sumatera barat di kampus satu*

### 3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2013:116) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut :

Keterangan :

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

$$1 + Ne^2$$

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

e = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 273 mahasiswa angkatan 2023 di Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat di Kampus Satu, sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 5% dan hasil perhitungan



dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut :

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

N = Jumlah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

e = 5 %

$$\begin{aligned} n &= 273 / (1+(273 \times (0,05)^2)) \\ &= 273 / (1+(273 \times (0,0025))) \\ &= 273 / (1+0,685) \\ &= 273 / 1,685 \\ &= 162,017 \\ &= 162 \end{aligned}$$

Jadi sampel pada penelitian ini 162 sampel, pengambilan sampel dilakukan dengan *probability sampling* menurut sugiyono (2013) *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel . dan dengan teknik *purposive sampling* yaitu menurut sugiyono (2018:138) adalah pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang di inginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan di teliti.

### 3.4 Defenisi Operasional dan pengukuran variabel

#### 3.4.1 Pengertian Operasional

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang mempengaruhi yaitu variabel dependen, dan variabel independent. Variabel independent yaitu kualitas produk dan harga, dan variabel dependent yaitu kepuasan pelanggan.

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional**

No	Variabel	Definisi	Indikator	Alat Ukur
1	Kualitas Produk (X1)	Menurut kotler dan Keller (2013:37) menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketelitian, yang di peroleh produk dengan cara keseluruhan.	Kualitas produk Menurut Kotler dan Keller (2013:37) indikator kualitas produk adalah: 1. Bentuk 2. Fitur 3. Kualitas kinerja 4. Kesan kualitas 5. Ketahanan 6. Keandalan 7. Kemudahan perbaikan 8. Gaya. 9. Desain	Skala likert
2	Harga (X2)	Menurut Kotler dan Keller (2013:67) harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan harga juga mengomunikasikan positioning nilai yang dimaksud dari produk atau merek perusahaan ke pasar.	Menurut Kotler dan Amstrong (2008:67) indikator harga adalah 1. Keterjangkauan harga 2. kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing Harga 4. Kesesuaian Harga Dengan Manfaat	Skala likert

3	Kepuasan Pelanggan (Y)	Menurut Kotler dan Keller (2018:138) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas	Menurut Kottler (2012:62) ada 4 indikator 1. Kesesuain harapan 2. Pengalaman baik terhadap pelayanan 3.Keinginan untuk merekomendasikan	Skala likert
---	------------------------	---	--	--------------

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

#### 3.5.1 Observasi

Menurut Sutrisno Hadi (dalam Sugiyono 2013:203) observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis.

#### 3.5.2 Wawancara

Menurut Sugiyono (2013:194) menyatakan bahwa wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data jika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, serta juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam

### 3.5.3 Kuesioner

Menurut Sugiyono (2013:199) kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

### 3.5.4 Data dan Sumber Data

Menurut Sugiyono (2017:194) Sumber data dibagi menjadi dua bagian yaitu:

1. Data primer yaitu data yang diperoleh melalui kegiatan wawancara atau mengisi kuesioner yang artinya sumber data ini langsung memberikan data kepada peneliti.
2. Data Sekunder yaitu peneliti tidak langsung menerima dari sumber data

Peneliti mengambil sumber data primer dan sekunder dalam penelitian ini.

**Tabel 3.3**  
**Skala Penilaian Kepuasan**

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Puas (SP)	5
Puas (P)	4
Cukup Puas (CP)	3
Tidak Puas (TP)	2
Sangat Tidak Puas (STP)	1

### 3.6 Teknik Analisis Data

Pengolahan dengan menggunakan SPSS Statistics 22. Menurut Jonathan Sarwono (2006) SPSS atau Statistical Product and Service Solutions adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk melakukan perhitungan statistik dengan menggunakan program komputer. Kelebihan dari SPSS adalah penggunaanya dapat

melakukan perhitungan statistik secara lebih cepat dari yang sederhana sampai yang rumit sekalipun.

### 3.6.1 Statistik Asosiatif

Adalah bentuk analisis data penelitian untuk menguji ada tidak nya hubungan keberadaan variabel dari dua kelompok atau lebih. Hasil analisisnya adalah apakah hipotesis penelitian dapat generalisasi atau tidak apabila hipotesis ( $H_a$ ) di terima, berarti hasil penelitian menyatakan ada hubungan antar variable.

Mencari r hitung dengan cara memasukkan statistic dari table penolong dengan rumus :

$$r_{xy} = \frac{n\{xy - \{x\}\{y\}\}}{\sqrt{(n\{x^2 - \{x\}^2\} \{y^2 - \{y\}^2\})}}$$

Jika t hitung  $\geq t$  table maka  $H_0$  di tolak signifikan dan jika T hitung  $\leq t$  table maka  $H_0$  di terima artinya signifikan

Menguji signifikan dengan rumus t hitung

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

## 3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

### 3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan keadaan yang menggambarkan apakah instrument yang kita gunakan mampu mengukur apa yang akan kita ukur. Hasil yang diperoleh dari uji validitas adalah suatu instrument yang valid atau sah. Tujuan uji validitas untuk mengetahui sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrument pengukuran dalam melakukan fungsi ukurnya. Agar data yang diperoleh relevan atau sesuai dengan tujuan diadakannya pengukuran tersebut. Untuk melakukan uji validitas menggunakan program SPSS. Dalam hal ini perlu

dibedakan antara hasil penelitian yang valid dan reliabel dengan instrument yang valid dan reliabel. Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. Indikator dalam kuesioner dapat dikatakan valid apabila nilai  $r$  hitung hasilnya lebih besar dari  $r$  tabel.

### **3.7.2 Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Menurut Sugiyono (2013:173) Reliabilitas instrumen merupakan syarat untuk pengujian validitas instrument.

Untuk menguji data yang akan kita uji reliabilitas maka penelitian menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Reliabilitas yang tinggi ditunjukkan dengan nilai  $r$  mendekati angka 1. Reliabilitas yang dianggap sudah cukup memuaskan yaitu  $\geq 0.700$ . jika nilai  $\alpha > 0.7$  artinya reliabilitas mencukupisementara jika  $\alpha > 0.80$  ini mensugestikan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten memiliki reliabilitas yang kuat. Jika  $\alpha > 0.90$  maka reliabilitas sempurna, jika  $\alpha 0.70 - 0.90$  maka reliabilitas tinggi, jika  $\alpha 0.50 - 0.70$  maka reliabilitas moderat, jika  $\alpha < 0.50$  maka reliabilitas rendah, jika  $\alpha$  rendah kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel.

### **3.8 Tingkat Kepuasan**

Menurut Kotler & Amstrong (2008:36) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya.

Untuk mendapatkan rata-rata skor masing-masing indikator dipakai rumus:

$$\text{Rata-rata skor} = \frac{(5.SS)+(4.S)+(3.KR)+(2.TS)+(1.STS)}{SS+KR+TS+STS}$$

Untuk mencari tingkat pencapaian jawaban responden digunakan rumus:

$$\text{TCR} = \frac{\text{Rata-rata skor} \times 100\%}{\text{Skor maksimum}}$$

Menurut Sugiyono (2013:184) kriteria penilaian TCR% adalah sebagai berikut:

1. 80-100% = Sangat Puas
2. 60<80% = Puas
3. 40<60% = Kurang Puas
4. 20<40% = Tidak Puas
5. <20% = Sangat Tidak Puas

### 3.9 Analisis Regresi Berganda

Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independent atau bebas (kualitas pelayanan yang meliputi kualitas produk (X1), harga (X2), terhadap variabel dependent yaitu kepuasan pelanggan (Y).

Menurut Sugiyono (2013:277) rumus persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian adalah :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen (Kepuasan pelanggan)

$X_1, X_2$  = Variabel independent Kualitas produk dan Harga

$b_0$  = Konstanta

$b_0, b_2, b_3, b_4, b_5$  = Koefisien regresi

e = Error atau variabel pengganggu

### 3.10 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan uji regresi, tahap awal yang perlu dilakukan adalah melakukan pengujian asumsi klasik terhadap regresi beeganda.

#### 3.10.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:111) uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah dalam model regresi nilai residual memiliki distribusi normal atau tidak. Nilai residual dikatakan berdistribusi normal jika nilai residual terstandarisasi sebagian besar mendekati nilai rata-ratanya. Uji normalitas ini menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* yaitu uji beda antara data yang diuji normalitasnya dengan data normal baku. Nilai residual terstandarisasi normal jika  $K$ -hitung < dari t-table atau nilai sig < alpha. Uji ini dilakukan menggunakan langkah sebagai berikut :

1. Membuat persamaan regresi
2. Mencari nilai predeksinya
3. Mencari nilai residualnya
4. Membuat standarisasi nilai residualnya



5. Menggunakan nilai residual terstandarisasi dari yang kecil sampai terbesar
6. Mencari nilai  $Z_r$  relatif kumulatif
7. Mencari nilai  $Z_t$  teoritis berdasarkan table Z
8. Menghitung selisih nilai  $Z_r$  dengan  $Z_t$  dan diberi symbol K
9. Mencari nilai K mutlak terbesar dan diberi nama K hitung
10. Membandingkan nilai K hitung dengan tabel *Kolmogorov-Smirnov* (K tabel)
11. Menarik kesimpulan kenormalan data.

### **3.10.2 Uji Multikolinearitas**

Menurut Ghozali (2018:105) Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (independen). Jika terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas maka model regresi tersebut mengandung gejala multikolinearitas. Uji multikolinearitas ini menggunakan uji dengan *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF tidak lebih dari 10, maka model regresi tersebut tidak terdapat gejala multikolinearitas.

### **3.10.3 Uji Heteroskedastisitas**

Menurut Jonathan Sarwono (2017:98) heteroskedastisitas berarti ada varian variabel pada model regresi yang tidak sama atau konstan. Sebaliknya, jika varian variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama atau konstan, maka disebut dengan homoskedastisitas. Menurut Ghozali (2013:142) uji heteroskedastisitas ini menggunakan metode *Glejser* dilakukan dengan

meregresikan semua variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya. Persamaan uji *Glejser* adalah sebagai berikut :

$$|v_i| = \alpha + \beta X_i + v_i$$

Keterangan :

$|v_i|$  = nilai residual mutlak

$X_i$  = Variabel bebas

Jika  $\beta$  signifikan maka terdapat pengaruh variabel bebas terhadap nilai residual mutlak sehingga dinyatakan terdapat gejala heteroskedastisitas. Demikian pula sebaliknya.

#### **3.10.4 Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara data keserangkaian data observasi diuraikan menurut waktu atau ruang. Menurut Jonathan Sarwono (2017:98) otokorelasi mempunyai makna terjadi korelasi antar nilai dalam satu variabel yang sama. Uji autokorelasi ini menggunakan metode Durbin Watson (DW). Kisaran nilai DW mulai dari 0–4. Pada penerapan uji ini terdapat beberapa asumsi penting yang harus dipenuhi, yaitu :

1. Model regresi yang dilakukan harus menggunakan konstanta
2. Variabel bebas adalah non-stokastik atau relative tetap
3. Kesalahan pengganggu atau residual diperoleh dengan otoregresif order pertama
4. Model regresi tidak meliputi nilai kelebamam (*log*) dari variabel tidak bebas sebagai variabel penjelas

5. Dalam melakukan regresi tidak boleh ada data atau observasi yang hilang. Rumus yang digunakan adalah :

$$DW = \frac{\sum(e - e^{+1})^2}{\sum e^{+2}}$$

Keterangan :

DW = Nilai Durbin-Watson

e = Nilai residual

$e^{+1}$  = Nilai residual satu periode sebelumnya

### 3.10.5 Hipotesis

#### a. Uji t (*parsial*)

Uji t dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen. Uji ini dilakukan dengan cara membandingkan t-hitung dengan t-tabel atau dengan melihat kolom signifikan pada masing-masing t-hitung. Menurut Jonathan Sarwono (2017:26) langkah-langkahnya sebagai berikut

#### 1. Merumuskan hipotesis

$H_0 : \beta = \beta_0$  (variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y secara signifikan)

$H_1 : \beta \neq \beta_0$  (variabel X berpengaruh terhadap variabel Y secara signifikan) untuk pengujian dua sisi

$H_0 : \beta = \beta_0$  (variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y secara signifikan)

$H_1 : \beta > \beta_0$  (variabel X berpengaruh terhadap variabel Y secara positif)

$H_1 : \beta < \beta_0$  (variabel X berpengaruh terhadap variabel Y secara negatif)

#### 1. Menentukan nilai probabilitas atau signifikansi ( $\alpha$ )

$t_{\alpha}, t_{\alpha/2} \rightarrow$  Degree of Freedom (DF) = n-k (k = banyaknya semua variabel)

#### 2. Menghitung nilai uji statistik dengan rumus

$$t_0 = \frac{b - b_0}{s_b}$$

3. Membuat kesimpulan

a. Uji satu sisi (*one-tailed test*)

Jika  $t_0 > t^\alpha$ , maka  $H_0$  ditolak

Jika  $t_0 \leq t^\alpha$ , maka  $H_0$  diterima atau,

Jika  $t_0 < -t^\alpha$ , maka  $H_0$  ditolak

Jika  $t_0 \geq -t^\alpha$ , maka  $H_0$  diterima

b. Uji dua sisi (*two-tailed test*)

Jika  $t_0 > t_{\alpha/2}$  atau  $t_0 < -t_{\alpha/2}$ , maka  $H_0$  ditolak

Jika  $-t_{\alpha/2} \leq t_0 \leq t_{\alpha/2}$ , maka  $H_0$  diterima.

Rumus yang digunakan untuk menghitung t-hitung adalah :

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

Keterangan :

t = Nilai t-hitung

n = Jumlah sampel

r = Koefisien korelasi

$r^2$  = Koefisien determinasi

b. Uji F (*Simultan*)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama atau simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama dapat berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji F dapat dilakukan dengan

membandingkan F hitung dengan F tabel, jika F hitung > dari F tabel (Ho ditolak Ha diterima). Menurut Jonathan Sarwono (2017:26-27) langkah-langkah dalam menghitung uji F adalah sebagai berikut :

1. Merumuskan hipotesis

Ho :  $\beta = \beta_0$  (variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y secara signifikan)

Ha :  $\beta \neq \beta_0$  (variabel X berpengaruh terhadap variabel Y secara signifikan)

2. Menentukan nilai probabilitas atau signifikansi ( $\alpha$ ) dengan ketentuan  $F^\alpha \rightarrow$

Degree of freedom = (k-1),(n-k), dimana k adalah jumlah variabel dan n jumlah kasus (data)

3. Menghitung nilai uji statistik

$$F_o = \frac{RK_{reg}}{RK_{res}} \text{ atau } \frac{MS_{reg}}{MS_{res}}$$

c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Sugiyono (2013:207) koefisien determinasi yaitu untuk menilai seberapa besar kontribusi variabel X terhadap Y, maka digunakan koefisien determinasi yang merupakan koefisien korelasi yang biasanya dinyatakan dengan persentase (%).

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **4.1 Gambaran Umum**

#### **4.1.1 Sejarah Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat**

Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat merupakan perguruan islam yang membawa nilai kemuhamadiyah dan perguruan swasta paling awal di Sumatera Barat yang berdiri 18 November 1955 melalui peresmian Fakultas Falsafah dan Hukum di Padang Panjang oleh Ketua Umum Pengurus Pusat Muhammadiyah Ahmad Rasyid Sutan Mansur. Dr. H. Ali Akbar ditunjuk sebagai rektor pertama. Fakultas ini sekaligus menandai berdirinya Universitas Muhammadiyah pertama di Indonesia

#### **4.1.2 Visi dan Misi**

##### **A. Visi Universitas Sumatera Barat**

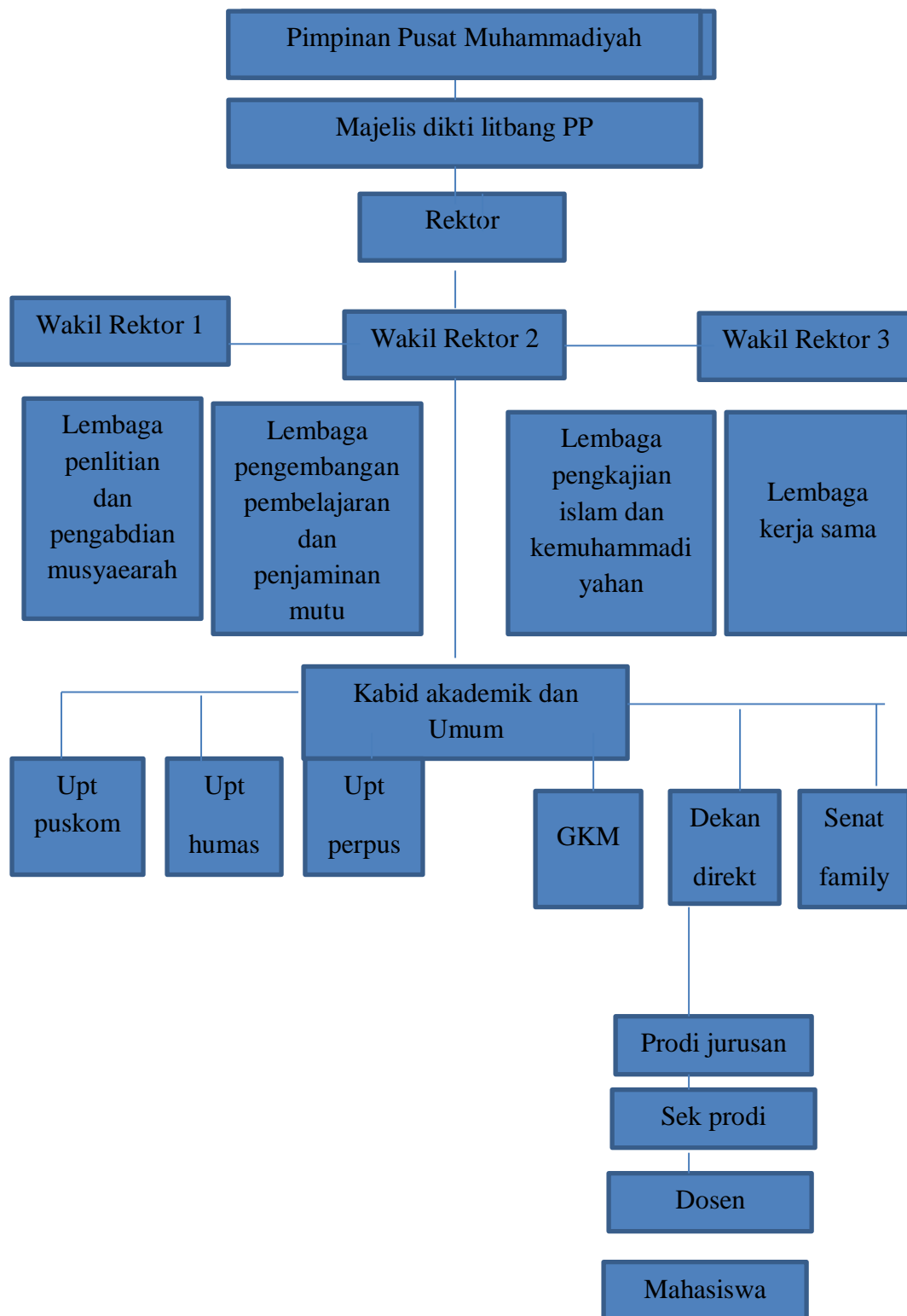
Menjadi universitas unggul berbasis kearifan lokal dalam pembinaan IMTAQ dan pengembangan IPTEKS untuk kesejahteraan umat

##### **B. Misi Universitas Sumatera Barat**

- a. Menjamin tercapainya Pendidikan dan Pembelajaran yang bermutu serta humanis.
- b. Mendorong pelaksanaan Penelitian berbasis kearifan lokal untuk pengembangan iptek yang aplikatif.
- c. Mendorong terselenggaranya Pengabdian kepada Masyarakat untuk kesejahteraan umat.

- d. Meningkatkan nilai Al-Islam dan Kemuhammadiyah untuk menghasilkan insan yang beriman dan bertaqwa serta berakhlaq mulia.
- e. Mengembangkan jaringan kerja sama antar lembaga internal dan eksternal Muhammadiyah yang produktif dan berkelanjutan. dan
- f. Mengoptimalkan tata kelola universitas yang baik menuju peningkatan mutu yang berkelanjutan.

#### 4.1.3 Struktur Organisasi.



**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi**



## 4.2 Hasil dan Pembahasan

### 4.2.1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden seperti jenis kelamin dan fakultas di dapat dari penyebaran kuesioner yang di isi oleh responden.

**Tabel 4.1**  
**Klasifikasi Jenis Kelamin**

No	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1	Wanita	120	74,074%
2	Pria	42	25,925%

*Sumber : Kuesioner Penelitian 2023*

Dari tabel di atas di dapatkan dari 162 responden terdapat 120 atau 74,074% responden wanita dan 42 atau 25,925% responden pria

**Tabel 4.2**  
**Klasifikasi Fakultas**

No	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1	Fakultas Ekonomi	50	30,864%
2	Fakultas Agama Islam	69	42,592%
3	Fakultas Kehutanan	15	9,259%
4	Fakultas Farmasi	17	10,493%
5	Ilmu Sosial Politik	11	6,790%

*Sumber : Kuesioner Penelitian 2023*

Jadi dapat di simpulkan responden terbanyak dari fakultas agama islam dengan frekuensi 69 dan persentasi 42,592% seterusnya fakultas ekonomi dengan frekuensi 50 dan persentasi 30,864% seterusnya fakultas farmasi dengan frekuensi 17 dan persentasi 10,493% setelah itu kehutanan dengan frekuensi 15 atau persentasi 9,259% dan terendah fakultas Ilmu Sosial Politik 11 dengan frekuensi 6,790%

## 4.2.2 Uji Validitas dan Reabilitas

### 4.2.2.1 Uji Validitas.

Kriteria pengambilan Keputusan

1. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka dinyatakan valid
2. Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka dinyatakan tidak valid

Jadi  $N = 30$  dengan  $r$  tabel adalah 0,361

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Validitas Kualitas Produk ( X1 )**

Item Pertanyaan	R-hitung	R-tabel	Sig	Kriteria
1	0,596	0,361	001	Valid
2	0,516	0,361	004	Valid
3	0,769	0,361	000	Valid
4	0,562	0,361	001	Valid
5	0,653	0,361	000	Valid
6	0,668	0,361	000	Valid
7	0,669	0,361	000	Valid
8	0,671	0,361	000	Valid
9	0,671	0,361	000	Valid
10	0,750	0,361	000	Valid

*Sumber : Data Primer Diolah Sendiri 2024*

Dari tabel di atas maka diambil kesimpulan bahwa X1 dinyatakan valid karena  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan sig  $<$  0,05.

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Validitas Harga ( X2 )**

<b>Item Pertanyaan</b>	<b>R-hitung</b>	<b>R-tabel</b>	<b>Sig</b>	<b>Kriteria</b>
1	0,633	0,361	000	Valid
2	0,719	0,361	000	Valid
3	0,746	0,361	000	Valid
4	0,804	0,361	000	Valid
5	0,731	0,361	000	Valid
6	0,798	0,361	000	Valid
7	0,805	0,361	000	Valid
8	0,725	0,361	000	Valid
9	0,684	0,361	000	Valid

*Sumber : Data Primer Diolah Sendiri 2024*

Dari tabel di atas maka di ambil kesimpulan bahwa X2 dinyatakan valid karna  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan ( Y )**

Item Pertanyaan	R-hitung	R-tabel	Sig	Kriteria
1	0,596	0,361	001	Valid
2	0,827	0,361	000	Valid
3	0,570	0,361	001	Valid
4	0,843	0,361	000	Valid
5	0,762	0,361	000	Valid
6	0,685	0,361	000	Valid
7	0,730	0,361	000	Valid
8	0,763	0,361	000	Valid
9	0,803	0,361	000	Valid
10	0,791	0,361	000	Valid

*Sumber : Data Primer Diolah Sendiri 2024*

Dari tabel di atas maka di ambil kesimpulan bahwa Y dinyatakan valid karna  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$  .

#### 4.2.2.2 Uji Reabilitas

Menurut Sugiyono (2017: 130) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama

Kriteria pengambilan Keputusan

1. Jika Corrected Item-Total Correlation lebih besar dari  $r$ - tabel maka di katakan realibel  $N = 30$  yang mana  $r$ -tabel = 0,3610

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Reabilitas**

No	Corrected Item-Total Correlation			r-hitung	Keterangan
	X1	X2	Y		
1	.501	.553	.490	0,361	Reliable
2	.406	.657	.766	0,361	Reliable
3	.687	.635	.472	0,361	Reliable
4	.439	.736	.797	0,361	Reliable
5	.543	.651	.706	0,361	Reliable
6	.577	.758	.603	0,361	Reliable
7	.558	.743	.653	0,361	Reliable
8	.572	.623	.705	0,361	Reliable
9	.572	.601	.744	0,361	Reliable
10	.670		.731	0,361	Reliable

*Sumber : Data Primer Diolah Sendiri 2024*

Jadi kesimpulan dari tabel di atas maka di dapatkan bahwa kualitas produk ( X1 ), Harga ( X2 ) dan Kepuasan Pelanggan ( Y ) di katakan Reliable

### 4.3 Tingkat Capaian Responden

TCR dimaksudkan untuk menggambarkan karakteristik masing-masing aspek penilaian proses pembelajaran dengan cara menyajikan data ke dalam tabel distribusi Frekuensi, menghitung nilai rata-rata, skor total, dan tingkat pencapaian responden (TCR) serta menginterpretasikannya.

#### 4.3.1 Kualitas Produk

**Tabel 4.7**  
**Jawaban Responden Terhadap Kualitas Produk ( X1 )**

no	stp	Tp		Kp		P		Sp		T	skor	Mean	tcr	Ket
		F	%	F	%	F	%	F	%					
1	0	0	0	21	12,9%	95	58,6%	46	28,3%	162	673	4,154	83,08	Sangat Puas
2	0	0	0	32	19,7%	101	62,3%	29	17,9%	162	645	3,981	79,62	Puas
3	0	1	0,6%	25	15,4%	92	56,7%	44	27,1%	162	665	4,104	82,09	Sangat Puas
4	0	1	0,6%	39	24%	72	44,4%	50	30,8%	162	657	4,055	81,11	Sangat Puas
5	0	1	0,6%	24	14,8%	97	59,8%	40	24,6%	162	662	4,086	81,72	Sangat Puas
6	0	0	0	40	24,6%	113	69,7%	9	3,5%	162	617	3,808	76,17	Puas
7	0	0	0	52	32%	76	46,9%	34	20,9%	162	630	3,888	77,77	Puas
8	0	0	0	39	24%	91	56,1%	32	19,7%	162	641	3,956	79,13	Puas
9	0	0	0	49	30,2%	98	60,4%	15	9,2%	162	614	3,790	75,80	Puas
10	0	1	0,6%	7	4,3%	138	85,1%	16	9,8%	162	655	4,043	80,86	Sangat Puas
rata rata											645,9	3,987	79,74	Puas

*Sumber : Data Primer Diolah Sendiri 2024*

Kualitas Produk hp android merek Oppo di Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat Pada Kampus Satu dengan TCR 79,74074 yang menunjukkan bahwa pelanggan puas, dan pernyataan yang mempunyai tcr tinggi pernyataan no 1 yaitu Bentuk hp android oppo praktis mudah di bawa kamana-mana dan pernyataan yang mempunyai tcr yang rendah pernyataan no 6 yaitu Suku cadang hp android oppo mudah di temukan jika ada kerusakan.

### 4.3.2 Harga

**Tabel 4.8**  
**Jawaban Responden Terhadap Harga ( X2 )**

no	Stp	Tp	Kp		P		hSp		total	skor	Mean	tcr	Ket
			F	%	F	%	F	%					
1	0	0	18	11,1%	106	0,65%	38	23,4%	162	668	4,12346	82,4691	Sangat Puas
2	0	0	21	12,3%	112	0,69%	29	17,9%	162	656	4,04938	80,9877	Sangat Puas
3	0	0	49	30,4%	77	0,47%	36	22,2%	162	635	3,91975	78,3951	Puas
4	0	0	44	27,1%	93	0,57%	25	15,4%	162	629	3,88272	77,6543	Puas
5	0	0	38	23,4%	80	0,49%	44	27,1%	162	654	4,03704	80,7407	Sangat Puas
6	0	0	41	25,3%	107	0,66%	14	8,6%	162	621	3,83333	76,6667	Puas
7	0	0	34	20,9%	120	0,74%	8	4,9%	162	622	3,83951	76,7901	Puas
8	0	0	41	25,3%	82	0,50%	39	24%	162	646	3,98765	79,7531	Puas
9	0	0	35	21,6%	114	0,70%	13	8%	162	626	3,8642	77,284	Puas
rata rata										639,67	3,94856	78,9712	Puas

*Sumber : Data Primer Diolah Sendiri 2024*

Harga hp android merek Oppo di Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat Pada Kampus Satu dengan TCR 78,97119 yang menunjukkan bahwa pelanggan puas, dan pernyataan yang mempunyai tcr tinggi pernyataan no 1 yaitu Saya merasa puas dengan harga yang di tawarkan hp android oppo dan pernyataan yang mempunyai tcr yang rendah pernyataan no 8 yaitu Saya merasa harga yang di tawarkan telah sesuai dengan manfaat yang di berikan

### 4.3.3 Kepuasan Pelanggan ( Y )

**Tabel 4.9**  
**Jawaban Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan ( Y )**

no	Stp	Tp		Kp		P		Sp		total	Skor	mean	Tcr	Ket
		F	%	F	%	F	%	F	%					
1	0	2	0,15 %	17	10%	87	53%	56	34,5 %	162	683	4,21	84,32	Sangat Puas
2	0	5	3,3 %	24	14%	73	45%	60	37%	162	674	4,16	83,20	Sangat Puas
3	0	2	0,15 %	15	9%	102	62%	43	26,5 %	162	672	4,14	82,96	Sangat Puas
4	0	5	0,3 %	27	16%	104	64%	26	16%	162	637	3,93	78,64	Puas
5	0	0	0	20	12%	102	62%	40	24,6 %	162	668	4,12	82,46	Sangat Puas
6	0	1	0,01 %	29	17%	102	62%	30	18,5 %	162	647	3,99	79,87	Puas
7	0	0	0	30	18%	90	55%	42	25,9 %	162	660	4,07	81,48	Sangat Puas
8	0	0	0	10	6%	116	71%	36	22,2 %	162	674	4,16	83,20	Sangat Puas
9	0	1	0,01 %	28	17%	98	60%	35	21,6 %	162	653	4,03	80,61	Sangat Puas
10	0	0	0	9	5%	85	52%	68	41,9 %	162	707	4,36	87,28	Sangat Puas
rata rata											667,5	4,12	81,86	

*Sumber : Data Primer Diolah Sendiri 2024*

Berdasarkan tabel di atas dapat kesimpulan bahwa pelanggan di Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat merasa sangat puas dengan TCR 81,8656 , dan pernyataan yang mempunyai tcr tinggi pernyataan no 10 yaitu Saya merasa puas dengan ketahanan hp android oppo dan pernyataan yang mempunyai tcr yang rendah pernyataan no 4 yaitu Saya merasa puas dengan desain hp android oppo



#### 4.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

**Tabel 4.10**  
**Hasil Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	55.503	3.840		14.452	.000
	X1	.426	.072	.037	4.522	.000
	X2	.452	.093	.042	3.562	.002

a. Dependent Variable: Y

*Sumber : Data Primer Diolah Sendiri 2024*

$$\begin{aligned} \text{Persamaan regresi berganda } \hat{Y} &= a + b_1X_1 + b_2x_2 \\ &= 55.503 + 0.426 X_1 + 0.452 X_2 \end{aligned}$$

Kesimpulannya :

1. Nilai konstanta adalah 55.503 satuan berarti kepuasan pelanggan sebesar 55.503 satuan , jika variabel tingkat kualitas produk ( X1) dan harga (X2) sama dengan 0
2. Nilai tingkat tingkat kualitas produk ( X1) = 0,426 satuan yang berarti apabila tingkat tingkat kualitas produk meningkat satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan bertambah sebesar 0,426 satuan dan sebaliknya

3. Nilai harga ( $X_2$ ) = 0,452 satuan yang berarti apabila tingkat kualitas produk meningkat satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan bertambah sebesar 0,452 satuan dan sebaliknya

#### 4.5 Uji Asumsi Klasik

##### 4.5.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak.

Pengambilan Keputusan Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05 maka dikatakan normal

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		162
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	444.510.322
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.056
	Negative	-.076
kTest Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.022 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

*Sumber : Data Primer Diolah Sendiri 2024*

Berdasarkan tabel di atas di dapatkan nilai asymp.sig (2-tailed) yaitu 0.22 > 0,05 maka dinyatakan menyebar secara normal

#### 4.5.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ditujukan untuk melihat hubungan/korelasi antara masing-masing variabel. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali Imam, 2005).

Pengambilan Keputusan

1. Tidak terjadi Multikolinieritas apa bila nilai tolerance > 0,10
2. Tidak terjadi Multikolinieritas apa bila nilai VIF < 10,00

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	55.503	3.840		14.452	.000		
	x1	.026	.072	.037	4.422	.000	.943	1.061
	x2	.052	.093	.042	5.562	.002	.943	1.061

a. Dependent Variable: y

**Sumber : Data Primer Diolah Sendiri 2024**

Nilai tolerance > 0,100 yaitu 0,943 dan 0,943 > 0,100

dan VIF < 10,00 yaitu 1.061 < 10,00 di simpulkan tidak terjadi gejala multikolinieritas

### 4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2018:120).

Pengambilan Keputusan Nilai sig > 0,05

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.487.786	7.821.417		.829	.408
	x1	.076	146.617	.006	.068	.946
	x2	.048	130.069	.071	.040	.385

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual

*Sumber : Data Primer Diolah Sendiri 2024*

Dari tabel di atas di dapatkan kesimpulan Nilai sig > 0,05 yang artinya tidak terjadi Heteroskedastisitas

#### 4.5.4 Uji Auto Korelasi

Pengambilan keputusan

$$= DU < DW < 4DU$$

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Auto Korelasi**

Model Summary <sup>b</sup>						
	Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
	1	.429 <sup>a</sup>	.184	.174	4.452	2.219
a. Predictors: (Constant), X2, X1						
b. Dependent Variable: Unstandardized Residual						

$$N = 162$$

$$K = 3$$

$$\text{Nilai DL} = 1,7055$$

$$\text{Nilai DU} = 1,7809$$

$$4\text{-DU} = 2,319$$

$$\text{Durbin-watson} = 2,219$$

Syarat tidak terjadi gejala autokorelasi

$$= DU < DW < 4DU$$

$$1,780 < 2,219 < 2,319$$

Kesimpulanya tidak terjadi autokorelasi

#### 4.6 Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mendukung hipotesis mengenai pengaruh parsial dan total variabel dimensi kualitas produk dan harga . Untuk menghitung statistik dalam analisis regresi linier berganda menggunakan program SPSS *for Windows*.

#### 4.7 Pengujian Hipotesis

##### 4.7.1 Uji t

Uji simultan F (Uji Simultan) digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Dasar pengambilan keputusan uji T

1. Jika nilai t-hitung  $>$  t-tabel, maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y
2. Jika nilai t-hitung  $<$  t-tabel, maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel

**Tabel 4.15**  
**Hasil Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	55.503	3.840		14.452	.000
	X1	.426	.072	.037	4.522	.000
	X2	.452	.093	.042	3.562	.002

a. Dependent Variable: Y

*Sumber : Data Primer Diolah Sendiri 2024*

$N = 162$

$K = 3$

$A = 0,05$

Rumus t tabel = (a : (df = n-k)

= (0,05 : 159 )

= Jadi t tabel pada n 160 dan sig 0,05 adalah 1,654

Kesimpulan :

1. t- hitung lebih besar dari t tabel  $4.522 > 1,654$  maka dapat di simpulkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan demikian hipotesis pertama (H1) di terima. Nilai  $t$  positif artinya variabel tingkat kualitas produk mempunyai hubungan yang searah dengan kepuasan pelanggan

2. t- hitung lebih besar dari t tabel  $3.562 > 1,654$  maka dapat di simpulkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap harga dengan demikian hipotesis kedua (H2) di terima. Nilai  $t$  positif artinya variabel tingkat harga mempunyai hubungan yang searah dengan kepuasan pelanggan

#### **4.7.2 Uji F**

Uji F yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Pengambilan keputusan F-hitung  $>$  F-tabel maka terdapat pengaruh secara bersama sama

**Tabel 4.16**  
**Hasil Regresi Linear Berganda**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	710.533	2	355.267	17.925	.000 <sup>b</sup>
	Residual	3.151.349	159	19.820		
	Total	3.861.883	161			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

*Sumber : Data Primer Diolah Sendiri 2024*

$$df (n1) = k - 1 ( 3-1) = 2$$

$$df (n2 ) = n - k - 1 = 162 - 3 -1 = 158$$

$$f\text{-tabel } 158 = 3,05$$

Kesimpulan f- hitung > f -tabel yaitu  $17.925 > 3,05$  hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara bersama sama variabel independen variabel dependen .

#### 4.7.3 Koefisien Determinasi

Menurut Widarjono, Uji Koefisien Determinasi (R-Squared) adalah uji untuk menjelaskan besaran proporsi variasi dari variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen.



**Tabel 4.17**  
**Hasil Regresi Linear Berganda**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.429 <sup>a</sup>	.184	.174	4.452
a. Predictors: (Constant), X2, X1				

Kesimpulan nilai R square sebesar 0,184 yang artinya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 18,4% sedangkan sisanya sebesar 81,6% di pengaruhi variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian jadi variabel independen tidak memberikan kontribusi besar terhadap variabel dependen di sarankan agar fokus ke variabel lain jika ingin melakukan penelitian selanjutnya .

### **Pembahasan :**

Persamaan regresi berganda  $\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2$

$$= 55.503 + 0.426 X_1 + 0,452 X_2$$

#### **1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan pelanggan**

Berdasarkan hasil penelitian di peroleh hasil variabel kualitas produk dengan nilai t-hitung 4,522 > 1,654 atau t-hitung > t-tabel dapat di simpulkan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 4,522. Hal tersebut sesuai dengan teori menurut Kotler & Keller (2013:157) bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan

di dukung oleh penelitian yang di lakukan Andriani lubis (2023) Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk smartphone oppo di batam.

## **2. Pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan**

Berdasarkan hasil penelitian di peroleh hasil variabel Harga dengan nilai t-hitung  $3,562 > 1,654$  atau  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  dapat di simpulkan Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 3,562. Hal tersebut sesuai dengan teori menurut Kotler & Keller (2013:157) bahwa Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan di dukung oleh penelitian yang di lakukan N. L. P. Dea alvionita sari1 , n. M. Dwi ariani mayasari2, Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

## **3. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap kepuasan pelanggan**

Berdasarkan hasil penelitian di peroleh hasil nilai F-hitung  $> F\text{-tabel}$  dengan nilai F-hitung  $17,925 > 3,05$  dapat di simpulkan Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara bersama sama terhadap kepuasan pelanggan sebesar 17,925 . Hal tersebut di dukung oleh penelitian yang di lakukan oleh Rina Sukmawati kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

1. Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan HP Android merek Oppo Pada Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat di Kampus Satu di buktikan dengan nilai t-hitung sebesar 4,522 dan nilai t-tabel 1,654 yang berarti H1 di terima
2. Harga produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan HP Android merek Oppo Pada Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat di Kampus Satu di buktikan dengan nilai t-hitung sebesar 3,562 dan nilai t-tabel 1,654 yang berarti H2 di terima
3. Kualitas produk dan Harga produk berpengaruh secara bersama sama terhadap kepuasan pelanggan HP Android merek Oppo Pada Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat di Kampus Satu di buktikan dengan nilai F-hitung sebesar 17,925 dan nilai F-tabel 3,05 yang berarti H3 di terima

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka peneliti memberikan saran terkait atas hasil penelitian

1. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang diberikan perusahaan sudah cukup baik dalam memenuhi keinginan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan diharapkan mampu mempertahankan hal tersebut dan bahkan terus meningkatkan kualitas produk yang ada supaya konsumen terus merasa puas dan berdampak pada pembelian ulang
2. Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, Sehingga disarankan kepada pemilik perusahaan untuk mempertahankan dan lebih memperhatikan harga lagi, dan mencari strategi baru untuk menjaga daya saing harga yang dimiliki saat ini , misalnya dengan memberikan potongan atau promo harga sehingga harga dapat bersaing dengan produk atau jasa yang lai

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhari, Lendy Zelviean. 2019. **Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust.**
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS25 (9<sup>th</sup> ed.)*
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran* . Edisi 12 Jilid 1
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran* . Edisi 12 Jilid 2
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2
- Mayasari, Nanny dkk. 2023. *Manajemen Pelayanan Publik*.
- Sugiyono. 2017 . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*
- <https://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/download/170/196/>
- <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/ekonomi/article/viewFile/10508/10202>
- <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/Prospek/article/view/33842/21852>
- <https://ejournal.stei.ac.id/index.php/JAM/article/view/271>
- <https://ejournal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA/article/download/4408/462>
- <https://inobis.org/ojs/index.php/jurnal-inobis/article/download/103/82>
- <https://repository.ar-raniry.ac.id/17392/1/Nelli%20Rizayanti%2020150604008%2020FEBI%20%20IE%20%20082283250970.pdf>

## Lampiran

### Dokumentasi

Penyebaran kuesioner kepada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat









