PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEUASAN KONSUMEN TEH GUNUNG DEMPO DI KELURAHAN BANGUNREJO KOTA PAGARALM

SKRIPSI

NAMA : REZKI RAMADHENI
NIM : 21 2011 087

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2015

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TEH GUNUNG DEMPO DI KELURAHAN BANGUNREJO KOTA PAGARALAM

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

NAMA : REZKI RAMADHENI
NIM : 21 2011 087

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2015

Halaman Pernyataan Bebas Plagiat

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rezki Ramadheni

NIM : 21 2011 087

Menyatakan bahwa skipsi ini telah ditulis sendiri dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiblakan dari orang lain. Apabila di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan segala konsenkuensinya.

Palembang, 2015

Penulis,

METERAI TEMPEL

EF5F8ADF276354520

6000

ENAM RIBU RUPIAH

Rezki Ramadheni

Nim : 21 2011 087

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah

Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul	: Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Teh Gunung Dempo Di Kelurahan Bangun Rejo Pagaralam
Nama	: Rezki Ramadheni
NIM	: 21 2011 087
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	: Manajemen
Konsentrasi	: Pemasaran

Diterima dan Disahkan

Pada Tanggal 19-8-2015

Pembimbing,

Hj. Fitantina S.E.,M.Si

NIDN: 0028026301

Mengetahui,

Dekan

u.b. Ketua Program Studi Manajemen

Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E.,M.Si

NIDN: 0216057001

Motto dan Persembahan :

- *"Seorang ibu tidak pernah memintamu untuk meletakkan dunia di tangannya, namun tutur kata yang halus, perangai yang santun, prilaku yang bertanggung jawab dari seorang anak yaitu kebahagiaan bagi seorang Ibu".*

- *"Hidup dalah Perjuangan yang harus dimenangkan, rintangan yang harus dihadapi, dan anugrah yang harus disyukuri".*

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

- *Allah SWT*
- *Bapak dan Ibu ku yang Tercinta*
- *Saudara dan saudari ku yang Tersayang*
- *Seseorang yang kusayangi*
- *Sahabat-sahabat ku*
- *Almamaterku*

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

Assalammu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillahi Rabbil'alamin puji dan syukur mari kita panjatkan atas berkah dan rahmat Allah yang Maha Kuasa penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Teh Gunung Dempo Di Kelurajan Bangunrejo Kota Pagaralam, guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi di Universitas Muhammadiyah Palembang. dan tidak lupa juga kita haturkan shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan pengikut beliau hingga akhir zaman. Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi. Ucapan terima kasih yang sebanyak-banyak nya penulis sampaikan kepada kedua orang tua ku, Bapak M. Satta dan Ibu Sisti Gustini, S. E karena berkat do'a, kasih sayang, perhatian, semangat, dorongan dan materi yang telah diberikan kepada penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi dan kuliah di perguruan tinggi.

Didalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan, hal ini mengingat karena keterbatasan yang penulis miliki baik itu dari segi ilmu pengetahuan dan pengalaman. Keberhasilan yang didapat penulis dalam menjalankan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang dan dalam penulisan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan semua pihak oleh karena itu penulis juga mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. H. M. Idris, S.E.,M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Abid Djazuli, S.E.,M.M selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E.,M.Si selaku ketua jurusan program studi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Hj. Fitantina, S.E.,M.Si selaku pembimbing skripsi ku dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan, dorongan, bantuan dan pengarahan dalam penyusunan skrispi.
5. Ibu DR. Trisniarty AM, S.E.MM selaku Pembimbing Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
6. Para Dosen Pengajar dan Staf karyawan Universitas Muhammadiyah Palembang.
7. Bapak M. Satta dan Ibu Sisti Gustini, S.E, kedua orangtuaku yang sangat aku sayangi dan cintai karena telah mendo'akan, menyayangi, memberi motivasi, semangat, materi kepada ku hingga sekarang.
8. Ayukku Rezka Delfia & Suami dan adikku Aditya Triananda yang telah mendo'akan, memberi semangat, dorongan dan bantuan kepada ku dalam penyelesaian skripsi.
9. Keponakanku Inara Aisyahrana.
10. Kakek H. Abd. Aziz & Nenek Hj. Nur Hayati yang aku sayangi
11. Seluruh keluarga besarku yang telah memberikan do'anya.
12. Sahabat yang sudah menjadi keluargaku Abang Ato S.T, Abang Ami dan Abang Ferdinan S,Pd.
13. Seseorang yang kusayangi yang telah mendo'akan, menemaniku, memberi semangat, dorongan dan motivasi kepada ku.
14. Sahabat-sahabat ku POPAYE Evulution (Faisal Perdana, M. Efran dan Putra Arga Wijaya), Sahabatku Merry Puspita Sari, M.Salman Alfarizi, Putra Algha Rizky Dan Pasukan be8 bae , . Yang selalu membantuku,

memberi semangat, memberi motivasi, selalu ada untukku, dan semoga persahabatan kita kekal untuk selamanya.

15. Teman-teman seperjuangan angkatan 2011 terutama Fakultas Ekonomi Manajemen yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.
16. Teman-teman Posdaya 149 di desa Tanjung Lubuk Kec. Kayuagung Kab.OKI.

Demikianlah, apabila ada kesalahan baik disengaja maupun tidak disengaja penulis mohon maaf dan kepada Allah penulis mohon ampun. Penulis hanya bisa berdo'a dan memohon kepada Allah SWT agar dapat membalas semua amal bapak/ibu dan semua pihak yang telah banyak membantu penulis. Dan berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi kita semua. Amin Ya Rabbal Alamin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Palembang, 2015

Penulis,

Rezki Ramadheni

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN DEPAN/ COVER..... i

HALAMAN JUDUL..... ii

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT iii

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI iv

HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN v

HALAMAN PRAKATA vi

HALAMAN DAFTAR ISI..... ix

HALAMAN DAFTAR TABEL xi

HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN xii

ABSTRAK xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Rumusan Masalah 6

C. Tujuan Penelitian 6

D. Manfaat Penelitian 7

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Sebelumnya 8

B. Landasan Teori 10

1. Pengambilan Kepuasan Konsumen 10

2. Kualita Produk.....14

C. Hipotesis 17

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 18

B. Lokasi Penelitian 19

C. Operasionalisasi Variabel 19

D. Populasi dan Sampel.....21

E. Data yang diperlukan 22

F. Metode Pengumpulan Data 22

G. Analisis Data dan Teknik Analisis 24

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian 31

1. Gambaran Umum Objek Penelitian PTPN 7 Perkebunan Teh Gunung Dempo Kota Pagaralam.....31

2. Tentang Teh Gunung Dempo 37

3. Deskriptif Karakteristik Responden Penelitian 41

4. Analisis Deskriptif Statistik Variabel Penelitian.....44

5. Analisis Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian...50

B. Pembahasan Hasil Penelitian 54

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan 63

B. Saran- saran 63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel I.1 Pendapat konsumen terhadap Teh Gunung Dempo.....5

Tabel III.1 Variabel, Definisi Variabel, Indikator…….…….. 20

Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin……... 41

Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia…….……42

Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pemakaian Produk ……..43

Tabel IV.4 Distiribusi Jawaban Responden Untuk Pilihan Produk……44

Tabel IV.5 Distiribusi Jawaban Responden Untuk kualitas Produk……. 45

Tabel IV.6 Distiribusi Jawaban Responden Untuk Kepuasan Konsumen…..46

Tabel IV.7 Rangkuman Hasil Uji Validitas Instrumen Kuisioner Penelitian Kualitas Produk……51

Tabel IV.8 Rangkuman Hasil Uji Validitas Instrumen Kuisioner Penelitian Kepuasan Konsumen……52

Tabel IV.9 Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Kualitas Produk……...53

Tabel IV.10 Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Kepuasan Konsumen……...53

Tabel IV.11 Analisis Regresi Linier Berganda……..……54

Tabel IV.12 Uji Statistik F (Uji Simultan)…...……57

Tabel IV.13 Uji Statistik t (Uji Parsial)……58

Tabel IV.14 Uji Koefisien Determinasi……60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Penulis

Lampiran 2 Kuesioner

Lampiran 3 Survey

Lampiran 4 Jawaban Responden Terhadap Kuesioner Yang telah dikuantitatifkan

Lampiran 5 Surat Keterangan Selesai Riset dari Tempat Penelitian

Lampiran 6 Foto Copy Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi

Lampiran 7 Foto Copy Sertifikat Hapalan Memmbaca Surat-surat Pendek Alquran

Lampiran 8 Foto Copy Sertifikat Toefl

Lampiran 9 Hasil Data SPSS

ABSTRACT

Rezki Ramadheni / 21 2011 087 / Effect of Product Quality Customer Satisfaction Tea Mount Dempo At Village Bangunrejo Pagaralam City.

Problem formulation is there any significant influence between product quality simultaneously and partially on Consumer Satisfaction Tea Mount Dempo dikelurahan Bangunrejo Pagaralam City.

This type of research is a kind of associative research. The data used in this research is data Primer. The population in this study is the Consumer Teh Mount Dempo dikelurahan Bangunrejo Pagaralam City. While the sample includes 100 respondents Consumers Tea Mount Dempo dikelurahan Bangunrejo Pagaralam City. Data were collected from responses to questionnaires to study variables according to the weight of the Likert scale 1-5. Furthermore, these data are used to process multiple linear analysis on a significant degree of 5% by using SPSS. Based on the results of research Effect of Product Quality Customer Satisfaction generating function regression equation Y = 1.660 + 0,119X1 + 0,182X2 + 0,115X3 + 0,143X4. It means that the Performance Products (X1), Endurance (X2), Aesthetics (X3), and the perceived quality (X4) effect on customer satisfaction (Y).

= 0.05, meaning that H0 is rejected, Ha accepted. It can be concluded that the Product Quality jointly positive and significant impact on consumer satisfaction. T test results showed that the variable product durability over domoninan partial effect on customer satisfaction.αTest results F (simultaneously) is Fhitung obtained at 7.905 greater than F table (2.467), it is also reinforced by the value of the significance level of 0.000 or acquired smaller significance than

Keywords: Product Quality and Customer Satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada hakekatnya setiap perusahaan di dalam menjalankan usahanya bertujuan untuk mendapatkan laba sesuai dengan tujuan pokok yang diharapkan. Diantaranya yaitu agar perusahaan dapat menjaga kelangsungan hidup serta kelancaran operasinya. Hal ini tentunya bisa tercapai dengan mengaktifkan dan mengefisienkan kerja perusahaan. Persaingan antar perusahaan sejenis baik yang bersifat positif maupun bersifat negatif. Oleh karena itu perusahaan yang ingin hidup dan berkembang harus memperhatikan kemampuan perusahaan dalam memenuhi serta memuaskan kebutuhan konsumen, khususnya disini pelayanan. Dengan semakin ketatnya persaingan dan semakin selektifnya konsumen dalam memilih produk yang tersedia di pasar, perusahaan harus semakin bekerja keras untuk dapat meraih targetnya.

Peranan pemasaran sangat penting bagi pertumbuhan dan perkembangan perekonomian pada saat ini. Sejalan dengan perekonomian di negara Indonesia ini menyebabkan munculnya beraneka ragam bidang usaha yang menawarkan produk guna memenuhi kebutuhan konsumen, dan harga guna menunjang kualitas produk.

Perusahan akan memperoleh konsumen yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi para konsumen. Terciptannya kepuasan konsumen

dapat memberikan beberpa manfaat diantaranya dapat memberikan dasar yang baik bagi pembeli ulang. membentuk rekomendasi dari mulut kemulut yang menguntungkan bagi perusahaan dan terciptannya kesetiaan konsumen terhadap produk tersebut.

Manusia sebagai konsumen membeli barang dan jasa adalah untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan hidup. Hal ini berarti konsumen tidak hanya membeli produk atau barangnya saja, akan tetapi yang dibeli adalah manfaat atau kegunaan dari produk tersebut. Keinginan dan kebutuhan manusia itu sifatnya tidak terbatas, tetapi sumber daya yang dimilki terbatas. Oleh karena itu demi mendapatkan suatu barang untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan tersebut maka seseorang akan rela menukarkan atau mengorbankan benda atau barang yang dimiliki, seperti uang atau benda-benda lainnya. Di dalam mendapatkan suatu barang tersebut pun di dalam pemasaran harus memiliki sebuah kriteria untuk menunjang suatu promosi dari kualitas produk yang baik atau harga yang murah.

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan(*perceived*) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan (Amir, 2005:41). Kotler (2008:93) mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan denganharapannya. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian (Tse danWilson dalam Nasution, 2004 : 54).

Menurut Kotler and Armstrong (2012:283) arti dari kualitas produk adalah yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Menurut Kotler (2006:192), kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk yang diterima dan yang diharapkan. Berry (2007:1) menyebutkan sepuluh faktor penentu kepuasan *(ten domains of satisfaction)* yang mempengaruhi perilaku kepuasan konsumen, salah satunya adalah kualitas produk. Santoso (2009:145) mengatakan bahwa konsumen yang terpuaskan akan dengan senang hati menyampaikan kabar positif tentang perusahaan tanpa diminta, namun konsumen yang kecewa akan menjadi pembawa kabar negatif. Kualitas produk yang baik akan menimbulkan keinginan konsumen atau pelanggan untuk melakukan pembelian ulang.

Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak budaya serta tradisi. Meskipun Indonesia terdiri dari berbagai suku bangsa, ada sebuah kebiasaan yang tak bisa dibuang dari masyarakat Indonesia yaitu kebiasaan minum teh. Teh sangat digemari oleh semua lapisan masyarakat. baik orang tua maupun muda selalu mengkonsumsi teh. Teh memilki banyak manfaat bila dikomsumsi secara teratur beberapa diantarnya adalah menurunkan risiko penyakit kanker, menurunkan berat badan, mencegah osteoporosis, sumber mineral (Magnesium, Kalium, Fluor, Natrium, Kalsium, Seng, Mangan, Cu,selenium).

Selain itu, selenium juga sangat erat hubungannya dengan metabolisme yodium.

Berbagai merek produk teh yang di tawarkan di pasaran diantaranya adalah Teh celup sariwangi, Teh bendera, Teh melati, Teh Gunung Dempo dan banyak produk-produk teh lainnya. Produk teh ini memiliki keunggulannya masing- masing untuk menarik minat konsumen.

Teh Gunung Dempo adalah produk teh lokal dari kota pagar alam dari hasil produksi PT.PN7 Pagaralam. Warna coklat mengilat, aroma teh yang tajam, dan rasa yang lebih sepat adalah ciri teh asal Gunung Dempo, Kota Pagar Alam, Sumatera Selatan, dibandingkan dengan teh-teh pabrikan yang beredar luas di pasaran Indonesia. Posisi tanaman teh yang berada di lereng timur gunung, sehingga mendapat sinar matahari pagi langsung, membuat cita rasa Teh Gunung Dempo sangat khas. Dengan luas perkebunan teh 1.478 hektar, PTPN VII rata-rata menghasilkan 40 ton teh pucuk basah setiap hari dan cenderung terus meningkat. Dalam setahun, produk Teh Gunung Dempo rata-rata mencapai 14.000- 17.000 ton teh pucuk basah atau setara 3.600-4.250 ton teh kering.

Daun Teh Hitam Gunung Dempo ditanam di sekitar hutan primer, jauh dari pencemaran, dan diproduksi dari daun teh berkualitas dan bermutu tinggi, diproduksi oleh PTPN terbuat dari 100% bahan alami tanpa bahan pengawet, daun teh asli berasal dari kebun teh di kaki Gunung Dempo, Pagaralam, Sumatera Selatan. Daun teh hitam (black tea) yang dihasilkan perkebunan ini

memang terkenal unggul kualitasnya. Hal ini disebabkan oleh Letak geografis Perkebunan ini terletak pada ketinggian 1000 - 1.900 meter diatas permukaan laut, dengan curah hujan rata2 antara 2.500 - 3.000 mm. Suhu berkisar 15 - 26 derajat celcius dan kelembaban udara antara 60 - 80 %.

Acep Sudiar, Sinder Teknik/ Pengolahan Pabrik Teh PTPN VII Pagar Alam, mengatakan, Teh Gunung Dempo berkualitas baik karena menghadap sinar matahari pagi langsung. Sinar matahari selama pukul 07.00- 10.00 membuat proses fotosintesis atau pembakaran zat hijau daun daun teh berlangsung sempurna. Posisi ketinggian Teh Gunung Dempo juga paling sesuai, yaitu berkisar 1.000- 1.200 meter di atas permukaan laut. Jika terlalu tinggi, warna teh akan lebih pekat. Jika terlalu rendah, rasa dan aromanya berkurang.(Kompas. Diakses tanggal 03 Mei 2014). Berikut pendapat konsumen yang di dapat melalui wawancara langsung kepada konsumen Teh Gunung Dempo di kelurahan Bangun Rejo Pagaralam.

TABEL 1.

Pendapat Responden Terhadap Teh Gunung Dempo

No	Permasalahan	Setuju	Tidak Setuju	Jumlah
1	Citarasa Teh Gunung Dempo	7 orang	3 orang	10
2	Aroma Teh Gunung Dempo	9 orang	1 orang	10
3	Warna Teh Gunung Dempo	8 orang	2 orang	10
4	Merek Teh Gunung Dempo	6 orang	4 orang	10
5	Kemasan Teh Gunung Dempo	4 orang	6 orang	10
6	Daya Tahan Teh Gunung Dempo	8 orang	2 orang	10

Sumber : Riset Pendahuluan 2014

Berdasarkan Tabel 1 diatas menunjukan bahwa responden menyatakan Citarasa, Aroma, Warna, Merek,dan Daya tahan dari Teh Gunung Dempo masih banyak di sukai oleh konsumen dan sedangkan di poin kemasan konsumen memilih tidak setuju karena kemasan dari teh gunung dempo kurang kreatif dan inopatif

Oleh karena itu. Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan pengkajian dengan judul **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Teh Gunung Dempo di Kelurahan Bangun Rejo Pagaralam.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimanakah Pengaruh Kualitas Produk (Kinerja Produk, Estetika, Daya Tahan Produk dan Kualitas yang Dipersepsikan) Terhadap Kepuasan Konsumen Teh Gunung Dempo di Kelurahan Bangun Rejo Pagarlam?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang di terangkan di atas maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk(Kinerja Produk, Estetika, Daya Tahan Produk dan Kualitas yang Dipersepsikan) Terhadap Kepuasan Konsumen Teh Gunung Dempo di Kelurahan Bangun Rejo Pagaralam.

D. Maanfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk menambah Wawasan dan Ilmu Pengetahuan, serta menerapkan sebagian ilmu dan teori-teori yang di peroleeh selama di bangku kulia. Penulis berharap agar hasil penelitian ini bermanfaat bagi pihak lain yang ingin mengadakan penelitian lebih lanjut untuk hasil yang lebih sempurna.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu masukan terhadap Perusahan khususnya tentang Strategi meningkatkan kualitas produk Teh Gunung Dempo.

3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadikan referensi bagi mahasiswa & dosen sebagai pembantu dalam penyediaan informasi untuk melakukan riset selanjutnya.

BAB II

KAJIIAN PUSTAKA

A. Penelitian sebelumnya

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Dewi Nurun (2008) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Teh Celup Sari Wangi (studi kasus pada konsumen Teh Celup Sari Wangi). Permasalahan dari penelitian ini adalah adakah Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Teh Celup Sari Wangi (studi kasus pada konsumen Teh Celup Sari Wangi, Mojokerto). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Teh Celup Sari Wangi (studi kasus pada konsumen Teh Celup Sari Wangi, Mojokerto).

Penelitian ini bersifat deskriptif dan kuantitatif, yang terdiri dari dua variabel yaitu kualitas produk sebagai variabel independen serta kepuasan konsumen sebagai variabel dependen. Populasi dalam penelitian ini tergolong infinite population (tidak terhingga jumlahnya). Populasi penelitian ini adalah konsumen Teh Celup Sari Wangi , Mojokerto. Dari populasi tersebut diperoleh sampel sejumlah 73 responden. Penentuan sampel menggunakan rumus infinite population dengan tingkat kesalahan 5%. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Accidental Sampling.

Hasil dari penelitian ini adalah : (1) Terdapat Pengaruh kinerja produk (X1), keistimewaan produk (X2), dan kemampulayanan produk (X4) secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan nilai B1 = 0,279 dan nilai sig = 0,010; B 2 = 0,184 dan nilai sig = 0,007; B 4 = 0,822 dan nilai sig = 0,000. Sedangkan sub variabel keandalan produk (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

konsumen. Dengan nilai B 3 = 0,157 dan nilai sig = 0,085. Berdasarkan nilai F hitung sebesar 124,886 dan tingkat signifikansi 0,000 dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kinerja produk (X1), keistimewaan produk (X2), keandalan produk(X3), dan kemampulayanan produk (X4) secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y). Dimensi kualitas produk yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah kemampulayanan produk (X4) dengan nilai Beta (β) = 0,513.

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Fitri Amelia (2009) dengan judul Pengaruh Atribut Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Teh Celup Sosro dan 2 Tang (Survei Pada Pelanggan Teh Celup di Griya Pahlawan dan Giant Pasteur Bandung). Permasalahan dari penelitian ini adalah adakah Pengaruh Atribut Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Teh Celup Sosro dan 2 Tang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya Atribut Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Teh Celup Sosro dan 2 Tang.

Penelitian ini bersifat deskriptif-verivikatif dan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah explanatory survei dan deskriptif survei. Objek

yang diteliti adalah pelanggan Teh Celup Sosro dan 2 Tang di Griya Pahlawan dan Giant Pasteur Bandung, dengan jumlah sampel sebanyak 90 orang (57 orang pelanggan Teh Celup Sosro dan 33 pelanggan 2 Tang) yang diambil dengan metode sistematik random sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana. Adapun hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang positif antara atribut produk terhadap kepuasan pelanggan

B. Landasan Teori

1) Kepuasan Konsumen.

a).Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan menurut Kotler (2004:42) " merupakan tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi / kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya". Kepuasan Pelanggan menurut Kotler dalam Tjiptono (2008:93) adalah "tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya".

"Kotler (2006) states that customer satisfaction is the level of perception that is obtained after he compares the performance he has received with his expectation". If a consumer perceives that he receives high service quality, the decision to behave of the consumer is favorable such as having more preference to the respective company rather than the other ones and he will spend more as the result. Futher implication from

this behavior is strengthening the relationship or connection between customers and company. On the contrary, if the service delivered is perceived less satisfying or low satisfactory, then the consumer decision will become unfavorable sunc as complaining, switching to other company, spending less and eventually weakening the relationship between customers and company (Zeithaml, et. al, 2001).

Dari berbagai pendapat yang dipaparkan oleh para ahli dapat ditarik benang merah dari definisi kepuasan pelanggan adalah sikap senang atau bahagia pelanggan yang ditunjukkan setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan atau diterima dengan harapan. Jika kinerja yang dirasakan atau diterima lebih kecil dari harapannya maka pelanggan tersebut tidak merasakan puas dan sebaliknya jika kinerja yang dirasakan atau diterima melebihi dari harapannya maka pelanggan terpuaskan.

b). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Pelayanan yang baik menurut Sugiarto dalam Lupiyoadi (2006: 42) "dapat menciptakan loyalitas pelanggan yang semakin melekat erat dan pelanggan tidak berpaling pada perusahaan lain". Ikatan emosional tersebut merupakan wujud dari loyalitas yang ditunjukan konsumen kepada perusahaan sebagai bukti atas kepuasan atas kinerja produk yang diterimanya. Penjual atau produsen jasa perlu menguasai unsur-unsur :

(1) Kecepatan

Kecepatan adalah waktu yang digunakan dalam melayani konsumen atau pelanggan minimal sama dengan batas waktu standar pelayanan yang ditentukan oleh perusahaan.

(2) Ketepatan

Kecepatan tanpa ketepatan dalam bekerja tidak menjamin kepuasan para pelanggan. Oleh karena itu, ketepatan sangatlah penting dalam pelayanan.

(3) Keamanan

Dalam melayani para konsumen diharapkan perusahaan dapat memberikan perasaan aman untuk menggunakan produk atau jasa.

(4) Keramah tamahan

Dalam melayani pelanggan, karyawan perusahaan dituntut untuk mempunyai sikap sopan dan ramah. Oleh karena itu, keramah tamahan sangat penting apalagi pada perusahaan yang bergerak pada nidang jasa.

(5) Kenyamanan

Rasa nyaman timbul jika seseorang merasa diterima apa adanya. Dengan demikian perusahaan harus dapat memberikan rasa nyaman pada konsumen. Hal ini berbeda dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang disampaikan oleh Kuswandi (2004:17) yang terdiri dari

(1) Mutu produk atau jasa

Yaitu mengenai mutu produk atau jasa yang lebih bermutu dilihat dari fisiknya.

(2) Mutu pelayanan

Berbagai jenis pelayanan akan selalu dikritik oleh pelanggan, tetapi bila pelayanan memenuhi harapan pelanggan maka secara tidak langsung pelayanan dikatakan tidak bermutu. Contohnya pelayanan pengaduan pelanggan yang segera diatasi atau diperbaiki bila ada yang rusak.

(3) Harga

Harga adalah hal yang paling sensitive untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelanggan akan cenderung memilih produk atau jasa yang memberikan penawaran harga lebih rendah dari yang lain.

(4) Waktu Penyerahan

Maksudnya bahwa baik pendistribusian maupun penyerahan produk atau jasa dari perusahaan bisa tepat waktu dan seseuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

(5) Keamanan

Pelanggan akan merasa puas bila produk atau jasa yang digunakan ada jaminan keamanannya yang tidak membahayakan pelanggan tersebut. Di dalam buku Kotler (2012:150) di katakan bahwa dalam

mengukur kepuasan pelanggan atau bisa juga disebut dimensi adalah sebagai berikut:

1. Tetap Loyal.
2. Membeli produk baru yang ditawarkan.
3. Merekomendasikan produk.
4. Bersedia membayar lebih.
5. Memberi masukan.

2. Kualitas Produk

a). Pengertian Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:272), kualitas produk adalah salah satu sarana positioning utama pemasar. Kualitas memiliki dampak langsung pada kinerja produk atau jasa. Oleh karena itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Dalam arti yang lebih sempit, kualitas dapat di definisikan sebagai "bebas dari kerusakan". Akan tetapi, sebagian besar perusahaan yang berpusat pada pelanggan, melangkah jauh melampaui definisi sempit ini.

Pernyataan tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas suatu produk erat dengan baik buruknya suatu produk. Kualitas suatu produk , mejadi salah satu pertimbangan konsumen dalam memilih produk yang akan dibeli. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk bisa memproduksi barang atau jasa yang berkualitas, sehingga dapat

bersaing dengan kompetitor. Jika kualitas produk sesuai harapan, maka konsumen akan membeli produk tersebut.

Menurut Orville, Larreche, dan Boyd (2005: 422) apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing. Dimensi kualitas produk yaitu:

1. *Performance (kinerja)*, berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
2. *Durability (daya tahan)*, yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk.
3. *Conformance to Specifications (kesesuaian dengan spesifikasi)*, yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
4. *Features (fitur)*, adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.

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

6. *Aesthetics (estetika),* berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk.

7. *Perceived Quality (kesan kualitas),* sering dibilang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan. Jadi, persepsi konsumen terhadap produk didapat dari harga, merek, periklanan, reputasi, dan Negara asal.

Tjiptono dan Chandra (2007: 130-131), dikemukakan delapan dimensi kualitas produk, yakni :

1. *Kinerja (peformance),* yaitu karakteristik operasi pokok dari produk inti (core product) yang dibeli, misalnya manfaat yang dapat diberikan.

2. *Fitur atau ciri – ciri tambahan (features)*, yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.

3. *Reliabilitas (reliability),* yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.

4. *Kesesuaian dengan spesifikasi (conformance to spesification)*, yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar – standar yang telah ditetapkan sebelumnya.

5. *Daya Tahan (durability)*, berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.

6. *Serviceability*, meliputi penanganan keluhan secara memuaskan. Layanan yang diberikan tidak hanya sebatas sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan dan purna jual.

7. *Estetika*, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera, misalnya : bentuk fisik, model, desain yang artistik, dan sebagainya.

8. Kualitas yang di persepsikan (*percieved quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

C. Hipotesis

Adanya Pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk (Kinerja Produk, Estetika, Daya Tahan Produk dan Kualitas yang Dipersepsikan) terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Teh Gunung Dempo di Kelurahan Bangun Rejo Pagaralam.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penilitian

Menurut Sugiyono (2010 : 06) penelitian berdasarkan tingkat eksplanasinya (tingkat kejelasan) dapat digolongkan sebagai berikut:

1). Penelitian Diskriptif

Penelitian diskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain.

2). Penelitian Komparatif

Penelitian komparatif adalah suatu penelitian yang bersifat membandingkan. Disini variabelnya masih sama dengan variabel mandiri tetapi untuk sample yang lebih dari satu, atau dalam waktu yang berbeda.

3). Penelitian Asosiatif

Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini mempunyai tingkatan tertinggi dibandingkan dengan diskriptif dan komparatif karena dengan penelitian ini dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi unguk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.

Jenis penelitian yang digunakan oleh penelti adalah Peneltian Asosiatif. Karena penelitian yang menghubungkan sejumlah variabel dalam masalah penelitian

B. Lokasi Penelitian

Tempat penelitian yang di lakukan oleh peneliti adalah di kelurahan Bangun Rejo Kec. Pagaralam Utara Kota PagarAlam.

c. Operasionalilasi Variabel

Penelitian ini terdiri dari variabel Kualitas produk dan Kepuasan konsumen. Secara detail definisi variabel dan indikator masing-masing dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 1

Varibel, Definisi Variabel dan Indikator

Variabel	Sub Variabel	Definisi Variabel	Indicator	Skala
Kualitas Produk	1. Kinerja Produk	Kemampuan Teh Gunung Dempo dalam memberikan manfaat sesuai dengan yang di janjikan.	1. Citra Rasa 2. Aroma	Ordinal
	2. Daya Tahan Produk	Memberikan kualitas yang tahan lama kepada konsumen Teh Gunung Dempo.	1.Tidak Mudah Rusak (kemasan) 2. Tidak Mudah Apek (Aroma)	
	3.Estetika	Pemberian kesan kepada konsumen Teh Gunung Dempo terhadap kinerja Produk.	1. Kemasan 2. Warna	
	4. Kualitas Yang Dipersepsikan	Kemampuan produk untuk menimbulkan rasa percaya para konsumen Teh Gunung Dempo.	1. Merek 2.Citra Merek	
Kepuasan Konsumen		Perasaan senang atau kecewa konsumen yang muncul setelah menggunakan atau memakai pruduk Teh apakah mendapatkan manfaat / hasil dari Teh tersebut.	1. Citra Rasa 2. Aroma 1.Tidak Mudah Rusak 2. Tidak Mudah Apek 1. Kemasan 2. Warna 1. Merek 2.Citra Merek	

Sumber : Gagasan Penulis Berdasarkan Teori, 2014.

D. Populasi Dan Sampel

1). Populasi

Menurut Sugiyono (2010:115),"Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu. ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan". Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen Produk Teh Gunung Dempo di kel. Bangunrejo, jumlahnya tidak diketahui pasti *(Infinite).*

2). Sampel

Menurut Sugiyono (2010:116) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Oleh karena itu sampel harus dilihat sebagai suatu pendugaan terhadap populasi dan bukan populasi itu sendiri. Sampel dalam penelitian ini diambil sebanyak $\geq$ 30 responden representative artinya sudah memenuhi sayarat, (Husein Umar, 2005 :147).

Sempel yang diambil sebanyak 100 orang yang mengkonsumsi poduk Teh Gunung Dempo di Kelurahan Bangunrejo Pagaralam. Bahwa sempel lebih dari 30 responden artinya sudah memenuhi syarat. Tehnik pengambilan sampel yang digunakan *Accidental sampling.* Yaitu tehnik penelitian sampel yang diambil secara kebetulan dan memilih siapa saja yang ditemui untuk dijadikan responden. Sugiyono (2009:116-123).

E. Data yang diperlukan

Menurut Husein Umar (2011: 42) data yang diperlukan adalah :

1. *Data Primer*

   Data primer adalah data penelitian yang diperoleh dari sumber pertama baik individu atau perorangan.

2. Data Sekunder

   Data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disjikan baik oleh pengumpul data primer atau oleh pihak lain.

Data yang diperlakukan dalam penelitian ini adalah data primer dan data skunder. Data primer yang berupa jawaban responden terhadap kuesioner yang diberikan oleh peneliti dan data skunder berupa data yang di peroleh peneliti dari pihak PTPN VII.

F. Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2010 : 193) tehnik pengumpulan data terdiri dari

1). Wawancara adalah tehnik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti mengetahui hal-hal responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit kecil.

2). *Kuesioner (Angket)* adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

3). *Observasi* adalah tehnik peengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner.

4). *Dokumentasi* adalah merupakan catatan penulisan. Tentang berbagai kegiatan atu peristiwa pada yang lalu.

Tehnik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini daftar Pertanyaan *(kuesioner)* yang berhubungan dengan indikator- indikator yang digunakan dan dokumentasi berupa data dari PTPN VII.

G. Analisis Data dan Tehnik Analisis

1. Analisis Data

Analisis data menurut Mudrajat Kuncoro (2009:145) terdiri dari:

a). Data Kualitatif

Adalah data tidak dapat diukur dalam skala numeric.

b). Data kuantitatif

Adalah data yang dapat diukur dalam suatu skala numeric (angka).Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan kuantitatif. Secara kualitatif digunakan skalaa Likert dengan pilihan jawaban responden sebagai berikut :

Sangat setuju = SS

Setuju = S

Netral = N

Tidak Setuju = TS

Sangat Tidak Setuju = STS

Kemudian Dikuantatifkan sebagai berikut :

Sangat setuju = 5

Setuju = 4

Netral = 3

Tidak Setuju = 2

Sangat Tidak Setuju = *1*

2. Uji Instrument

a. Uji Validitas

Kuisioner dikatakan valid jika butir-butir pertanyaan didalamnya mampu mengungkapkan sesuatu yang benar-benar di ukur kuisioner tersebut. Artinya kuisioner itu mampu mengungkapkan perbedaan objek atas dasar karakter ristik yang diukur (Sugiyono, 2009 : 172). Untuk pengujian validitas tiap butir dilakukan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir. Adapun criteria penelitian, yaitu item pertanyaan-pertanyaan dianggap valid jika nilai validitasnya lebih besar dari nilai korelasi table SPSS pada tingkat signifikansi), 0,5 jumlah sampel 100 unit.

b. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas adalah tingkatan keandalan kuesioner, kuesioner yang realibel adalah kuesioner yang apabila dicobakan berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono 2008:456).

3. Tehnik Analisis

a. Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah regresi linier dimana variable kepuasan konsumen (Y) dihubungkan atau dijelaskan lebih dari satu variabel, mungkin dua, tiga, dan seterusnya variable bebas (X_1, X_2, ….., X_n) namun masih menunjukan diagram hubungan yang linier. Berdsarkan dari data yang ada, maka regresi ini di gunakan untuk mengetahui adakah pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada produk Teh Gunung Dempo dengan menggunakan bantuan program SPSS.

Menurut Iqbal Hasan (2010 : 269) Menganalisis regresi linier berganda yaitu pengaruh kualitas produk pada produk Teh Gunung Dempo Bentuk persamannya dituliskan sebagai berikut:

rumus: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$

Dimana:

Y = Kepuasan Konsumen

a= Bilangan Konstanta, bila X1 X2…..= 0, maka Y = a

b= Koefisien regresi

X1= Kinerja

X2= Daya tahan

X3= Estetika

X4= Kualitas yang dipersepsikan

e= Eror

b. *Uji f (Simultan)*

Uji F yaitu alat uji yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel-variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat.

1). Menentukan Formulasi Hipotesis

Ho: Tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Teh Gunung Dempo.

Ha: Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Teh Gunung Dempo.

2. Menentukan F tabel

Menentukan harga F_{tabel} dengan tingkat keyakinan 95%, tingkat kesalahan α= 5%= 0,5 dan derajat bebas (df) = n-k-l dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh signifikan variabel X1,X2 dan Y.

4) Kesimpulan

Ho ditolak Ha diterima $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, atau signifikan $\alpha < 0,05$

maka ada pengaruh yang signifikandari kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, sedangakan. Apabila

Ho diterima dan Ha ditolak apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, atau signifikan $\alpha < 0,05$

maka tidak ada pengaruh yang signifikandari kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

b. Uji Parsial (t)

Uji t digunakan untuk menguji variabel secara parsial dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1) Menentukan fomulasi hipotesis

Ho: Tidak ada pengaruh masing –masing variabel kualitas produk yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Teh Gunung Dempo.

Ha: Ada pengaruh masing-masing kualitas produk yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Teh Gunung Dempo.

2) Menetukan t tabel

Menentukan Harga T_{tabel} dengan tingkat ke keyakinan 90%, tingkat kesalahan (alpha) 10% dan derajat kebebasan (df) = (n-2) dilakukan untuk

mengetahui ada tidaknya pengaruh atau hubungan yang signifikan terhadap variabel X1,X2 dan Y.

4) Kesimpulan

Ho ditolak Ha diterima $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, atau signifikan $\alpha < 0,05$

Maka ada pengaruh yang signifikan dari kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan konsumen, sedangkan. Apabila

Ho diterima dan Ha ditolak apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, atau signifikan $\alpha < 0,05$

maka tidak ada pengaruh yang signifikan dari kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

C. Koefisien Determinasi (R)

Menurut Iqbal Hasan (2010:274) koefisien determinasi ini, untuk mengketahui besarnya sumbangan satu variabel bebas terhadap variasi atau naik turunnya nilai variabel treikat (Y), jika variabel bebas lainnya dianggap konstan. Koefisien ini pula dapat diketahui faktor yang dominan mempengaruhi variabel terikat (Y).

$$R = (r^2)\ x\ 100\%$$

Dimana r = Koefisien Korelasi.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Objek Penelitian PTPN 7 Perkebunan Teh Gunung Dempo Kota Pagaralam.

Perkebunan dan pabrik pengolahan Teh Pagar Alam yang saat ini dikelola PTPN VII dimulai pembangunannya pada 2 Mei 1929 oleh sebuah perusahaan Belanda, NV Lanbouw Maata Chapij, merupakan sisa peninggalan pemerintah kolonial Belanda.

Selama perkembangannya, perkebunan teh ini menjadi saksi sejarah perjuangan bangsa. Selama masa Perang Dunia II, perkebunan dikuasai Jepang. Setelah kemerdekaan, perkebunan dikelola oleh Departemen Pertanian. Namun, ketika sengketa dengan Belanda pada 1949-1951, kebun dan pabrik teh dibumihanguskan.

Pabrik kemudian dibangun kembali pada tahun 1951-1958 oleh perusahaan Belanda lain, Cultuur NV Soerabaya. Saat nasionalisasi perusahaan-perusahaan Belanda berlangsung hingga tahun 1963, perkebunan dikelola oleh Perusahaan Perkebunan Negara Baru Sumsel dan terus berganti nama, hingga sejak 1996 dikelola oleh PTPN VII.

Pabrik teh dibangun pada tahun 1929 dan hingga kini masih dimanfaatkan secara utuh. Bentuk dan konstruksi pabrik itu masih sama seperti 81 tahun lalu, mulai dari besi hingga papan kayunya. Sebagian papan kayu memang sudah diganti karena lapuk, tetapi papan penggantinya justru lebih cepat rusak dibandingkan dengan papan asli. Mesin-mesin yang digunakan pun banyak yang masih peninggalan Belanda. Penggunaan mesin baru untuk peningkatan kapasitas produksi masih terbatas.

Perusahaan kemudian dinasionalisasikan dan dikelola oleh PN Baru Sumatera Selatan selama tahun 1958-1963. Antara tahun 1963-1968 perusahaan dikelola oleh PPN Antan VII Bandung, lalu dikelola oleh PT Perkebunan X (Persero) pada tahun 1980-1996, kemudian dari tahun 1996 sampai sekarang dikelola oleh Perusahaan Perseroan (Persero) PT Perkebunan Nusantara VII yang merupakan konsolidasi PTP XI, XXIII, dan XXXI (Persero) dengan wilayah kerja meliputi Provinsi Sumatera Selatan, Bengkulu dan Lampung.

Perseroan didirikan dengan berdasarkan Akta Pendirian Perusahaan oleh Noteris Harun Kamil, S.H. Nomor 40 tahun 1996, tanggal 11 maret 1996 dan telah mendapatkan pengesahan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia berdasarkan Surat Keputusan No: C2-8335.HT.01.01. Tahun 1996 tanggal 8 Agustus 1996, diumumkan dalam Tambahan Berita Negara Indonesia No.80 tertanggal 4 Oktober 1996, dan dalam Lembaran Negara Republik Indonesia No.8563/1996 (Akte Pendirian) serta telah didaftarkan

dalam daftar Perusahaan sesuai dengan Undang-Undang No. 3 tahun 1982 tentang wajib Daftar Perusahaan di Kantor Pendaftaran Perusahaan Departemen Perindustrian dan Perdagangan Kota MadyaBandar Lampung (TDP) No.07911191385 No.001/BH.2.13/ix/1996

Luas Area tanaman teh di kebun milik PTPN VII Unit Pagaralam terbagi dalam 5 Afdeling dengan luas keseluruhan seluas 1.975.260 Ha. Areal Tanaman Menghasilkan (TM) luas keseluruhan seluas 1.437.984 Ha dengan komposisi luas 290.325 Ha untuk Afdeling 1 Talang Darat. 284.230 Ha untuk Afdeling II Talang Beduk. 282.234 Ha untuk luas Afdeling III Muara Perikan. 284.740 Ha untuk luas Afdeling VI Muara Abadi. 296.455 Ha untuk luas Afdeling V Gunung Agung.

Perusahaan Perseroan (Persero) PT Perkebunan Nusantara VII Unit Pagaralam terletak di lereng Gunung Dempo dengan ketinggian 900 – 1.850 mdpl. Tepatnya di jalan Raya Gunung Dempo No.10, Kelurahan Gunung Dempo, Kecamatan Pagaralam Selatan yang berjarak 9 Km dari kota Pagaralam.

Secara geografis Perusahaan Perseroan (Persero) PT Perkebunan Nusantara VII Unit Pagaralam terletak pada 103,40,25" – 103,50,30" BT dan 4,0,15" – 4,3,45" LS dengan batas wilayah sebagai berikut: Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Sukananti Kelurahan Dempo Makmur, Desa Dempo Rejo Kelurahan Dempo Makmur, Desa Margo Mulyo Kelurahan Dempo Makmur. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kerinjing Kelurahan Agung Lawangan, Gunung Agung Kelurahan Agung Lawangan, Dempo Karya Kelurahan Pagar Wangi. Sebelah Barat berbatasan dengan Hutan

Lindung atau Gunung Dempo dan Sebelah Timur berbatasan dengan Talang Tinggi Kelurahan Gunung Dempo, Bedeng Kresek Kelurahan Dempo Makmur.

a. Visi, Misi dan Tujuan dan Nilai Budaya Perusahaan Perseroan (Persero) PT Perkebunan Nusantara VII

Gambar I.
Logo PTPN7

VISI

Perusahaan Perseroan (Persero) PT Perkebunan Nusantara VII menjadi perusahaan Agribisnis yang tangguh, terus tumbuh dan berkembang serta berkarakter global.

MISI

1. Menjalankan usan agribisnis perkebunan dengan comoditas karet,teh,tebu,kelapa sawit
2. Mengembangkan usaha berbasis bisnis inti yang mengarah ke integrasi vertikal

3. menggunakan teknologi budidaya dan proses efisien dan akrab dengan lingkungan untuk menghasilkan peoduk berstandar baik untuk pasar dosmetik maupun internasional

4. Memperhatikan kepentingan shareholders dan stakeholders khususnya pekerja mitra petani, pemasok dan mitra usaha untuk bersama-sama mewujudkan daya saring guna menumbuh kembangkan perusahaan

TUJUAN

1. Melaksanakan pembangunan dan pengembangan agribisnis sektor perkebunan sesuai prinsip perusahaan yang sehat,kuat dan tumbuh dalam skala usaha yang ekonomis.

2. Menjadi perusahaan yang profitable,makmur (*wealth*), dan berkelanjutan (*sustainable*) sehingga dapat berperan lebih jauh dalam akselerasi pembangunan regional dan nasional.

Nilai Budaya

Budaya Perusahan yang ditumbuhkan yaitu,mengutamakan kebenaran formal dan material melalui keteladanan, keterbukaan, kebersamaan dalam meningkatkan produktivitas.

2. Tentang Teh Gunung Dempo

Warna coklat mengilat, aroma teh yang tajam, dan rasa yang lebih sepat adalah ciri teh asal Gunung Dempo, Kota Pagar Alam, Sumatera Selatan, dibandingkan dengan teh-teh pabrikan yang beredar luas di pasaran Indonesia. Posisi tanaman teh yang berada di lereng

timur gunung, sehingga mendapat sinar matahari pagi langsung, membuat cita rasa teh Gunung Dempo sangat khas.

Dengan luas perkebunan teh 1.478 hektar, PTPN VII rata-rata menghasilkan 40 ton teh pucuk basah setiap hari dan cenderung terus meningkat. Dalam setahun, produk teh Gunung Dempo rata-rata mencapai 14.000- 17.000 ton teh pucuk basah atau setara 3.600-4.250 ton teh kering.

Teh Gunung Dempo berkualitas baik karena menghadap sinar matahari pagi langsung. Sinar matahari selama pukul 07.00- 10.00 membuat proses fotosintesis atau pembakaran zat hijau daun daun teh berlangsung sempurna.

Selain itu, posisi ketinggian teh Gunung Dempo juga paling sesuai, yaitu berkisar 1.000- 1.200 meter di atas permukaan laut. Jika terlalu tinggi, warna teh akan lebih pekat. Jika terlalu rendah, rasa dan aromanya berkurang

Tanaman teh yang lebih tinggi dan tidak terkena sinar matahari langsung membuat daun teh mudah terkena kabut dan air yang menempel di daun susah hilang. Akibatnya, daun teh rentan terkena cacar daun yang akan mengurangi kualitas daun tehnya.

Kriteria pucuk daun teh yang dipetik adalah "medium petik". Teh hitam telah dikenal sebagai obat di negara Cina sejak 4735 tahun yang lalu. Teh hitam selain berkhasiat sebagai obat juga dimanfaatkan sebagai soft drink, karena memiliki rasa segar dan nikmat bila dinikmati

dibandingkan teh hijau. Sistem pengolahan di teh hitam di Indonesia dikenal dengan dua, yaitu sistem orthodox (orthodox murni dan orthodox rotorvane) yang sering digunakan, dan sistem CTC yang relatif baru. Teh memiliki sifat yang higrokopis yaitu mudah terpengaruh oleh lingkungan sekitarnya. Macam-macam teh:

1). Teh Hitam

Gambar II.
Teh Hitam

Teh hitam adalah jenis teh yang diproduksi oleh PTPN VII. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan teh yaitu tidak hanya sebagai obat tetapi juga bisa dikonsumsi sebagai minuman dengan tidak mengurangi fungsinya sebagai obat. Teh hitam dempo pagar alam telah memenuhi kebutuhan akan teh untuk daerah sumatera selatan dan sebagian telah dieksport keluar negeri.

2). Teh Hijau

Gambar III.
Teh Hijau

Teh hijau telah dikenal di negeri Cina pada tahun 4375 SM sebagai obat untuk mengatasi penyakit jantung, antioksidan, kolesterol, darah tinggi dan lain-lain yang pada waktu itu banyak dikonsumsi oleh para bangsawan. Dimana pada proses pembuatan teh hijau ini tidak mengalami fermentasi sehingga pengolahan teh hijau ini cukup sederhana.

Proses pembuatan teh :

a. Pelayuan

Pelayuan dilakukan antara 16-20 jam dengan Rh 75 % dengan suhu < 30^0C agar daun menjadi lembut, selain itu aroma dan warna hijaunya tetap terjaga. Kelembaban harus diatur sehingga terjadi respirasi pada daun sehingga daun layu sutra (aroma, warna hijau tetap dan lembut) kelembaban dapat diatur dengan mengubah suhu bola panas dan bola kering kelembaban dapat mempengaruhi aroma dan rasa teh alat yang digunakan untuk pelayuan watering traf sebanyak 40 unit 1 unit bisa menmpung 1-1,5 ton sehingga kapasitasnya 40 ton perhari.

b. Penggilingan

Relative Humidity nya harus diatas 95% penggilingan dilakukan pada suatu alat OTR (Open Top Ruler). Tujuannya adalah agar terjadi reaksi oksidai enzimatis (Enzim atau sel-selnya pecah). Teh merupakan tanaman hodrokopis yang apabila dibiarkan > 120 menit maka akan berbau masam (permentasi) sebelum dilakukan penggilingan pertama-tama dilakukan proses penggulungan selama 40 menit yang bertujuan untuk memperkecil partikel-partikel. Setelah dilakukan penggilingan maka teh selanjutnya disaring dengan ayakan bergetar (Double Indian hole pracker). Hasilnya lalu dimasukkan ke dalam rak-rak baki. Sedangkan sisanya dimasukkan ke dalam PCR (Press Craf Roller) agar partikel sisa menjadi lebih kecil. Disamping itu PCR ini menggiling dan memotong partikel sisa. Suhu teh harus dijaga tetap 26,7^{0}C.

c. Fermentasi

Alat yang digunakan adalah Water Hairdrayer. Pada ruangan fermentasi Rhnya antara 97% - 98 % atau 24 –25^{0}C. Kondisi ini harus tetap dijaga mengingat teh merupakan tanaman hidroskopis. Selain itu ruangan harus tetap steril.

d. Drying

Temperatur ruangan berkisar antara 35 – 40 ^{0}C, pada proses pengeringan ini diharapkan teh berkadar air 3 – 4%. Ada 2 alat yang digunakan dalam proses pengeringan yaitu:

a). FBD (Fluide bad drayer) ; pada alat ini teh dihaluskan kembali.

b). TSD (Toot Spray Drayer)

e. sortasi

Pemisahan bubuk teh menjadi bebrapa grade. Grade-grade yang dihasilkan antara lain:

a). BOP (Broken Orange Pecko), bagian silver tip atau tulang daun tua.

b). BOPF (Broken \orange Pecko Fenisis)

c). PF (Pecko Fennis)

d). Dust

e). BD (Broken Dust)

f). BT(Broken Tea)

.

3. Deskriptif Karakteristik Responden Penelitian

Pada bab ini akan diuraikan dan dijelaskan mengenai hasil dari penelitian Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Teh Gunung Dempo di Kelurahan Bangun Rejo Pagaralam. Didalam penelitian ini penulis menyebarkan 100 kuisioner kepada Konsumen Teh Gunung Dempo Di Kelurahan Bangunrejo Pagaralam.

Untuk mendapatkan gambaran mengenai karakteristik konsumen Teh Gunung Dempo di Kelurahan Bangunrejo Pagaralam yang terpilih sebagai responden berikut diuraikan pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin responden, usia responden,Perkerjaan responden.

a.Kareteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel IV.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	44	44%
Perempuan	56	56%
Jumlah	**100**	**100%**

Sumber: data kuisioner yang telah diolah, 2015

Berdasarkan Tabel IV.1 diatas, dapat dilihat bahwa 100 orang responden, menunjukan yang mengkonsumsi Teh Gunung Dempo di Kelurahan BangunRejo Pagaralam sebanyak 56 orang responden perempuan (56%) lebih banyak dibandingkan responden laki-laki sebanyak (44%). Karena dari konsumen laki-laki masi banyak juga mmengkonsumsi minuman lain seperti kopi.

b. Kareteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel IV.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia (tahun)	Jumlah	Persentase
17 – 25	20	20%
26 – 35	30	30%
36 – 45	40	40%
46 – 50	10	10%
Jumlah	**100**	**100%**

Sumber: data kuisioner yang telah diolah, 2015

Berdasarkan Tabel IV.2 dari 100 responden terlihat bahwa karakteristik berdasarkan Usia yang mengkonsumsi Teh Gunung Dempo di Kalangan Warga Bangunrejo Pagarlam banyak di konsumsi oleh responden yang berusia 36 – 45 tahun atau sebanyak 40% karena cocok untuk di minum dikala waktu santai, sedangkan konsumen yang paling sedikit mengkonsumsi teh gunung dempo di skala usia 46 – 50 tahun karena dengan alasan sudah mengurangi minuman yang berkadar gula.

c. Kareteristik Responden Berdasarkan Perkerjaan

Tabel IV.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Perkerjaan

Perkerjaan	Jumlah	Persentase
Pegawai Negri	35	35%
Pegawai Swasta	15	15%
Wiraswasta	20	20%
Pelajar/Mahasiswa	10	10%
Lainnya	25	25%
Jumlah	**100**	**100%**

Sumber: data kuisioner yang telah diolah, 2015

Berdasarkan Tabel IV.3 dari 100 responden terlihat bahwa konsumen yang banyak mengkonsumsi teh gunung dempo yaitu dari kalangan pegawai negri sipil sebanyak 35 orang responden atau 35% dari jumlah responden, sedangkan nilai yang paling rendah dari kalangan pelajar/ mahasiswa karena kebanyakan dari mereka masih banyak yang mengkonsumsi minuman lain sperti kopi dan minuman lainnya.

d. Kareteristik Responden Berdasarkan Pemakaian Produk

Tabel IV.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pemakaian produk

Lama Pemkaian	jumlah	Persentasi
< 1	8	8%
1 – 2	25	25%
> 3	67	67%
Jumlah	**100**	**100%**

Berdasarkan Tabel IV.4 dari 100 responden terlihat bahwa nilai paling rendah yaitu 8 orang responden mengkonsumsi produk dibawah 1 tahun atau sebanyak 8% dari jumlah responden, sedangkan nilai yang paling besar ditunjakan pada pemakai >3 pemakaian sebanyak 67 responden, karena dengan alasan sudah terbiasa mengkonsumsi teh gunung dempo karena sudah turun temurun dari keluarga.

4. Analisis Deskriptif Statistik Variabel Penelitian

a. Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk

Tabel IV.5
Hasil jawaban responden terhadap kualitas produk Teh Gunung Dempo di Kelurahan Bangunrejo Pagaralam

No	Indikator	Penilaian					Jumlah
		SS	S	N	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
1	a. Citarasa Teh Gunung Dempo enak	24	52	22	2	-	100
	b. Aroma Teh Gunung Dempo yang wangi	13	55	30	2	-	100
2	a. Teh Gunung Dempo Tahan lama	24	55	20	1	-	100
	b. Teh Gunung Dempo tidak mudah apek	21	52	25	2	-	100
3	a. Kemasan Teh Gunung Dempo Menarik	15	49	33	3	-	100
	b. Warna Teh Gunung Dempo Pekat	17	44	35	4	-	100
4	a. Merek Teh Gunung Dempo terkenal	14	57	28	1	-	100
	b.Citra Merek Teh Gunung Dempo baik	8	60	32	-	-	100

Sumber: Peneliti, diolah dari data primer, 2015

Dari data Tabel diatas dapat dilihat jawaban responden terhadap kualitas produk Teh Gunung Dempo di Kelurahan Bangunrejo Pagaralam :

1. Kinerja Produk (X1)

a). Jawaban responden dari pertanyaan pertama pada Tabel IV.5 diatas menunjukan dari 100 responden menjawab 52 setuju ketika persepsi responden konsumen Teh Gunung Dempo di Kel. Bangunrejo sangat puas dengan citarasa teh yang diberikan. Hal ini dikerenakan citarasa yang di berikan teh gunung dempo sesuai dengan diharapkan.

b). Jawaban berdasarkan responden dari pertanyaan kedua pada tabel IV.5 diatas menunjukan dari 100 responden, 55 responden menjawab setuju dan hanya ada 2 responden yang menjawab tidak setuju. Hal ini dikarenakan aroma dari teh gunung dempo memang masih sesuai apa yang diharapkan konsumen.

2. Daya Tahan Produk (X2)

a). Jawaban responden dari pertanyaan pertama pada Tabel IV.5 diatas menunjukan dari 100 responden, 55 responden menjawab setuju ketika persepsi responden konsumen Teh Gunung Dempo di Kel. Bangunrejo sangat puas dengan ketahan waktu dari teh yang diberikan. Hal ini membuat para konsumen teh gunung dempo tidak akan takut jika teh disimpan dengan jangka waktu yang lama.

b). Jawaban berdasarkan responden dari pertanyaan kedua pada tabel IV.5 diatas menunjukan dari 100 responden, 52 responden menjawab setuju dan hanya ada 2 responden yang menjawab tidak setuju. Hal ini tidak merubah tanggapan konsumen terhadap teh gunung dempo, ketika teh disimpan dalam jangka waktu yang lama tidak akan mengubah aroma atau bau teh gunung dempo sebelum dikonsumsi.

3. Estetika (X3)

a). Jawaban responden dari pertanyaan pertama pada Tabel IV.5 diatas menunjukan dari 100 responden, 49 responden menjawab setuju ketika persepsi responden konsumen Teh Gunung Dempo di Kel. Bangunrejo sangat puas dengan kemasan dari teh gunung dempo. Hal ini dikerenakan kemasan yang di berikan cukup menarik dan memiliki identitasnya tersendiri..

b). Jawaban berdasarkan responden dari pertanyaan kedua pada tabel IV.5 diatas menunjukan dari 100 responden, 44 responden menjawab setuju dan hanya ada 4 responden yang menjawab tidak setuju. Hal ini menunjukan bawha warna ketika teh gunung dempo dikonsumsi sesuai yang di harapkan oleh konsumen karena warnah teh tidak la pucat.

4. Kualitas yang Dipersepsikan

a). Jawaban responden dari pertanyaan pertama pada Tabel IV.5 diatas menunjukan dari 100 responden, 57 menjawab setuju ketika persepsi responden konsumen Teh Gunung Dempo di Kel. Bangunrejo sangat puas dengan merek dari teh yang diberikan. Dikerenakan merek dari teh gunung dempo memberikan identitas tersendiri dari produk itu berasal.

b). Jawaban berdasarkan responden dari pertanyaan kedua pada tabel IV.5 diatas menunjukan dari 100 responden, 60 responden menjawab setuju. Hal ini menunjukan bahwa citra merek dari teh gunung dempo cukup dikenal baim oleh konsumen bukan hanya di kalangan atas maupun kalangan bawah sekalipun.

b. Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen

Tabel IV.6
Hasil jawaban responden terhadap Kepuasan Konsumen Teh Gunung Dempo di Kelurahan Bangunrejo Pagaralam

No	Indikator	Penilaian					
		SS	S	N	TS	STS	Jumlah
		5	4	3	2	1	
1	Citarasa Teh Gunung Dempo memuaskan	19	54	25	2	-	100
2	Aroma Teh Gunung Dempo memuaskan	27	41	30	2	-	100
3	Ketahanan Teh Gunung Dempo memuaskan	11	48	40	1	-	100
4	Kemasan Teh Gunung Dempo memuaskan	6	63	24	7	-	100
5	Warna Teh Gunung Dempo yang pas memuaskan	20	45	34	1	-	100
6	Merek Teh Gunung Dempo terkenal dipasar	19	55	24	2	-	100
7	Citra merek Teh Gunung Dempo memuaskan.	12	54	33	1	-	100

Sumber: Peneliti, diolah dari data primer, 2015

Dari data diatas dapat dilihat jawaban responden terhadap Kepuasan Konsumen Teh Gunung Dempo di Kelurahan Bangunrejo Pagaralam :

1). Tanggapan responden terhadap cita rasa teh terlihat bahwa mayoritas responden menjawab kearah Positif, yaitu yang menjawab sangat setuju sebanyak 19 orang, yang menjawab setuju sebanyak 54 orang orang, yang menjawab netral sebanyak 25 orang dan yang menjawab tidak

setuju hanya 2 orang, hal ini menunjukan responden beranggapan cita rasa dari teh gunung dempo sudah yang konsumen harapkan.

2). Tanggapan responden terhadap aroma teh terlihat bahwa mayoritas responden menjawab kearah Positif, yaitu yang menjawab sangat setuju sebanyak 27 orang, yang menjawab setuju sebanyak 41 orang, yang menjawab netral sebanyak 30 orang, Responden beranggapan aroma dari teh gunung dempo sudah yang konsumen harapkan, sehingga konsumen merasa puas terhadap aroma teh gunung dempo.

3). Tanggapan responden terhadap ketahanan teh terlihat bahwa mayoritas responden menjawab kearah Positif, yaitu yang menjawab sangat setuju sebanyak 11 orang, yang menjawab setuju sebanyak 48 orang, menjawab netral sebanyak 40 orang, dan yang menjawab tidak setuju 1 orang. Responden menunjukan sangat puas terhadap ketahanan yang diberikan dari teh gunung dempo.

4). Tanggapan responden terhadap kemasan dari teh gunung dempo terlihat bahwa mayoritas responden menjawab kearah Positif, yaitu yang menjawab sangat setuju sebanyak 6 orang, yang menjawab setuju sebanyak 63 orang orang, dan menjawab netral sebanyak 24 orang, dan sebanyak 7 responden menjawab tidak setuju, hal ini menunjukan bahwa konsumen sangat puas terhadap kemasan teh gunung dempo karena tidak mudah rusak.

5). Tanggapan responden terhadap warna dari teh terlihat bahwa mayoritas responden menjawab kearah Positif, yaitu yang menjawab sangat setuju sebanyak 20 orang, yang menjawab setuju sebanyak 45 orang, dan menjawab netral sebanyak 34 orang, hal ini menunjukan bahwa konsumen sangat puas dikarenakan warna teh yang di hasilkan oleh teh gunung dempo sangat la pas tidak memiliki warna pucat.

6). Tanggapan responden terhadap merek teh terlihat bahwa mayoritas responden menjawab kearah Positif, yaitu yang menjawab sangat setuju sebanyak 19 orang, yang menjawab setuju sebanyak 55 orang orang, dan menjawab netral sebanyak 24 orang, dan sebanyak 2 orang menjawab tidak setuju, responden sangat puas terhadap merek teh gunung dempo karena merek teh sudah terkenal dan tidak kalah dengan produk lain.

7). Tanggapan responden terhadap citra merek terlihat bahwa mayoritas responden menjawab kearah Positif, yaitu yang menjawab sangat setuju sebanyak 12 orang, yang menjawab setuju sebanyak 54 orang orang, dan menjawab netral sebanyak 33 orang, Responden beranggapan citra merek dari teh gunung dempo sudah yang konsumen harapkan. Konsumen sangat puas citra merek teh selain memiliki identitas tersendiri citra tersebut juga mampu mengangkat produksi lokal.

5. Analisis Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan masing - masing pernyataan dengan jumlah skor masing-masing variabel. Validitas di definisikan sebagai sejauh mana keepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsinya. Oleh karena itu penulis menguji tingkat validitas kuisioner yang disebarkan kepada para responden.

Validitas variable Y ditunjukkan dengan adanya korelasi atau dukungan terhadap item total. Dari hasil perhitungan korelasi akan didapat suatu koefisien korelasi yang digunakan untuk item layak digunakan atau tidak. Dalam menentukan layak atau tidak suatu item yang digunakan biasanya digunakan uji signifikansi valid . Teknik pengujian SPSS sering dipakai untuk uji validitas adalah menggunakan korelasi *Coreected item Total Corelation.* Dari hasil analisis di dapat nilai skor item dengan skor total. Nilai ini kemudian kita bandingkan dengan nilai r-tabel. Harga r-tabel di cari pada signifikan 5% dengan uji 2 sisi dan n sampel (df) 100, maka didapat nilai r-tabel sebesar 0,197.

Hasil uji validitas butir instrumen variabel penelitian disajikan sebagai berikut:

Tabel IV.7
Rangkuman Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

Variabel	Indikator	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Kinerja Produk	Citarasa Teh Gunung Dempo enak	0,905	>0,197	Valid
	Aroma Teh Gunung Dempo yang wangi	0,889	>0,197	Valid
Daya Tahan Produk	Teh Gunung Dempo Tahan lama	0,851	>0,197	Valid
	Teh Gunung Dempo tidak mudah apek	0,868	>0,197	Valid
Estetika	Kemasan Teh Gunung Dempo Menarik	0,868	>0,197	Valid
	Warna The Gunung Dempo Pekat	0,884	>0,197	Valid
Kualitas yang Dipersepsikan	Merek Teh Gunung *Dempo terkenal*	0,875	>0,197	Valid
	Citra Merek Teh Gunung Dempo Baik	0,839	>0,197	Valid

Sumber: data Kuisioner yang telah diolah, 2015

Berdasarkan Tabel IV.7 diatas dapat kita lihat bahwa hasil perhitung menunjujakan kualitas produk setiap dimensi yaitu kinerja produk, daya tahan produk , kualitas yang dipersepsikan memiliki pengaruh t_{hitung} yang lebih besar dari pada t_{tabel} . hal ini berarti data pada kuisioner kualitas produk valid atau handal sehingga kuisioner yang dipakai dapat diikutkan pada analisis selanjutnya.

Tabel IV.8

Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen Teh Gunung Dempo di Kelurahan Bangunrejo Pagaralam

Variabel	Indikator	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Y	Citarasa Teh Gunung Dempo memuaskan	0,623	>0,197	Valid
	Aroma Teh Gunung Dempo memuaskan	0, 645	>0,197	Valid
	Ketahanan Teh Gunung Dempo memuaskan	0, 509	>0,197	Valid
	Kemasan Teh Gunung Dempo memuaskan	0,543	>0,197	Valid
	Warna Teh Gunung Dempo yang pas memuaskan	0,508	>0,197	Valid
	Merek Teh Gunung Dempo terkenal dipasar	0,477	>0,197	Valid
	Citra merek Teh Gunung Dempo memuaskan.	0, 522	>0,197	Valid

Sumber: data Kuisioner yang telah diolah, 2015

Berdasarkan Tabel IV.8 diatas dapat kita lihat bahwa peritungan rhitung kepuasan konsumen memiliki r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} ini nerarti data pada kuisioner produk valid atau handal sehingga kusioner yang dipakai dapat diikutkan pada analisis selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang.Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *Cronbach Alpha.* Dari hasil uji validitas butir

butir soal yang valid kemudian di analisis reliabilitasnya dan berikut ini hasil dari perhitungan dengan menggunakan SPSS.

Tabel IV.9
Hasil *Cronbach-Alpha* Untuk Variabel Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,685	8

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan Tabel IV.9 diatas tampak nilai *Cronbach-Alpha* 0,685 nilai ini >0,6 yang berarti pertanyaan-pertanyaan tentang kualitas produk dapat dikatan *reliability* sehingga layak menjadidasar analisis.

Tabel IV.10
Hasil *Cronbach-Alpha* Untuk Variabel Kepuasan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,611	7

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan Tabel IV.10 diatas tampak nilai *Cronbach-Alpha* 0,611 nilai ini >0,6 yang berarti pertanyaan-pertanyaan tentang kepuasan konsumen dapat dikatan cukup *reliability* sehingga layak menjadi dasar analisis.

B. Pembahasan hasil penelitian

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan prosedur dalam statistik yang sangat popular karena kemampuan prediksi yang tidak dimiliki oleh prosedur lain. Regresi linier berganda digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh beberapa variabel bebas terhadap terikat dan memprediksi variabel terikat dengan menggunakan variabel bebas.

Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda digunakan bertujuan untuk untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk (X1, X2, X3, X4) Terhadap Kepuasan Konsumen Teh Gunung Di Kelurahan Bangunrejo Kota Pagar alam.

Berikut hasil perhitungan regresi liner berganda dengan menggunakan software SPSS.

Tabel IV.11
Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	1,660	,418	
	Kinerja (X1)	,119	,059	,193
	Daya Tahan (X2)	,182	,062	,284
	Estetika (X3)	,115	,056	,195
	Kualitas yang dipersepsikan (X4	,143	,066	,194

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber : Hasil Pengelolahan Data Dengan SPSS

Dari tabel diatas maka nilai Koefisien – Koefisien tersebut dapat di bentuk suatu persamaan regresi sebagai berikut :

$$\mathbf{Y = 1{,}660 + 0{,}119X_1 + 0{,}182X_2 + 0{,}115X_3 + 0{,}143X_4}$$

Estimasi model persamaan regresi linier berganda yang terbentuk ini dapat diartikan dan memiliki makna sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 1,660, artinya bahwa dapat diestimasikan nilai Kepuasan Konsumen Teh Gunung Dempo di Kelurahan Bangunrejo Kota Pagaralam adalah sebesar 1,660 poin, dengan asumsi bahwa variabel kualitas produk dalam keadaan tetap atau konstan saat penelitian ini dilaksanakan.
2. Nilai koefisien regresi variabel kinerja produk(X_1) sebesar 0,119. Hasil ini dapat diestimasikan bahwa jika terdapat peningkatan pada faktor kinerja produk sebesar 1 poin maka kepuasan konsumen teh gunung dempo akan ikut meningkat sebesar 0,119 poin dari kondisi sebelumnya.
3. Nilai koefisien regresi variabel daya tahan (X_2) adalah 0,182 . Hal ini dapat diestimasikan bahwa jika ada peningkatan pada faktor harga sebesar 1 poin, maka keputusan pembelian akan ikut meningkat sebesar 0,182 poin dari kondisi sebelumnya.
4. Nilai koefisien regresi variabel Estetika(X_3) adalah 0,115 . Hal ini dapat diestimasikan bahwa jika ada peningkatan pada faktor harga sebesar 1 poin, maka keputusan pembelian akan ikut meningkat sebesar 0,115 poin dari kondisi sebelumnya.
5. Nilai koefisien regresi variabel Kualitas yang dipersepsikan (X_4) adalah 0,143 . Hal ini dapat diestimasikan bahwa jika ada peningkatan pada faktor harga

sebesar 1 poin, maka keputusan pembelian akan ikut meningkat sebesar 0,143 poin dari kondisi sebelumnya

2. Uji Hipotesis

a. Uji Statistik F (Simultan)

Selanjutnya untuk menguji F_{hitung} dan F_{tabel}, pada tabel Anova dapat dilihat pengaruh antara variabel dependen dan independen secara keseluruhan (Simultan). Setelah dilakukan penganalisaan dengan SPSS, maka didapat output sebagai berikut :

Tabel IV.12
Estimasi Tabel Anova: Analisis Uji Statistik F Regresi Linier Ganda

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3,835	4	,959	7,905	,000[a]
	Residual	11,521	95	,121		
	Total	15,355	99			

a. Predictors: (Constant), Kualitas yang dipersepsikan (X4), Kinerja (X1), Estetika (X3), Daya Tahan (X2)

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber : Output SPSS (Diolah,2015)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} diperoleh sebesar 7,905 lebih besar dari F_{tabel} (2,467), hal ini juga diperkuat dengan nilai taraf signifikansi sebesar 0,000 atau signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari α = 0,05, artinya H_0 ditolak, H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen.

b. Uji Statistik t

Uji statistik t digunakan untuk menjawab pertanyaan apakah variabel kualitas produk secara independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen Asumsinya adalah :

1) Apabila nilai signifikan < 0,05 maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan secara individual masing-masing variabel.
2) Apabila nilai signifikan >0.05 maka dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara individual masing-masing variabel.
3) Apabila nilai statistik t_{hitung} lebih tinggi dibandingkan nilai t_{tabel}, maka Ho ditolak dan Ha diterima.

Tabel IV.13
Estimasi Tabel Koefisien: Uji Statistik t Parsial

Coefficients[a]

Model		t	Sig.
1	(Constant)	3,969	,000
	Kinerja (X1)	2,021	,046
	Daya Tahan (X2)	2,958	,004
	Estetika (X3)	2,051	,043
	Kualitas yang dipersepsikan (X4)	2,154	,034

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS

Berdasarkan hasil perhitungan Tabel IV.13 diatas dapat diintepretasikan bahwa :

a. Kinerja Produk (X1) mempunyai hubungan positif atau searah, hal ini berarti bila kinerja produk ditingkatkan, maka kepuasan konsumen juga meningkat. Hal ini dibuktikan dengn nilai t_{hitung} untuk variabel X_1 sebesar

2,021, sedangkan t_{table} sebesar 1,985, maka t_{hitung} (2,021) > t_{tabel} (1,985). Hal ini juga diperkuat dengan nilai signifikan 0,046 (0,000 < 0,05), maka dapat disimpulkan Kinerja Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

b. Daya Tahan Produk (X2) mempunyai hubungan positif atau searah, hal ini berarti bila daya tahan produk ditingkatkan, maka kepuasan konsumen juga meningkat. Hal ini dibuktikan dengn nilai t_{hitung} untuk variabel X_2 sebesar 2,958, sedangkan t_{table} sebesar 1,985, maka t_{hitung} (2,958) > t_{tabel} (1,985). Hal ini juga diperkuat dengan nilai signifikan 0,004 (0,004 < 0,05), maka dapat disimpulkan daya tahan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

c. Estetika (X3) mempunyai hubungan positif atau searah, hal ini berarti bila estetika ditingkatkan, maka kepuasan konsumen juga meningkat. Hal ini dibuktikan dengn nilai t_{hitung} untuk variabel X_3 sebesar 2,051, sedangkan t_{table} sebesar 1,985, maka t_{hitung} (2,051) > t_{tabel} (1,985). Hal ini juga diperkuat dengan nilai signifikan 0,043 (0,043 < 0,05), maka dapat disimpulkan estetika berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

d. Kualitas yang dipersepsikan (X4) mempunyai hubungan positif atau searah, hal ini berarti bila kualitas yang dipersepsikan ditingkatkan, maka kepuasan konsumen juga meningkat. Hal ini dibuktikan dengn nilai t_{hitung} untuk variabel X_4 sebesar 2,154, sedangkan t_{table} sebesar 1,985, maka t_{hitung} (2,154) > t_{tabel} (1,985). Hal ini juga diperkuat dengan nilai signifikan 0,034

(0,034 < 0,05), maka dapat disimpulkan Kualitas yang dipersepsikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Hasil Pengujian Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Iqbal Hasan (2010:274) Koefisien determinasi adalah koefisien penentu antar dua variabel , jika variabel lainnya di anggap konstan, pada hubungan yang melibatkan leih dari dua variabel.

Dengan koefisien ini, dapat diketahui besarnya sumbangan satu variabel bebas terhadap variasi atau naik turunnya nilai variabel treikat (Y), jika variabel bebas lainnya dianggap konstan. Dari koefisien ini pula dapat diketahui faktor yang dominan mempengaruhi variabel terikat (Y).

Tabel IV. 14

Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model Summary [b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,500[a]	,250	,218	,34824

a. Predictors: (Constant), Kualitas yang dipersepsikan (X4), Kinerja (X1), Estetika (X3), Daya Tahan (X2)

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber : *Hasil Pengolahan Data SPSS*

Berdasarkan hasil perhitungan Tabel IV.14 di atas dengan melalui program SPSS dapat di intepretasikan sebagai berikut :

- Nilai korelasi (R) diperoleh sebesar = 0,500 yang berarti bahwa hubungan atau tingkat asosiasi variabel bebas yaitu Kinerja Produk (X1), Daya Tahan (X2), Estetika (X3) dan Kualitas yang dipersepsikan

(X4) dengan variabel terikat yaitu kepuasan konsumen adalah kuat dan memiliki arah yang positif.

- Angka *R Square* (nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,250 memberikan makna bahwa variabel kualitas produk mampu menjelaskan perubahan terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 25,0%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Maka dapat ditarik Kesimpulan, berarti ada Pengaruh yang signifikan antara variabel Kulitas Produk(kinerja produk, dayatahan produk, estetika produk dan kualitas yang dipersepsikan) Teh Gunung Dempo terhadap Kepuasan Kosumen di Kelurahan Bangunrejo Kota Pagaralam.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan sebelumnya menghasilkan bahwa pengujian secara simultan pada selang kepercayaan sebesar 95% terdapat pengaruh yang nyata antara variable kualitas produk(kinerja produk, dayatahan produk, estetika produk dan kualitas yang dipersepsikan) terhadap Kepusan Konsumen Teh Gunung Dempo di Kelurahan Bangunrejo Kota Pagaralam.

Secara parsial menunjukan bahwa variable kualitas produk (kinerja produk, dayatahan produk, estetika produk dan kualitas yang dipersepsikan) berpengaruh secara nyata terhadap Kepusan Konsumen Teh Gunung Dempo di Kelurahan Bangunrejo Kota Pagaralam. dengan selang kepercayaan sebesar 95%.

Bila dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, maka perbandingan tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel IV.15
Perbandingan Hasil Penelitian Dengan Penelitian Sebelumnya

No.	Judul Penelitian	Tujuan	Metode	Kesimpulan
1	Dewi Nurun (2008) "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Teh Celup Sari Wangi (studi kasus pada konsumen Teh Celup Sari Wangi)''	untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Teh Celup Sari Wangi (studi kasus pada konsumen Teh Celup Sari Wangi, Mojokerto).	Analisis regresi linier berganda	terdapat pengaruh kinerja produk, keistimewaan produk, keandalan produk dan kemampulayanan produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Dimensi kualitas produk yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah kemampu layanan produk
2	Fitri Amelia (2009) "Pengaruh Atribut Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Teh Celup Sosro dan 2 Tang (Survei Pada Pelanggan Teh Celup di Griya Pahlawan dan Giant Pasteur Bandung)''	untuk mengetahui adanya Atribut Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Teh Celup Sosro dan 2 Tang.	Analisis regresi linier sederhana	Adapun hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang positif antara atribut produk terhadap kepuasan pelanggan
3	**Rezki Ramadheni (2015)** ''Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Teh Gunung Dempo di Kelurahan Bangun Rejo Pagaralam.''	untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Teh Gunung Dempo di Kelurahan Bangun Rejo Pagaralam.	Analisis regresi linier berganda.	terdapat pengaruh kinerja produk, daya tahan produk, estetika produk dan kualitas produk yangdipersepsikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Dimensi kualitas produk yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Pengujian secara simultan pada selang kepercayaan sebesar 95% dengan α = 5%. Ada Pengaruh yang nyata antara variable Kinerja Produk, Daya Tahan Produk, Estetika dan Kualitas yang di persepsikan terhadap Kepuasan Konsumen Teh Gunung Dempo di Kelurahan Bangunrejo Kota Pagaralam.
- Pengujian secara parsial pada selang kepercayaan 95% dengan α = 5% menunjukan bahwa ada Pengaruh yang nyata antara variable Kinerja Produk, Daya Tahan Produk, Estetika dan Kualitas yang di persepsikan terhadap Kepuasan Konsumen Teh Gunung Dempo di Kelurahan Bangunrejo Kota Pagaralam.
- Berdasarkan uji koefisien determinasi didapat hasil R square sebesar 25,0%, angka tersebut menggambarkan bahwa kepuasan konsumen (Y), dapat dijelaskan oleh variabel kinerja produk , Daya Tahan Produk, Estetika dan Kualitas yang di persepsikan, sebesar 25,0% sedangkan sisanya di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran – Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis pada Konsumen Teh Gunung Dempo di Kelurahan BangunRejo Kota Pagaralam untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Teh Gunung Dempo dapat diketahui bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap Kepuasan Konsumen , dari hasil tersebut ada baiknya pada penelitian selanjutnya menambahkan variabel predictor (variabel tak bebas) dalam menentukan Kepuasan Konsumen Teh Gunung Dempo, sehingga dapat ditingkatkan lagi kebaikan model yang diperoleh.

Selain itu, pada penelitian selanjutnya akan lebih baik jika menambahkan jumlah sampel yang dijadikan responden, sehingga hasil yang diperoleh akan lebih refresentatif (mewakili keadaan populasi).

DAFTAR PUSTAKA

Amelia Fitri.2009. *Pengaruh Atribut Produk terhadap Kepuasan konsumen Produk Teh Celup Sosro Dan 2 Tang (Survei Pada Pelanggan Teh Celup di Griya Pahlawan dan Giant Pasteur Bandung).* Fakultas Ekonomi Universitas Negri Bandung.

Bambang Prasetyo & Lina Miftahul Jannah. 2005. *Metodelogi Penelitian kuantitatif teori dan aplikasi* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Dewi Nurun.2008. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Teh Sari Wangi (studi kasus pada konsumen Teh Sari Wangi, Mojokerto).* Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang

Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra Dadi Andriana. 2008. *Pemasaran Strategi.* Yogyakarta: Unit Penerbit Andi

Husein Umar.2011. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1.* Jakarta : Erlangga

_____.2009. *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Erlangga.

_____.2010. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Erlangga.

M. Iqbal Hasan.2010. *Pokok-Pokok Materi Statistik 1, Edisi Kedua.* Jakarta: Erlangga.

Mujarad Kuncoro.2009. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi.* Jakarta: PT. Glora Aksara Prata.

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis.* Bandung. Pusat Bahasa Depdiknas

_____.2010. Metode Penelitian Bisnis. CV. ALVABETA.

KUESIONER PENELTIAN

Assalamualaikum Wr.Wb

Bapak/ibu/saudara/I kami mohon kesediaannya untuk dapat mengisi kuesioner yang beguna bagi penulis dalam melakukan penelitian mengenai "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan konsumen pada Teh Gunung Dempo di Kelurahan Bangun Rejo Pagaralam".

Oleh karena itu kami mengharapkan bantuan dan kerja samanya dari Bapak/ibu/saudara/I. Atas segala dukungan kami ucapkan terima kasih.

Walaikumsalam Wr.Wb

Hormat saya

Rezki Ramadheni

Nim. 21 2011 087

Daftar Pertanyaan (KUESIONER)

Objek Penelitian : Konsumen Produk Teh Gunung Dempo.

Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Teh Gunung Dempo Di Kelurahan Bangun Rejo Pagaralam.

Karakteristik Responden

Nomor Responden :

Petunjuk : Mohon diisi pertanyaan-pertanyaan berikut dengan memberi tanda *check list* (√) pada kolom persediaan.

A. Karakteristik Responden

1. Jenis kelamin : ( ) Laki-laki ( ) Perempuan
2. Usia : ( ) 17 – 25 Tahun ( ) 26 – 35 tahun
   ( ) 36 – 45 tahun ( ) 46 – 50 tahun
   ( ) > 50 tahun
3. Pekerjaan : ( ) Pegawai Negri ( ) Pegawai Swasta
   ( ) Pelajar/Mahasiswa ( ) Wiraswasta
   ( ) Lainnya…….
4. Pemakaian Teh Gunung Dempo : ( ) <1 tahun ( ) 1 – 2 tahun
   ( ) >2 tahun

Keterangan :

Sangat setuju	= SS
Setuju	= S
Netral	= N
Tidak Setuju	= TS
Sangat Tidak Setuju	= STS

Kemudian Dikuantatifkan sebagai berikut :

Sangat setuju	= 5
Setuju	= 4
Netral	= 3
Tidak Setuju	= 2
Sangat Tidak Setuju	= 1

No	Pertanyaan tentang kualitas produk Teh Gunung Dempo	SS	S	N	TS	STS
1	a. Citarasa Teh Gunung Dempo enak					
	b. Aroma Teh Gunung Dempo yang wangi					
2	a. Teh Gunung Dempo Tahan lama					
	b. Teh Gunung Dempo tidak mudah apek					
3	a. Kemasan Teh Gunung Dempo					
	b. Warna Teh Gunung Dempo					
4	a. Merek Teh Gunung Dempo terkenal					
	b. Pekat Citra Merek Teh Gunung Dempo baik					

No	Pertanyaan tentang ku kepuasan konsumen Teh Gunung Dempo	SS	S	N	TS	STS
1	Citarasa Teh Gunung Dempo memuaskan					
2	Aroma Teh Gunung Dempo memuaskan					
3	Warna Teh Gunung Dempo yang pas memuaskan					
4	Merek Teh Gunung Dempo terkenal dipasar					
5	Kemasan Teh Gunung Dempo memuaskan.					
6	Citra merek Teh Gunung Dempo memuaskan.					
7	Ketahanan Teh Gunung Dempo memuaskan.					

REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN

Resp.	Kinerja (X1)			Daya Tahan (X2)			Estetika (X3)			Kualitas (X4)			Kepuasan Konsumen (Y)							
	1	2	TOTAL	1	2	TOTAL	1	2	TOTAL	1	2	TOTAL	1	2	3	4	5	6	7	TOTAL
1	3	3	3.00	3	4	3.50	4	4	4.00	4	4	4.00	4	3	3	3	5	4	5	3.86
2	4	3	3.50	5	4	4.50	3	2	2.50	3	4	3.50	3	4	4	3	3	4	4	3.57
3	4	4	4.00	3	3	3.00	3	3	3.00	5	5	5.00	4	4	3	4	4	4	3	3.71
4	4	4	4.00	3	3	3.00	3	3	3.00	5	5	5.00	3	3	2	3	4	4	3	3.14
5	3	3	3.00	3	3	3.00	4	4	4.00	3	4	3.50	3	3	3	4	3	3	3	3.14
6	3	4	3.50	4	5	4.50	5	5	5.00	4	4	4.00	4	4	3	4	4	5	4	4.00
7	3	3	3.00	4	4	4.00	4	4	4.00	4	3	3.50	4	4	3	4	3	5	5	4.00
8	4	4	4.00	4	4	4.00	4	4	4.00	4	4	4.00	4	2	4	4	4	4	3	3.57
9	5	5	5.00	5	5	5.00	4	5	4.50	4	3	3.50	4	4	4	4	3	4	3	3.71
10	3	4	3.50	4	4	4.00	5	5	5.00	3	3	3.00	5	4	4	3	3	4	3	3.71
11	4	4	4.00	3	5	4.00	3	3	3.00	3	3	3.00	3	3	3	4	5	4	5	3.86
12	3	4	3.50	3	4	3.50	4	3	3.50	4	3	3.50	3	3	3	4	3	4	3	3.29
13	3	3	3.00	4	4	4.00	4	5	4.50	3	4	3.50	4	4	4	4	4	3	3	3.71
14	4	4	4.00	5	5	5.00	3	4	3.50	4	4	4.00	2	4	3	2	3	3	4	3.00
15	3	3	3.00	4	3	3.50	5	5	5.00	3	3	3.00	4	4	3	2	3	4	4	3.43
16	5	4	4.50	4	3	3.50	3	3	3.00	4	4	4.00	4	4	4	4	5	3	3	3.86
17	4	5	4.50	4	4	4.00	4	4	4.00	3	4	3.50	4	4	4	4	4	5	4	4.14
18	3	3	3.00	4	4	4.00	4	4	4.00	4	3	3.50	3	4	3	4	3	3	3	3.29
19	3	3	3.00	3	3	3.00	3	3	3.00	5	4	4.50	3	3	4	4	4	3	4	3.57
20	4	3	3.50	4	3	3.50	4	5	4.50	3	3	3.00	3	3	4	2	3	3	4	3.14
21	5	4	4.50	4	4	4.00	4	4	4.00	3	4	3.50	4	3	5	4	3	4	3	3.71
22	4	4	4.00	3	4	3.50	3	4	3.50	4	4	4.00	4	4	3	4	3	4	3	3.57
23	3	3	3.00	3	3	3.00	3	3	3.00	4	4	4.00	3	3	3	3	4	3	3	3.14
24	4	4	4.00	4	4	4.00	5	4	4.50	4	4	4.00	4	4	4	4	3	3	3	3.57
25	5	4	4.50	4	5	4.50	3	4	3.50	5	4	4.50	4	3	4	4	4	3	4	3.71

Resp.	Kinerja (X1)			Daya Tahan (X2)			Estetika (X3)			Kualitas (X4)			Kepuasan Konsumen (Y)							
	1	2	TOTAL	1	2	TOTAL	1	2	TOTAL	1	2	TOTAL	1	2	3	4	5	6	7	TOTAL
26	4	4	4.00	3	3	3.00	3	3	3.00	2	3	2.50	3	4	3	3	4	4	4	3.57
27	4	3	3.50	4	4	4.00	4	3	3.50	3	4	3.50	4	3	3	4	3	2	4	3.29
28	4	4	4.00	4	4	4.00	4	4	4.00	4	4	4.00	4	4	4	4	3	4	3	3.71
29	4	4	4.00	3	3	3.00	3	3	3.00	5	5	5.00	3	4	3	3	4	3	3	3.29
30	4	4	4.00	4	3	3.50	4	4	4.00	3	4	3.50	4	4	4	4	4	5	4	4.14
31	4	4	4.00	5	5	5.00	5	4	4.50	3	3	3.00	5	5	5	4	5	4	4	4.57
32	4	4	4.00	4	3	3.50	3	3	3.00	3	4	3.50	3	3	3	2	4	4	4	3.29
33	4	4	4.00	5	4	4.50	4	5	4.50	5	5	5.00	4	5	4	4	3	4	3	3.86
34	4	4	4.00	4	3	3.50	3	4	3.50	3	3	3.00	3	4	3	2	5	4	4	3.57
35	3	3	3.00	5	4	4.50	2	3	2.50	4	4	4.00	5	5	4	3	4	5	4	4.29
36	5	4	4.50	5	5	5.00	3	3	3.00	4	4	4.00	5	5	3	3	4	5	4	4.14
37	4	5	4.50	4	5	4.50	4	3	3.50	4	3	3.50	4	5	3	2	3	4	3	3.43
38	2	2	2.00	4	5	4.50	3	3	3.00	4	4	4.00	4	3	3	3	3	4	4	3.43
39	4	5	4.50	4	5	4.50	4	5	4.50	3	3	3.00	4	4	5	4	3	3	3	3.71
40	5	4	4.50	4	4	4.00	4	5	4.50	5	4	4.50	4	5	4	4	4	4	4	4.14
41	4	4	4.00	4	4	4.00	4	4	4.00	3	4	3.50	4	4	4	4	4	3	3	3.71
42	3	3	3.00	4	4	4.00	3	4	3.50	4	4	4.00	3	4	3	3	4	3	4	3.43
43	4	3	3.50	3	4	3.50	4	3	3.50	5	4	4.50	4	4	3	3	5	5	4	4.00
44	4	4	4.00	4	4	4.00	4	4	4.00	4	4	4.00	4	4	4	4	4	3	3	3.71
45	5	5	5.00	4	5	4.50	5	5	5.00	4	4	4.00	4	5	5	4	5	4	4	4.43
46	3	3	3.00	4	3	3.50	3	4	3.50	4	3	3.50	3	3	3	4	4	4	4	3.57
47	4	3	3.50	5	4	4.50	5	4	4.50	4	4	4.00	3	4	3	4	4	5	4	3.86
48	4	3	3.50	5	4	4.50	5	5	5.00	4	3	3.50	3	5	4	5	4	4	4	4.14
49	5	4	4.50	4	4	4.00	4	4	4.00	4	4	4.00	4	3	4	4	3	4	3	3.57
50	4	4	4.00	4	4	4.00	4	4	4.00	4	3	3.50	4	3	4	3	4	4	4	3.71
51	4	4	4.00	4	4	4.00	2	2	2.00	3	3	3.00	4	4	4	3	3	4	4	3.71
52	5	5	5.00	4	5	4.50	5	4	4.50	4	3	3.50	4	4	4	4	4	4	4	4.00

Resp.	Kinerja (X1)			Daya Tahan (X2)			Estetika (X3)			Kualitas (X4)			Kepuasan Konsumen (Y)							
	1	2	TOTAL	1	2	TOTAL	1	2	TOTAL	1	2	TOTAL	1	2	3	4	5	6	7	TOTAL
80	3	4	3.50	4	3	3.50	3	3	3.00	4	3	3.50	5	5	3	4	5	5	3	4.29
81	3	3	3.00	4	3	3.50	4	3	3.50	4	4	4.00	4	3	3	4	5	5	3	3.86
82	4	4	4.00	4	4	4.00	3	4	3.50	4	4	4.00	4	3	4	3	5	4	5	4.00
83	4	3	3.50	4	3	3.50	3	4	3.50	3	4	3.50	3	4	4	3	4	4	3	3.57
84	3	3	3.00	4	4	4.00	4	3	3.50	4	4	4.00	3	3	3	4	5	5	4	3.86
85	3	3	3.00	4	4	4.00	3	3	3.00	4	4	4.00	4	3	4	4	5	4	4	4.00
86	4	4	4.00	4	4	4.00	4	4	4.00	4	3	3.50	4	4	4	4	4	4	5	4.14
87	4	4	4.00	3	3	3.00	3	4	3.50	3	3	3.00	3	3	4	4	3	3	3	3.29
88	3	3	3.00	3	3	3.00	3	3	3.00	3	4	3.50	3	3	3	3	3	4	2	3.00
89	4	4	4.00	4	4	4.00	4	3	3.50	3	4	3.50	4	3	3	3	3	3	4	3.29
90	3	4	3.50	3	3	3.00	4	3	3.50	4	4	4.00	4	3	4	4	4	3	4	3.71
91	4	3	3.50	5	4	4.50	4	5	4.50	4	4	4.00	5	5	4	4	4	4	4	4.29
92	5	4	4.50	4	4	4.00	4	4	4.00	3	4	3.50	5	5	3	5	3	3	5	4.14
93	5	5	5.00	4	5	4.50	4	5	4.50	4	4	4.00	4	5	3	3	4	4	4	3.86
94	5	4	4.50	5	5	5.00	5	4	4.50	3	4	3.50	5	5	4	5	4	5	4	4.57
95	5	4	4.50	4	5	4.50	3	4	3.50	4	4	4.00	4	5	3	4	4	4	3	3.86
96	5	4	4.50	4	5	4.50	4	4	4.00	4	4	4.00	4	5	4	4	4	4	4	4.14
97	5	4	4.50	4	3	3.50	3	3	3.00	4	4	4.00	3	4	5	4	4	4	3	3.86
98	4	4	4.00	4	5	4.50	3	4	3.50	4	4	4.00	4	5	5	5	4	4	5	4.57
99	5	5	5.00	4	5	4.50	4	5	4.50	4	3	3.50	4	5	5	4	3	4	4	4.14
100	4	4	4.00	2	2	2.00	4	4	4.00	4	4	4.00	4	5	4	4	5	4	4	4.29

Variabel Kinerja (X1)
Uji Validitas

Correlations

		P1	P2	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	,610**	,905**
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,000
	N	100	100	100
P2	Pearson Correlation	,610**	1	,889**
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,000
	N	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,905**	,889**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	.
	N	100	100	100

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

Reliability

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,756	2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	3,79	,471	,610	.[a]
P2	3,98	,545	,610	.[a]

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Frequency Table

P1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	24	24,0	24,0	24,0
	Setuju	52	52,0	52,0	76,0
	Netral	22	22,0	22,0	98,0
	Tidak Setuju	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

P2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	13	13,0	13,0	13,0
	Setuju	55	55,0	55,0	68,0
	Netral	30	30,0	30,0	98,0
	Tidak Setuju	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Variabel Daya Tahan (X2)
Uji Validitas

Correlations

		P1	P2	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	,478**	,851**
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,000
	N	100	100	100
P2	Pearson Correlation	,478**	1	,868**
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,000
	N	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,851**	,868**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	.
	N	100	100	100

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

Reliability

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,646	2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	3,92	,539	,478	.[a]
P2	4,02	,484	,478	.[a]

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Frequency Table

P1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	24	24,0	24,0	24,0
	Setuju	55	55,0	55,0	79,0
	Netral	20	20,0	20,0	99,0
	Tidak Setuju	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

P2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	21	21,0	21,0	21,0
	Setuju	52	52,0	52,0	73,0
	Netral	25	25,0	25,0	98,0
	Tidak Setuju	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Variabel Estetika (X3)
Uji Validitas

Correlations

		P1	P2	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	,534**	,868**
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,000
	N	100	100	100
P2	Pearson Correlation	,534**	1	,884**
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,000
	N	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,868**	,884**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	.
	N	100	100	100

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

Reliability

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,695	2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	3,74	,619	,534	.[a]
P2	3,76	,548	,534	.[a]

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Frequency Table

P1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	15	15,0	15,0	15,0
	Setuju	49	49,0	49,0	64,0
	Netral	33	33,0	33,0	97,0
	Tidak Setuju	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

P2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	17	17,0	17,0	17,0
	Setuju	44	44,0	44,0	61,0
	Netral	35	35,0	35,0	96,0
	Tidak Setuju	4	4,0	4,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Variabel Kualitas yang dipersepsikan (X4)
Uji Validitas

Correlations

		P1	P2	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	,471**	,875**
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,000
	N	100	100	100
P2	Pearson Correlation	,471**	1	,839**
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,000
	N	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,875**	,839**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	.
	N	100	100	100

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

Reliability

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,637	2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	3,76	,346	,471	.[a]
P2	3,84	,439	,471	.[a]

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Frequency Table

P1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	14	14,0	14,0	14,0
	Setuju	57	57,0	57,0	71,0
	Netral	28	28,0	28,0	99,0
	Tidak Setuju	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

P2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	8	8,0	8,0	8,0
	Setuju	60	60,0	60,0	68,0
	Netral	32	32,0	32,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Variabel Kepuasan Konsumen (Y)
Uji Validitas

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	,476**	,268**	,300**	,064	,101	,163	,623**
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,007	,002	,527	,318	,105	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
P2	Pearson Correlation	,476**	1	,256*	,194	,148	,165	,139	,645**
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,010	,053	,140	,102	,167	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
P3	Pearson Correlation	,268**	,256*	1	,410**	,021	-,038	,087	,509**
	Sig. (2-tailed)	,007	,010	.	,000	,838	,711	,390	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
P4	Pearson Correlation	,300**	,194	,410**	1	,056	,043	,123	,543**
	Sig. (2-tailed)	,002	,053	,000	.	,580	,669	,221	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
P5	Pearson Correlation	,064	,148	,021	,056	1	,314**	,311**	,508**
	Sig. (2-tailed)	,527	,140	,838	,580	.	,001	,002	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
P6	Pearson Correlation	,101	,165	-,038	,043	,314**	1	,233*	,477**
	Sig. (2-tailed)	,318	,102	,711	,669	,001	.	,019	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
P7	Pearson Correlation	,163	,139	,087	,123	,311**	,233*	1	,522**
	Sig. (2-tailed)	,105	,167	,390	,221	,002	,019	.	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,623**	,645**	,509**	,543**	,508**	,477**	,522**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	.
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Reliability

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,611	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	22,82	5,644	,422	,541
P2	22,79	5,380	,418	,539
P3	23,03	6,151	,294	,584
P4	23,04	5,998	,328	,573
P5	22,88	6,066	,263	,595
P6	22,81	6,236	,240	,602
P7	22,95	6,129	,312	,578

Frequency Table

P1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	19	19,0	19,0	19,0
	Setuju	54	54,0	54,0	73,0
	Netral	25	25,0	25,0	98,0
	Tidak Setuju	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

P2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	27	27,0	27,0	27,0
	Setuju	41	41,0	41,0	68,0
	Netral	30	30,0	30,0	98,0
	Tidak Setuju	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

P3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	11	11,0	11,0	11,0
	Setuju	48	48,0	48,0	59,0
	Netral	40	40,0	40,0	99,0
	Tidak Setuju	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

P4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	6	6,0	6,0	6,0
	Setuju	63	63,0	63,0	69,0
	Netral	24	24,0	24,0	93,0
	Tidak Setuju	7	7,0	7,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

P5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	20	20,0	20,0	20,0
	Setuju	45	45,0	45,0	65,0
	Netral	34	34,0	34,0	99,0
	Tidak Setuju	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

P6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	19	19,0	19,0	19,0
	Setuju	55	55,0	55,0	74,0
	Netral	24	24,0	24,0	98,0
	Tidak Setuju	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

P7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	12	12,0	12,0	12,0
	Setuju	54	54,0	54,0	66,0
	Netral	33	33,0	33,0	99,0
	Tidak Setuju	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

ANALISIS REGRESI BERGANDA

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	1,660	,418	
	Kinerja (X1)	,119	,059	,193
	Daya Tahan (X2)	,182	,062	,284
	Estetika (X3)	,115	,056	,195
	Kualitas yang dipersepsikan (X4)	,143	,066	,194

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

ANALISIS KORELASI (R) DAN KOEFISIEN DETERMINASI (*ADJUSTED R SQUARE*)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,500[a]	,250	,218	,34824

a. Predictors: (Constant), Kualitas yang dipersepsikan (X4), Kinerja (X1), Estetika (X3), Daya Tahan (X2)

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

UJI F (UJI BERSAMA-SAMA)

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3,835	4	,959	7,905	,000[a]
	Residual	11,521	95	,121		
	Total	15,355	99			

a. Predictors: (Constant), Kualitas yang dipersepsikan (X4), Kinerja (X1), Estetika (X3), Daya Tahan (X2)

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

UJI t (UJI PARSIAL)

Coefficients[a]

Model		t	Sig.
1	(Constant)	3,969	,000
	Kinerja (X1)	2,021	,046
	Daya Tahan (X2)	2,958	,004
	Estetika (X3)	2,051	,043
	Kualitas yang dipersepsikan (X4)	2,154	,034

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

t_{tabel} : 1,985

F_{tabel} : 2,467

بسم الله الرحمن الرحيم

KARTU AKTIVITAS BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA MAHASISWA	: REZKI RAMADHENI	PEMBIMBING	
NIM	: 21 2011 087	KETUA	: FITANTINA. HJ, S.E.M.Si
PROGRAM STUDI	: MANAJEMEN	ANGGOTA	:

JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TEH GUNUNG DEMPO DI KELURAHAN BANGUNREJO KOTA PAGARALAM

NO.	TGL/BL/TH KONSULTASI	MATERI YANG DIBAHAS	PARAF PEMBIMBING		KETERANGAN
			KETUA	ANGGOTA	
1	20-5-2015	Bab I			- tabel 1 + analisis yang ekstr
2					Teori Hp kualitas
3					produk disempurnakan,
4	28-5-2015			Sample → Accidental / purposive	
5				Jangan membaca tabel, tp analisis	
6	5-6-2015	Bab I, II		Regresi berganda ?	
7				Acc	
8	5-6-2015			Acc	
9				(+) Beta/eliminasi parsial	
10					
11	10-6-2015	Bab III		Acc	
12				Masuk siap uji.	
13					
14					
15					
16					

CATATAN :

Mahasiswa diberikan waktu menyelesaikan skripsi, 6 bulan terhitung sejak tanggal ditetapkan

Dikeluarkan di : Palembang

Pada tanggal : / /

a.n. Dekan

Program Studi :

Hj. MARTUJIAH NURRAHMI. S.E.M.Si

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

STATUS TERAKREDITASI

بسم الله الرحمن الرحيم

PIAGAM

No.509/H-4/LPKKN/UMP/III/2015

Lembaga Pengelola Kuliah Kerja Nyata (LPKKN) Universitas Muhammadiyah Palembang menerangkan bahwa:

Nama	: Rezki Ramadheni
Nomor Pokok Mahasiswa	: 212011087
Fakultas	: Ekonomi
Tempat Tgl. Lahir	: Pagaralam, 26-02-1994

Telah mengikuti Kuliah Kerja Nyata Tematik Posdaya Angkatan ke-8 yang dilaksanakan dari tanggal 21 Januari sampai dengan 5 Maret 2015 bertempat di:

Kelurahan/Desa	: Tanjung Lubuk
Kecamatan	: Kayuagung
Kota/Kabupaten	: Ogan Komering Ilir
Dinyatakan	: LULUS

Palembang, 30 Maret 2015

Ketua LPKKN,

Mengetahui

Dr. H. M. Idris, S.E., M.Si.

Ir. Alhanannasir, M.Si.

PEMERINTAH KOTA PAGAR ALAM
KECAMATAN PAGAR ALAM UTARA
KELURAHAN BANGUN REJO
Sekretariat : Dusun Bangun Rejo Kelurahan Bangun Rejo

SURAT KETERANGAN

Nomor : 140/233 /BR/2015

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: A.FAKRI,SE
NIP	: 19631123 198603 1 006
Pangkat/Golongan	: Penata TK.I/ III d
Jabatan	: Lurah Bangun Rejo

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa yang bersangkutan di bawah ini :

Nama	: REZKI RAMADHENI
N I M	: 21 2011 087
Asal	: Universitas Muhammadiyah Palembang
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	: Manajemen

Benar yang namanya tersebut diatas adalah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang telah menyelesaikan Riset/ Pengambilan data untuk Penyusunan Skripsi di Kelurahan Bangun Rejo Kecamatan Pagar Alam Utara Kota Pagar Alam.

Demikian Surat keterangan ini dibuat agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

DILAPORKAN DI : BANGUN REJO
PADA TANGGAL : 02 April 2015

LURAH BANGUN REJO

PEMERINTAH KOTA PAGAR ALAM KELURAHAN BANGUN REJO KECAMATAN PAGAR ALAM UTARA

A.FAKRI,SE
NIP. 19631123 198603 1 006

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
LABORATORIUM BAHASA
Jl. Jendral Ahmad Yani 13 Ulu Palembang Telp. (0711) 512637

TEST OF ENGLISH ABILITY SCORE RECORD

Name	:	Rezki Ramadheni
Place/Date of Birth	:	Pagaralam, February 26th, 1994
Test Times Taken	:	+1
Test Date	:	March 11th, 2015
		Scaled Score
Listening Comprehension	:	52
Structure Grammar	:	42
Reading Comprehension	:	48
OVERALL SCORE	:	473

Palembang, March 12th, 2015
Head of language Laboratory

Rini Susanti, S.Pd.,M.A
NBM?NIDN. **1164932/0210098402**

12 certificates

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI

LABORATORIUM KOMPUTER

SERTIFIKAT

Nomor : 0155 /G-15 / LAB.. FE UMP / VIII / 2012

Diberikan Kepada :

Nama	: REZKI RAMADHENI
Nim	: 222011087
Tempat Lahir	: PAGARALAM
Tanggal Lahir	: 26 FEBRUARI 1994
Nilai	: 95 | A | SANGAT MEMUASKAN

Peserta Pelatihan Komputer Windows, Microsoft Word dan Microsoft Excel yang dilaksanakan dari bulan Maret 2012 sampai dengan bulan Juni 2012 (14 Kali: 28 Jam) bertempat di Laboratorium Komputer Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang

Palembang Agustus 2012

Dekan

M. Taufiq Syamsuddin., S.E.,Ak.,MSi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

Unggul dan Islami

Sertifikat

374/J-10/FEB-UMP/SHA/VII/2015

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

DIBERIKAN KEPADA :

NAMA	:	**REZKI RAMADHENI**
NIM	:	**212011087**
PROGRAM STUDI	:	**Manajemen**

Yang dinyatakan **HAFAL / TAHFIDZ** (17) Surat Juz Amma
di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

Palembang, 23 Juli 2015
an. Dekan
Wakil Dekan IV

Drs. Antoni, M.H.I.

DAFTAR NILAI

NAMA : REZKI RAMADHENI
NIM : 212011087

NO	NAMA SURAT	TAHFIDZ	FASIKH	TAJWID	JUMLAH
1	AD-DHUHA	60	0	0	60
2	AL-INSYIRAH	60	15	0	75
3	AT-TIN	60	15	0	75
4	AL-ALAQ	55	15	15	85
5	AL-QADAR	55	15	15	85
6	AL-ASHR	60	10	10	80
7	AL-HUMAZAH	60	10	10	80
8	AL-FIIL	60	10	10	80
9	QURAISY	60	10	10	80
10	AL-MA'UN	60	10	10	80
11	AL-KAUTSAR	60	10	10	80
12	AL-KAFIRUN	60	10	10	80
13	AN-NASHR	60	10	10	80
14	AL-LAHAB	60	10	10	80
15	AL-IKHLAS	60	10	10	80
16	AL-FALAQ	60	10	10	80
17	AN-NAS	60	10	10	80