

# **PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA ZARA DI JAKARTA UTARA**

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Diajukan oleh

Nama : Erlanni

Nim : 27110142

Jakarta, 11 Oktober 2017

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing

(Lily Harjati,Ir., M.M.)

**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

JAKARTA 2017

## ABSTRAK

ERLANNI /27110142 /2017 / Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Zara Di Jakarta Utara / Dosen Pembimbing Ibu Lily Harjati,Ir., M.M.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh begitu banyaknya produk fashion saat ini, dengan begitu banyaknya toko baju saat ini , tentu membuat konsumen sulit untuk memilih produknya dengan baik. Di dalam persaingan bisnis saat ini seorang pebisnis harus dapat menyadari bahwa kualitas produk dapat menjadi pertimbangan dalam penjualan. Dengan kualitas produk yang baik akan memberikan nilai lebih pada kepuasan konsumen.

Kualitas produk sendiri adalah suatu proses penilaian fungsi-fungsi penting yang dimiliki oleh suatu produk mengenai beberapa aspek seperti daya tahan tubuh, kemudahan dalam pemakaian produknya, dan atribut penting yang lainnya yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen. Kepuasan Pelanggan adalah sebagai sejauh mana kinerja suatu produk sesuai dengan harapan dari konsumen. Maka, apabila kinerja suatu produk sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen akan puas. Apabila kinerja suatu produk diatas harapan konsumen, maka konsumen akan menjadi sangat puas. Sebaliknya , apabila kinerja suatu produk dibawah harapan konsumen, maka konsumen akan menjadi kecewa.

Subyek penelitian adalah konsumen yang menggunakan produk dengan Teknik pengambilan data yang digunakan adalah dengan menyebarkan kuisisioner sebanyak 150 responden. Alat ukur yang dipakai dalam penelitian ini adalah uji beda, uji Cronba Alpha, Skala Likert, Uji Regresi.

Hasil akhir dari penelitian ini adalah analisis dari 150 kuisisioner yang disebarkan di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara. Dan variabel kualitas produk kepuasan konsumen wanita yang membeli produk Zara

Kesimpulan menunjukan adanya pengaruh positif dan signifikan pada variabel kualitas produk dan kepuasan pelanggan.





## ABSTRACT

ERLANI/ 27110142/2017 / Effect of Product Quality Customer Satisfaction At Zara in North Jakarta / Advisors Ms. Lily Harjati, Ir., M.M.

The background form of this research is by so many of fashion product available at this time. In this way of available products, certainly customers will only choose the products that was in great quality. In an increasingly tight business competition, marketers need to realize that the product quality can make customers consider before deciding to buy, especially women customers. When a products comes in great quality, it will increase the customer satisfaction.

Product quality is the ability of a product or service to consistently meet or exceed customer's Requirement. Customer's satisfaction is a term that measures how products and services supplied by company meet or surpass a customer's satisfaction. So, if the products exceed customer's requirement, customers will be satisfied. And if the products does not meet the customer's requirement. The customers will not be satisfied.

The subject of this research is the women customers who ever buy the products of Zara clothing line by using descriptive method. Data collection techniques used is to deploy as many as 150 questionnaire respodents. Measuring instruments used in this research is different test, alpha cronba, likert scale, regression, and Asssumptions classic.

The end result of this study is an analysis of 150 questionnaires distributed in kelapa gading.

North Jakarta, And variable product quality, women customer's satisfaction who buy the product of Zara.

The cocnclusion indicated the existence of a positive and significant impact on product quality and customer's satisfaction.

1. Mengembangkan penelitian yang dapat meningkatkan mutu dan kualitas produk dan jasa yang dihasilkan dan meningkatkan daya saing perusahaan.

a. Penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## KATA PENGANTAR

Penulis bersyukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmatNya sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CLOTHING LINE ZARA KELAPA GADING JAKARTA UTARA**”. Tujuan penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syart Program S-1 Jurusan Manajemen di Kwik Kian Gie School Of Business

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terwujud tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Lily Harjati,Ir., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, pikiran beliau yang sangat berharga serta dengan penuh kesabaran mengarahkan, membina dan membimbing penulis dalam melakukan penyusunan skripsi ini .
2. Kedua orang tuaku, yang telah membesarkan , mendidik dan mendoakanku setiap saat. Juga kepada kakak- kakaku yang telah menyemangatiku selama ini.
3. Seluruh Dosen Kwik Kian Gie School Of Business yang telah membagikan ilmu yang berharga kepada penulis dari semester pertama sampai terselesaikannya skripsi ini.
4. Semua teman teman terutama Dewiana, Cherryl, Elisabeth yang senantiasaa memberikan dorongan, semangat, dan masukan kepada penulis hingga terselesaikannya penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh staf Kwik kian Gie School of business atas segala bantuan yang tidak mungkin penulis lupakan sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

Akhir kata penulis sangat berharap agar kelak skripsi ini dapat berguna bagi para pembaca dan juga dapat digunakan sebagai bahan perbandingan sekaligus masukan-masukan bagi penulis skripsi selanjutnya.

Jakarta , februari 2017

Erlanni

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## BAB I PENDAHULUAN

© Hak Cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

### A. Latar Belakang Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dalam penulisan skripsi dengan judul “PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WANITA ZARA ”.

### B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada , maka penulis memperoleh identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Faktor- faktor apa saja yang mempengaruhi kualitas produk pada produk Zara ?
2. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk terhadap produk Zara ?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Zara?

### C. Batasan Masalah

1. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk terhadap produk Zara ?
2. Faktor apa yang mempengaruhi kualitas produk pada Zara?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Zara?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



#### D. Batasan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka batasan penelitian yang ditetapkan oleh penulis sebagai berikut:

1. Obyek penelitian adalah zara
2. Subyek penelitian adalah konsumen yang pernah memakai/ membeli produk clothing line zara
3. Wilayah penelitian dilakukan di wilayah kelapa gading, jakarta utara

#### E. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah yang telah diuraikan, maka masalah yang akan diteliti yaitu: bagaimanakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada zara di Jakarta Utara?

#### F. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap produk fashion Zara ?

#### G. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penyusunan penelitian ini antara lain:

1. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan penulis dalam menerapkan teori – teori yang telah didapat selama mengikuti pendidikan di bangku kuliah dalam bidang pemasaran.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## 2. Bagi Perusahaan

- ③ Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh Zara sebagai masukan maupun pertimbangan yang dapat bermanfaat bagi Zara dalam mengevaluasi strategi yang dilaksanakan.

## 3. Bagi Pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan informasi penelitian lebih lanjut terutama yang berkaitan dengan atribut produk dan keputusan pembelian.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





## Metode Penelitian

### A. Obyek Penelitian

Objek penelitian merupakan sasaran untuk mendapatkan suatu data. Sesuai dengan pengertian objek penelitian yang dikemukakan oleh Sugiyono (2011:38) bahwa : “Objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”

Obyek penelitiannya adalah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Subyek penelitiannya adalah para pelanggan yang pernah memakai fashion dari zara . Penelitian ini dilakukan melalui pengisian kuisioner terhadap konsumen yang pernah memakai produk zara yang secara geografis tinggal di Kelapa Gading Jakarta Utara.

### A. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini penulis, penulis menggunakan variabel-variabel yang terdiri dari:

#### 1. Variabel bebas (*Independent variables*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat atau dependen. Variabel bebas yang digunakan adalah faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk Zara Dimana faktor-faktor tersebut adalah kualitas Produk .

#### 2. Variabel Terikat (*Dependen Variables*)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah variabel kepuasan pembelian yang dilakukan oleh konsumen (Y).

### 3. Skala Likert

Skala Likert digunakan untuk mengukur variabel independen yaitu sikap dan perilaku. Menurut Sugiono (2014:168), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala ini menghasilkan data interval. Menurut Cooper dan schindler (2014:278) Pengukuran menggunakan metode scoring 1-5 . Angka 1 menunjukkan bahwa responden sangat tidak setuju. Angka 5 menunjukkan bahwa responden sangat setuju

Langkah – langkah dalam skala likert adalah:

- a. Pernyataan dianggap relevan dengan variabel operasional dikumpul.
- b. Pernyataan tersebut dapat mencerminkan suatu posisi yang paling positif hingga negatif. Misalnya: sangat setuju, setuju, ragu – ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.
- c. Responden diminta untuk membaca dan memberikan penilaian terhadap pernyataan – pernyataan tersebut dengan nilai pertanyaan paling positif adalah lima dan yang paling negatif adalah satu.
- d. Semua penilaian dari responden dikumpulkan dan dijumlahkan, sehingga masing – masing pertanyaan atau indikator memiliki nilai responden.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

- e. Kemudian dicari rata – rata nilai dengan cara nilai total responden dibagi dengan jumlah responden.

$$\text{Rata-rata nilai} = \sum \frac{XiYi}{n}$$

Dimana:  $\Sigma(XiY1)$  = nilai total responden

X1 = nilai pertanyaan

Y1 = jumlah responden

n = jumlah total responden

- f. Setelah menggunakan rata–rata nilai, kemudian menghitung range dari rata–rata nilai responden membentuk kelas dari range tersebut dan mengetahui pertanyaan–pertanyaan tersebut berdasarkan kelasnya masing-masing.

$$RS = \frac{m - n}{b}$$

Dimana: m = Skor tertinggi pada skala

n = Skor terendah dalam skala

b = jumlah kelas atau kategori yang dibuat



Dimana Skor: 1,00 -1,80 = Sangat tidak setuju / sangat tidak memuaskan

1,81-2,60 = Tidak Setuju / Tidak memuaskan

2,61-3,40 = Biasa saja / Netral

3,41-4,20 = Setuju / Memuaskan

4,21-5,00 = Sangat Setuju / sangat memuaskan

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**B Teknik Pengumpulan Data**

Dalam melakukan penelitian ini, penulis mengumpulkan data yang diperlukan dengan teknik komunikasi yang dilakukan dengan cara menyebarkan kusioner (berisikan sejumlah pertanyaan) kepada responden, dengan harapan mereka dapat memberikan respon atas sejumlah pertanyaan tersebut kemudian diuji dengan menggunakan uji instrumen yaitu:

1. Uji Validitas

Adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan yang tinggi. Suatu instrumen dikatakan valid apabila memiliki validitas yang tinggi begitu juga sebaliknya. Validitas diukur berdasarkan korelasi antara butir-butir dengan total faktor. Metode korelasi yang digunakan adalah korelasi Product Moment, dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{[n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2] [n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2]}}$$



**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Keterangan:

n = jumlah sampel

y = skor total

x = nilai pertanyaan nomor ke i

Jika koefisien korelasi (r) yang diperoleh lebih besar sama dengan koefisien korelasi tabel produk moment maka butir pertanyaan dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Merupakan suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Setiap alat pengukur harus memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Reliabilitas instrumen diukur dengan menggunakan rumus Alpha ( $\alpha$ ) berikut:

$$r_{\text{alpha}} = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum s_b^2}{\sum s_t^2} \right]$$

Keterangan :

$r_{\text{alpha}}$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Jumlah butir pertanyaan

$\sum s_b^2$  = Jumlah varian butir



$$s_i^2 = \text{Varian total}$$

Sedangkan untuk mencari nilai varian butir dapat digunakan rumus:

$$S^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n - 1}$$

Keterangan :

$S^2$  = varian

n = jumlah responden

x = nilai skor yang dipilih

### E. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik pengambilan sampel non probabilitas. Secara spesifik lagi, teknik yang digunakan adalah *Judgement Sampling*. Menurut Sugiyono (2012:117) pengertian *judgement sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan berdasarkan kriteria-kriteria atau pertimbangan tertentu

Pada teknik ini elemen populasi dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan peneliti dimana aspek diambil dengan sengaja berdasarkan karakteristik tertentu dengan catatan sample dapat mewakili dan mempunyai hubungan dengan karakteristik populasi.



Dalam penelitian ini, sampel diambil sebanyak 150 responden, dengan kriteria sampel yang digunakan adalah:

- 1 Wanita yang berumur di atas 17 tahun
- 2 Berdomisili di Jakarta Utara
3. Pernah memakai produk dari zara

### Teknik Analisis Data

Data dari hasil penyebaran kuisisioner yang terkumpul, selanjutnya diklasifikasikan dan dianalisis, kemudian diperoleh informasi yang digunakan sebagai jawaban atas permasalahan yang ada dalam penelitian. Untuk menganalisis data diperlukan suatu alat ukur. Alat ukur yang digunakan penulis adalah:

#### 1 Analisis Persentase

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui persentase dari responden yang memiliki kategori tertentu yang berasal dari profil responden dalam kuisisioner.

Rumus yang digunakan:

$$Fr = \frac{\text{jumlahrespondenyangmemilih}}{\text{totalresponden}} \times 100\%$$

Keterangan: Fr = Frekuensi

#### 2 Regresi

Sebagai alat statistik, regresi berguna dalam menjawab pertanyaan penelitian (rumusan masalah) sebagai berikut “seberapa jauh variasi perubahan variabel terikat mampu dijelaskan oleh seluruh variabel bebas baik secara bersama-sama, maupun secara sendiri-sendiri (partial)”. Pada analisis korelasi kedudukan variabel setara,



sedangkan pada regresi kedudukan variabel tidak setara. Ada variabel terikat (*dependent variable*) dan ada variabel bebas (*independent variable*). Untuk mengestimasi garis regresi dengan cara meminimalkan jumlah. Dengan menggunakan alat bantu program SPSS, model persamaan dari penelitian ini adalah:

$$KP = \beta_0 + \beta_1 + KPS$$

Keterangan :  $\beta_0$  = konstanta, nilai Y pada saat semua variabel X bernilai 0

$\beta_i$  = kemiringan permukaan regresi atau permukaan respon.  $\beta_i$  menyatakan koefisien regresi dari variabel

KPN = kepuasan

KP = kepuasan konsumen terhadap zara

a. Uji Signifikasi Koefisien (Uji t)

Uji t digunakan untuk melihat signifikansi model regresi, apakah setiap *dependent* berpengaruh signifikan pada variabel *dependent*. Pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis dalam penelitian didasarkan pada pertimbangan signifikansi koefisien dari setiap variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Kriteria yang digunakan dalam menentukan suatu variabel independent signifikan atau tidak signifikan dengan menggunakan program SPSS adalah sebagai berikut:

- 1). Dari tabel *Coefficient* diperoleh nilai t hitung dan sig. t untuk masing-masing variabel *independent* yang diuji.
- 2). Bandingkan nilai Sig. t dengan  $\alpha = 0.05$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





- a). Jika nilai Sig.  $t \geq 0.05$  maka model tidak layak untuk digunakan dalam penelitian
- b). Jika nilai Sig.  $t < 0.05$  maka model layak untuk digunakan dalam penelitian

Beberapa pengujian yang perlu dilakukan untuk hasil persamaan regresi berganda diatas menurut Gujarati (2011:249)

- b. Uji signifikan suatu model yang digunakan dengan melihat ANOVA (Uji F)

Uji F digunakan untuk melihat signifikansi model regresi, apakah model regresi layak untuk digunakan dalam penelitian. Kriteria yang digunakan dalam menentukan suatu model regresi signifikan atau tidak signifikan dengan menggunakan program SPSS adalah sebagai berikut:

Hipotesis:

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3$$

$H_a$  : Tidak semua sama dengan nol

- 1). Dari tabel ANOVA diperoleh nilai F hitung dan Sig.F untuk model regresi.
- 2). Bandingkan nilai Sig.F dengan  $\alpha = 0.05$ 
  - a) Jika nilai sig.  $F \geq 0.05$  maka model tidak layak untuk digunakan dalam penelitian
  - b). Jika nilai sig.  $F < 0.05$  maka model layak untuk digunakan dalam penelitian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hasil dan Pembahasan

A. Analisis dan Pembahasan

Dalam penelitian ini penulis menyebarkan kuesioner kepada sebanyak 150 responden yang disebarkan kepada konsumen Zara yang berada daerah jakarta utara. Setelah dilakukan pra kuesioner, maka disebarkan kuesioner secara keseluruhan.

Dari penyebaran kuesioner yang telah dilakukan diperoleh data sebagai berikut yang kemudian penulis olah dan hasilnya sebagai berikut:

1. Profile Responden

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Distribusi Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	Presentase
Perempuan	150	100%
Total	150	100%

sumber: Data Kuisisioner

Tabel 4.1 dapat dikatakan bahwa responden yang paling banyak menjadi sampel adalah berjenis kelamin perempuan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 4.2**

**Distribusi Usia Responden**

No	Usia	Frekuensi	Presentase (%)
1	17-25 Tahun	50	33%
2	26-35 Tahun	79	52,7%
3	36-45 Tahun	11	7,3%
4	46-55 Tahun	10	6,7%
5	≥ 55 Tahun	0	0%
	Total	150	100%

Sumber : Data kuesioner

Tabel 4.2 mengenai karakteristik responden berdasarkan nilai terlihat bahwa jumlah terbesar usia konsumen dalam penelitian ini adalah 26-35 Tahun yaitu 79 orang (52,7%) , dan jumlah terkecil dalam penelitian ini adalah 46-55 tahun (6%) dan ≥ 55 tahun 0%dari 150 responden.

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

**Tabel 4.3**

**Distribusi Pendidikan Responden**

NO	Pendidikan	Frekuensi	Presentase (%)
1	SLTP	5	3,3%
2	SLTA	20	33,3%
3	Diploma	22	14,7%
4	Sarjana( S-1)	73	48,7%
5	Lainnya	0	0%
	Total	150	100%

Sumber : data Kuesioner

Dapat dilihat pada Tabel 4.3 mengenai karakteristik pendidikan berdasarkan nilai terlihat bahwa jumlah terbesar usia konsumen dalam penelitian ini adalah Sarjana (S-1) yaitu 73 (48,7%) , dan jumlah terkecil dalam penelitian ini adalah SLTP 5 (3,3%) dari 150 responden.

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4

Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

NO	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase (%)
1	Pelajar/ Mahasiswa	58	38,7%
2	Karyawan	52	34,7%
3	Wiraswasta	15	10,0%
4	Ibu Rumah Tangga	21	14,0%
5	Lainnya	4	2,7%
	Total	150	100%

Sumber: data kuesioner

Dapat dilihat pada Tabel 4.4 mengenai karakteristik pekerjaan berdasarkan nilai terlihat bahwa jumlah terbesar konsumen dalam penelitian ini adalah pelajar/ mahasiswa (58 ) yaitu (38,7%) , dan jumlah terkecil dalam penelitian ini adalah lainnya (5) yaitu 4% dari 150 responden.

e. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran

**Tabel 4.5**

**Distribusi Berdasarkan Pengeluaran**

NO	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase (%)
1	≤ Rp 500.000	20	13,3%
2	Rp 500.000 - Rp 1.000.000	23	15,3%
3	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000	45	30,0%
4	Rp 2.000.000 - Rp 3.000.000	28	18,7%
5	≥ Rp 5.000.000	34	22,7%
	Total	150	100%

Sumber : data kuesioner

Dapat dilihat pada Tabel 4.5 mengenai karakteristik pengeluaran berdasarkan nilai terlihat bahwa jumlah terbesar pengeluaran dalam penelitian ini adalah 1.000.000-2.000.000 (45) yaitu (30,0%), dan jumlah terkecil dalam penelitian ini adalah ≤ 500.000 (20) yaitu 13,3% dari 150 responden.



## 2. Analisis Kualitas Produk

### a. Analisa Uji Validitas dan Realiabilitas

Berdasarkan hasil uji validitas dengan menggunakan program Komputer SPSS, maka dapat dianalisa hasil uji validitas dan reliabilitas. Untuk menguji validitas, penulis menggunakan analisis dengan SPSS. Berikut hasil pengujian validitas. Uji validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur (kuesioner).

Uji validitas dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan SPSS. kriteria pengukuran yang digunakan adalah: Apabila  $r$  dihitung  $> r$  table dengan  $df = n-2$ , maka kesimpulannya item kuesioner tersebut valid, Apabila  $r$  dihitung  $< r$  table dengan  $df = n-2$ , maka kesimpulannya item kuesioner tersebut tidak valid. Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  table.

Untuk degree of freedom ( $df$ )  $= n-k$  dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah jumlah konstruk. Pada kasus ini besarnya  $df$  dapat dihitung  $= 30 - 2 = 28$  dengan  $\alpha = 0,05$  didapat  $r$  table jika  $r$  hitung (untuk tiap-tiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom corrected item pertanyaan total correlation) lebih besar dari  $r$  table dan nilai positif, maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan validitas.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4.6

Hasil Pengujian Validitas Untuk Variabel dimensi kualitas produk pada Bentuk

No	Item Pertanyaan	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Keterangan
1	Bentuk dari Produk Zara	0,619	0,361	VALID
2	Ukuran dari pakaian	0,753	0,361	VALID
3	Model pakaian	0,534	0,361	VALID

Sumber : lampiran 2

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai  $r_{hitung}$  yang diperoleh untuk keseluruhan butir pertanyaan variabel kualitas produk pada bentuk produk (X1), bernilai positif dan lebih besar dari  $r_{tabel}$  sebesar 0,361 . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keseluruhan butir pertanyaan atau variabel kualitas produk pada dimensi bentuk produk (X) dalam penelitian ini valid.

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.





Tabel 4.7

Hasil pengujian validitas untuk variabel dimensi kualitas pada Fitur

No	Item Pertanyaan	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Ketengan
1	Produk Zara memiliki model baru	0,364	0,361	VALID
2	Keistimewaan produk	0,522	0,361	VALID
3	Produk Zara mempunyai model baju yang sesuai dengan saya	0,677	0,361	VALID

Sumber : lampiran 2

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai  $r_{hitung}$  yang diperoleh untuk keseluruhan butir pertanyaan variabel kualitas produk pada fitur produk (X2), bernilai positif dan lebih besar dari  $r_{tabel}$  sebesar 0,361. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keseluruhan butir pertanyaan atau variabel kualitas produk pada dimensi Fitur produk dalam penelitian ini valid.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4.8

Hasil pengujian validitas untuk variabel dimensi kualitas pada kualitas kerja

	Item Pertanyaan	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Keterangan
1	Harga dari zara sudah sesuai	0,738	0,361	VALID
2	Produk zara memiliki warna yang baik	0,737	0,361	VALID
3	Produk Zara memiliki performa yang baik di bidang fashion	0,622	0,361	VALID

Sumber : lampiran 2

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai  $r_{hitung}$  yang diperoleh untuk keseluruhan butir pertanyaan variabel kualitas produk (X), bernilai positif dan lebih besar dari  $r_{tabel}$  sebesar 0,361. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keseluruhan butir pertanyaan atau variabel kualitas produk pada dimensi kualitas kerja (X3) dalam penelitian ini valid.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



Tabel 4.9

Hasil pengujian validitas untuk variabel dimensi kualitas pada Kesan Kualitas

NO	Item Pertanyaan	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Ketengan
1	Persepsi konsumen mengenai Zara kesan elit	0,516	0,361	VALID
2	Merek Zara mudah diingat oleh konsumen	0,503	0,361	VALID
3	Produk Zara memiliki kualitas yang terbaik di bidang fashion	0,566	0,361	VALID

Sumber : lampiran 2

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai  $r_{hitung}$  yang diperoleh untuk keseluruhan butir pertanyaan variabel kualitas produk (X4), bernilai positif dan lebih besar dari  $r_{tabel}$  sebesar 0,361. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keseluruhan butir pertanyaan atau variabel kesan kualitas pada dimensi kualitas kualitas (X4) dalam penelitian ini valid

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4.10

Hasil pengujian validitas untuk variabel dimensi kualitas pada Desain

NO	Item Pertanyaan	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Keterangan
1	Desain Zara mengikuti perkembangan fashion	0,603	0,361	VALID
2	Desain Zara memiliki kualitas yang menarik	0,374	0,361	VALID
3	fungsi dari desain Zara dapat memberikan rasa istimewa bagi pemakainya	0,833	0,361	VALID

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai  $r_{hitung}$  yang diperoleh untuk keseluruhan butir pertanyaan variabel (X5)desain produk , bernilai positif dan lebih besar dari  $r_{tabel}$  sebesar 0,361. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keseluruhan butir pertanyaan atau variabel desain pada dimensi kualitas produk(X5) dalam penelitian ini valid.

b. Uji reliabilitas

Uji reabilitas adalah pengujian untuk menunjukkan apakah alat ukur tersebut yang digunakan cukup akurat, stabil atau konsisten dalam mengukur apa yang ingin diukur . Pengukuran reliabilitas menggunakan *cronbach alpha* adalah kuesioner dikatakan reliabilty bila lebih dari 0,600 ( Imam Ghozali 2011; 80 )

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**Tabel 4.11**

**Hasil Pengujian Reliabilitas Kualitas Produk**

Obyek yang diamati	Cronbach alpha hitung	Cronbach alpha disyaratkan	Keterangan
Bentuk Produk	0,644	0,600	RELIABEL
Fitur Produk	0,708	0,600	RELIABEL
Kualitas Kerja	0,804	0,600	RELIABEL
Kesan Kualitas	0,698	0,600	RELIABEL
Desain Produk	0,654	0,600	RELIABEL

Sumber : lampiran 2

c. Penelitian responden terhadap variabel bentuk produk (X1) dan kepuasan konsumen (Y)

1. Analisis hasil penyebaran kuesioner pada Zara berdasarkan pada tabel 4.12 variabel bentuk produk ( x1) yaitu bentuk bahwa skor rata-rata adalah 3,93 yang berada di kisaran setuju yang artinya bentuk dari produk Zara positif bagi konsumennya . Skor jawaban dari 150 responden tentang pengaruh kualitas produk mengenai bentuk dari produk.

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



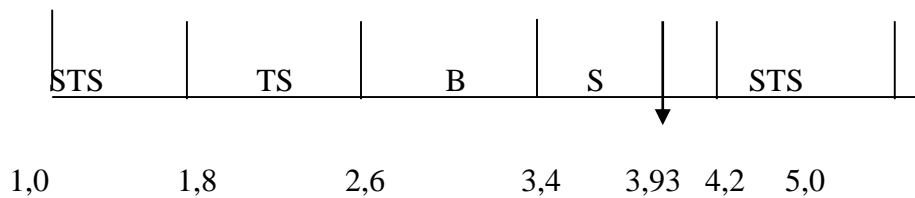
**Tabel 4.12**

**Hasil analisis deskriptif pada Bentuk Produk Zara**

Bentuk	Kriteria Pernyataan					Mean
	Sangat Setuju	Setuju	Biasa	Tdk Setuju	Sgt Tdk Setuju	
	5	4	3	2	1	
Bentuk dari produk fashion Zara	36	77	24	12	1	3,90
Ukuran dari pakaian Zara	35	70	41	4	0	3,91
Model pakaian Zara	37	80	32	1	0	4,02
						3,93

Sumber : kuesioner

Rata –rata rentang skala:



- Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian GIE)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

2. Analisis hasil penyebaran kuesioner mengenai Kualitas Produk  
Berdasarkan pada Fitur Produk Skor jawaban dari 150 responden tentang Zara di Kelapa Gading Jakarta Utara dapat dilihat pada tabel 4.13

**Tabel 4.13**

**Hasil Analisis deskriptif Kualitas Produk dengan dimensi Fitur Produk**

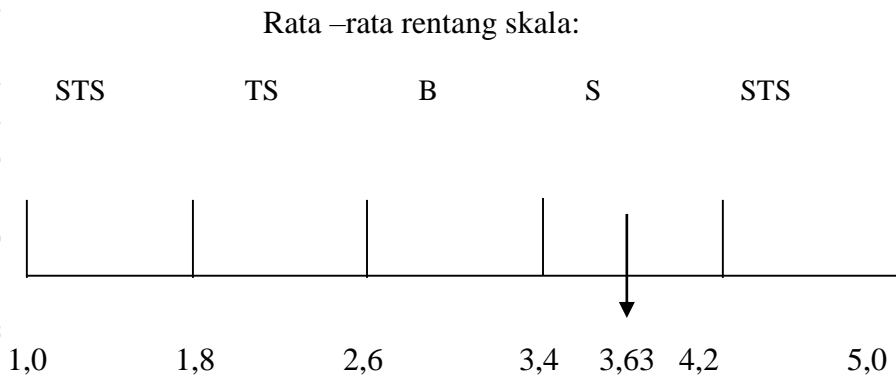
No	Fitur Produk	Kriteria Pernyataan					Mean
		Sangat Setuju	Setuju	Biasa	Tdk Setuju	Sgt Tdk Setuju	
		5	4	3	2	1	
1	Produk Zara memiliki model yang baru	25	66	57	2	0	3,76
2	Keistimewaan produk zara lebih nyaman	8	65	67	10	0	3,47
3	Produk Zara mempunyai model baju yang sesuai dengan saya	61	30	54	3	2	3,76
Rata- rata							3,63%

Sumber : Kuesioner



Berdasarkan pada tabel 4.13 diperoleh informasi bahwa rentang skala pada fitur produk Zara berkisar antara . Analisis hasil penyebaran kuesioner pada Zara berdasarkan variabel Fitur Produk ( x2) yaitu bentuk bahwa skor rata-rata adalah

3,63 % yang berada di kisaran setuju yang artinya Fitur dari produk Zara positif bagi konsumennya . Skor jawaban dari 150 responden tentang pengaruh mengenai Fitur dari produk.



3. Analisis hasil penyebaran kuisioner produk Zara berdasarkan kualitas produk pada kualitas kerja (x3)

Skor jawaban dari 150 responden tentang pengaruh kualitas kerja Zara di Kelapa Gading Jakarta Utara dapat dilihat pada tabel

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik BIKI (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





Tabel 4.14

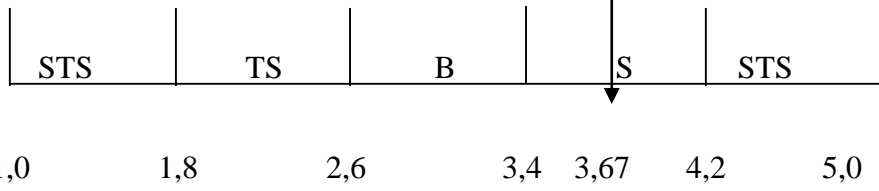
Hasil Analisis deskriptif Kualitas Produk dengan dimensi Kualitas Kerja

No	Kualitas Kerja	Kriteria Pernyataan					Mean
		Sangat Setuju	Setuju	Biasa	Tdk Setuju	Sgt Tdk Setuju	
		5	4	3	2	1	
1	Harga dari produk Zara	15	65	61	7	2	3,56
2	Produk Zara memiliki kualitas yang baik	32	62	40	12	4	3,71
3	Merek Zara memiliki performa yang baik	31	68	39	8	4	3,76
Rata- rata							3,67

Berdasarkan pada tabel 4.14 diperoleh informasi bahwa rentang skala pada kualitas kerja Zara berkisar antara Analisis hasil penyebaran kuesioner pada Zara berdasarkan variabel kualitas kerja ( x3) yaitu bentuk bahwa skor rata-rata adalah 3,67 yang berada di kisaran setuju yang artinya kualitas kerja dari produk Zara positif bagi konsumennya . Skor jawaban dari 150 responden tentang pengaruh kualitas produk mengenai kualitas kerja dari produk.

Rata –rata rentang skala:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Penutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Penutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4. Analisis hasil penyebaran kuisioner produk Zara berdasarkan kualitas produk pada kesan kualitas (x4)

Skor jawaban dari 150 responden tentang pengaruh kesan kualitas Zara di Kelapa Gading Jakarta Utara dapat dilihat pada tabel Tabel 4.15

**Tabel 4. 15**

**Hasil Analisis Deskriptif dengan Dimensi Kesan Kualitas**

No	Kesan Kualitas	Kriteria Pernyataan					Mean
		Sangat Setuju	Setuju	Biasa	Tdk Setuju	Sgt Tdk Setuju	
		5	4	3	2	1	
1	Persepsi konsumen mengenai Zara	39	65	40	5	1	3,91
2	Merek Zara mudah diingat dan dikenali	33	72	34	11	0	3,85

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

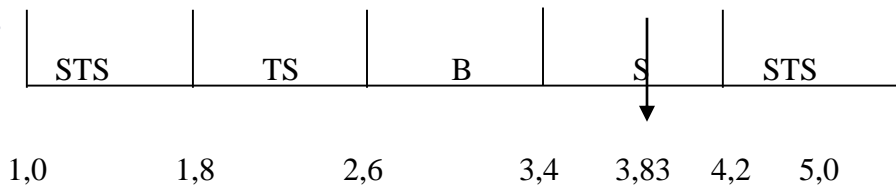
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3	Produk Zara selalu memiliki kualitas yang sama dari waktu ke waktu	22	72	51	5	0	3,74
Rata- rata							3,83

Berdasarkan pada tabel 4.15 diperoleh informasi bahwa rentang skala pada kesan kualitas Zara berkisar antara . Analisis hasil penyebaran kuesioner pada Zara berdasarkan variabel kualitas kerja ( x4) yaitu bentuk bahwa skor rata-rata adalah 3,83 yang berada di kisaran setuju yang artinya kualitas kerja dari produk Zara positif bagi konsumennya . Skor jawaban dari 150 responden tentang pengaruh kualitas produk mengenai kualitas kerja dari produk.

Rata –rata rentang skala:



5. Analisis hasil penyebaran kuisisioner produk Zara berdasarkan desain (X5) Skor jawaban dari 150 responden tentang pengaruh kesan kualitas Zara di Kelapa Gading Jakarta Utara dapat dilihat pada tabel 4.16

**Tabel 4.16**

**Hasil Analisis Deskriptif dengan Dimensi Desain**

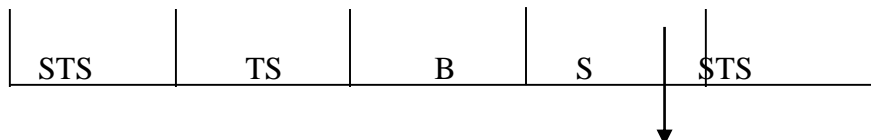


No	Kesan Kualitas	Kriteria Pernyataan					Mean
		Sangat Setuju	Setuju	Biasa	Tdk Setuju	Sgt Tdk Setuju	
		5	4	3	2	1	
1.	Desain produk Zara mengikuti perkembangan Fashion saat ini	47	68	34	1	0	4,07
	Desain Zara memiliki kualitas yang menarik	10	72	61	7	0	3,57
	Fungsi Zara memberikan isitimewa bagi pemakainya	8	47	66	29	0	3,23
Rata –rata							3,81

Sumber : kuesioner

Berdasarkan pada tabel 4.16 diperoleh informasi bahwa rentang skala pada Desain produk Zara berkisar antara . Analisis hasil penyebaran kuesioner pada Zara berdasarkan variabel kesan kualitas ( x5) yaitu bentuk bahwa skor rata-rata adalah 3,81 yang berada di kisaran setuju yang artinya kualitas kerja dari produk Zara positif bagi konsumennya. Skor jawaban dari 150 responden tentang pengaruh kualitas produk mengenai keandalan dari produk.

Rata –rata rentang skala:





1,0                      1,8                      2,6                      3,4                      3,81                      4,2                      5,0

**B. Analisis Hasil Penyebaran Kuesioner Produk Zara Berdasarkan Variabel Kepuasan**

**Konsumen ( Y )**

Skor jawaban dari 150 responden tentang pengaruh kesan kualitas Zara di Kelapa

Gading Jakarta Utara dapat dilihat pada tabel 4.17

**Tabel 4.17**

**Hasil Analisis Variabel Kepuasan Konsumen**

No	Kesan Kualitas	Kriteria Pernyataan					Mean
		Sangat Setuju	Setuju	Biasa	Tdk Setuju	Sgt Tdk Setuju	
		5	4	3	2	1	
1	Saya senang membeli produk Zara	15	74	60	1	0	3,69
2	Produk –produk Zara memenuhi harapan saya	6	29	80	35	0	3,04
3	Saya akan melakukan pembelian ulang produk Zara	17	85	45	3	0	3,77
4	Saya akan merekomendasikan kepada kerabat mengenai produk	10	54	68	18	0	3,37
Rata – rata							3,46

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber dan menyebutkan sumbu  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Sumber : data kuesioner

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Berdasarkan pada tabel 4.17 diperoleh informasi bahwa rentang skala pada kepuasan konsumen Zara . yaitu bentuk bahwa skor rata-rata adalah 3,46 yang berada di kisaran setuju yang artinya kepuasan konsumen dari produk Zara positif bagi konsumennya . Skor jawaban dari 150 responden tentang pengaruh kualitas produk mengenai kepuasan konsumen

#### A Uji Keberatan Model ( Uji F)

Uji F digunakan untuk melihat apakah model regresi penelitian layak untuk digunakan dalam penelitian . Dapat diketahui nilai F hitung pada tabel 4.18 .

**Tabel 4.18**

#### **Pengujian Keberatan Model ( Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	261.853	5	52.371	21.259	.000 <sup>b</sup>
	Residual	354.740	144	2.463		
	Total	616.593	149			

- a. Dependent Variable: kepuasan
- b. Predictors: (Constant), KKS, DESAIN, KK, BTK, FITUR

Berdasarkan uji F pada tabel 4.20 diketahui bahwa nilai F hitung 21.259 ( sig 0,00 < 0,05), hal ini berarti semua variabel berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat . Penelitian dapat dilanjutkan lagi .



B. Uji Signifikan Koefisian ( Uji t)

Uji t digunakan untuk melihat signifikasi model regresi. Apakah variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Tabel 4.19 dengan bantuan program SPSS dapat dianalisis sebagai berikut:

Tabel 4.19

Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.002	1.214		1.650	.101
DESAIN	.187	.081	.157	2.315	.022
FITUR	.286	.128	.225	2.238	.027
BTK	.160	.094	.151	1.705	.090
KK	.234	.094	.189	2.476	.014
KKS	.196	.072	.195	2.709	.008

Dependen Variabel : Kepuasan Konsumen

(1) Pengaruh desain terhadap kepuasan konsumen

Besar koefisien regresi variabel desain sebesar 0,187 dengan nilai t hitung adalah 2,315( sig 0,022 > 0,05), menunjukkan bahwa variabel desain produk sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen .

(2) Pengaruh fitur terhadap kepuasan konsumen

Besar koefisien regresi variabel desain sebesar 0,286 dengan nilai t hitung adalah 2,238( sig 0,027 > 0,05), menunjukkan bahwa variabel fitur produk sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen .

(3) Pengaruh bentuk terhadap kepuasan konsumen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menuliskan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan kritik dan tinjauan pada satu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie





- a. Predictors: (Constant), KKS, DESAIN, KK, BTK, FITUR
- b. Dependent Variable: kepuasan

Berdasarkan tabel 4.20 , nilai R menunjukkan angka 0,652 yang berarti memiliki hubungan yang positif tetapi tidak terlalu kuat pada tingkat antara variabel dimensi kualitas produk (X) dan variabel Y . sedangkan pada nilai R square adalah 0,405 berarti sekitar 23% variabel bebas dapat dijelaskan oleh variabel terikat dan sisanya sekitar 77 % dijelaskan oleh faktor- faktor lain . Disini menunjukkan bahwa kualitas produk dengan dimensinya Mempengaruhi kepuasan konsumen dalam memutuskan membeli produk Zara

$$KPN= 2,002+0,187+0,286+0,160\beta+0,234kk+0,196kks$$

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## Rangkuman Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil uraian data yang sudah ada tersebut dapat dikemukakan beberapa hal berikut:

### 1. Profile Responden

#### a. Jenis Kelamin

Dari 150 responden penelitian, jumlah responden yang memakai produk Zara adalah wanita.

#### b. Usia

Dari 150 responden penelitian, yang memakai produk Zara terbanyak berada di usia 26-35 sebanyak 79 orang sebesar 52,7%.

#### c. Pendidikan

Dari 150 responden penelitian yang memakai produk Zara terbanyak adalah 73 orang sebesar 48,7%

#### d. Pekerjaan

Dari 150 responden penelitian, jumlah responden terbanyak yang memakai produk Zara adalah memiliki pekerjaan sebagai karyawan sebesar 52 orang atau sebesar 32,7 % .

#### e. Pengeluaran

Dari 150 responden penelitian, jumlah responden terbanyak yang memakai produk Zara yang memiliki tingkat pengeluaran sebesar lebih dari 5.000.000,00 yaitu sebanyak 34 orang atau sebesar 22,7 %

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Dari hasil penelitian pada tabel 4.20 output regresi terlihat bahwa variabel bentuk , fitur , kualitas kerja , kesan kualitas , dan desain mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,425
3. Besarnya pengaruh bentuk, fitur, kualitas kerja, kesan kualitas, dan desain terhadap kepuasan konsumen yang terdapat pada tabel 4.20 hasil ouput uji regresi dapat disimpulkan dari nilai adjusted R square yaitu 0,405 menunjukkan pengaruhnya positif .

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## Kesimpulan dan saran

### A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dianalisis, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Bentuk Produk tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Zara.
2. Fitur Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Zara.
3. Kualitas Kerja memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
4. Kesan Kualitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
5. Desain Produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### B. SARAN

Berdasarkan keseluruhan pembahasan yang telah ada maka penulis ingin memberikan saran-saran yang dapat bermanfaat bagi PT. Mitra Adi Perkasa sebagai produsen Zara, yaitu sebagai berikut:

1. Pada variabel yang sudah diteliti menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sehingga Zara harus dapat mempertahankan reputasinya di dunia fashion.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Bagi penulis bisa meneliti unsur lain ( faktor- faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen .
3. Desain , bentuk , kualitas kerja , kesan kualitas , dan fitur harus selalu dikembangkan Oleh Zara agar dapat dipertahankan sehingga dapat menaikkan nilai dari produknya dan perusahaan.

Ucapan terimakasih

Saya ucapkan terimakasih kepada teman- teman yang telah membantu saya dan dalam pembuatan skripsi serta kedua orang tua dan saudara- saudara saya. Dan kepada dosen pembimbing yang telah membimbing saya dalam pembuatan skripsi ini.

### DAFTAR PUSTAKA

Kotler , Philip dan Gary , Armstrong (2012 ) , *prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi 13,Jilid.1 Jakarta: Erlangga.

Kotler dan Keller.2012. *Marketing Management* Edisi 14, Prentice Hall. Pearson.

Mowen, J dan Minor, Michael. 2011, *Perilaku Konsumen* Edisi Kelima Erlangga, Jakarta

Kotler dan Keller ( 2012), *Marketing Management* , Edisi 14, Prentice Hall. Pearson .

Del I. Hawkins Roger J. Best , Kenneth A. Conney , Edisi 12 , *consumer behaviour* :

*Building marketing strategy* , New York : Mc Graw Hill .

Hak cipta milik IBI Kwik Kian Gie (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Craven, D. W., & Percy, N. F. (2013), *Strategic Marketing International* ,Edisi 10, New York: Mc Graw Hill.

Cooper, D. R., & Schindler, P. S (2014), *Business Research Methods* , Edisi 12, NewYork: McGraw-Hill Education.

Chozali, I. (2012), *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20* , Edisi 6, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

O.C Ferrell ., Michael D. Hartline (2011), *Marketing Strategy* , Fifth Edition, South –westrn: Cengage Learning .

Sugiyono ( 2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*, Bandung: Alfabeta.

Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2011). *Business Research Methods* , Edisi 10, NewYork: McGraw-Hill Education.

Sugiyono ( 2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*, Bandung: Alfabeta.

Damodar N. Gujarati and Dawn C. Porter. (2012), *Dasar–dasar Ekonometrika*, Jakarta: Salemba Empat.



Sekaran Uma & Bougie, Roger (2011), *Research method for business a skill building approach*,  
United Kingdom: John Wiley & sons ltd.

Damodan N. Gujarati and Dawn C. Porter. (2012), *Dasar-dasar Ekonometrika*, Jakarta: Salemba  
Empat.

(<http://www.lifeviva.co.id>) diakses pada 15 desember 2016

(<http://www.wikipedia.org>) diakses pada 6 desember 2016.

(<http://www.marketing.co.id/zara-merek-miliaran-euro-tanpa> iklan) diakses pada 25 desember  
2016

(<https://finance.detik.com>) diakses pada 30 desember 2016