



PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DARI PRODUK BRAND THANKS INSOMNIA DI JAKARTA

Ibnu Malik Abizaer

Abizaer91@yahoo.com

Lily Harjati, Ir., MM.

ABSTRAK

Perkembangan *fashion* di Indonesia dikuasai oleh kehadiran berbagai macam brand luar negeri yang masuk ke Indonesia sehingga masyarakat berpresepsi bahwa brand luar negeri mempunyai kualitas desain yang jauh lebih baik dibandingkan produk dalam negeri. Bagaimana kualitas produk dan kualitas pelayanan brand Thanks Insomnia mempengaruhi kepuasan pelanggan dari produk brand Thanks Insomnia adalah dasar penelitian ini. Penelitian ini didasari oleh teori kualitas produk yaitu bentuk, fitur, peforma kualitas, penyesuaian, daya tahan, kehandalan, dan gaya. Teknik pengambilan data digunakan adalah *restricted random sample*, dimana peneliti mengambil sampel ditarik dari populasi yang telah dikelompokkan lebih dahulu kemudian populasi dibagi atas kelompok selanjutnya ditarik beberapa buah sampel sebagai acuan kuesioner valid dan reliabel. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan variabel kualitas pelayanan juga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan brand Thanks Insomnia kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan brand Thanks Insomnia.

Kata kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, *Restricted Random Sample*

ABSTRACT

The development of fashion in Indonesia is dominated by the presence of various kinds of foreign brands that go to Indonesia so the public has the perception that overseas brands have better quality than domestic brands. How product quality and service quality of brand Thanks Insomnia affect customer satisfaction of brand products Thanks Insomnia is the basis of this research. This research is based on product quality theory that is shape, features, quality performance, adjustment, durability, reliability, and style. Data retrieval technique used is restricted random sample, where researchers take samples drawn from populations that have been grouped first then the population divided into groups then drawn some samples as a valid questionnaire and reliable. Based on result of hypothesis test show that variable of product quality and service quality influence to customer satisfaction and service quality variable also have significant effect to customer satisfaction. The conclusion of this research is product quality have positive and significant effect to customer satisfaction of brand Thanks Insomnia quality of service have positive and significant influence to customer satisfaction of brand Thanks Insomnia.

Key Words : Product Quality, Service Quality, Costumer Satisfaction, Restricted Random Sample



PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan mode dalam dunia *fashion* internasional menyebabkan banyak munculnya tuntutan di dalam masyarakat untuk selalu update terhadap *fashion*. Keindahandan gaya dan style yang terus menerus mengalami perubahan dari satu periode ke periode berikutnya, dari generasi ke generasi. Terutama di kalangan anak muda yang ingin masih mencari jati diri dan ingin masuk kedalam pergaulan yang lebih luas, untuk itu mereka selalu di tuntut untuk mengikuti perkembangan *fashion* agar terlihat lebih menarik dan modis di antara teman teman pergaulannya. Menurut survei secara psikologi, berbusana yang baik dan benar juga mempengaruhi mood seseorang.

Di Indonesia perkembangan *fashion* sudah cukup pesat dengan dukungan kreativitas dan inovasi desainer muda walaupun pada beberapa tahun sebelumnya dikuasai oleh kehadiran berbagai macam brand luar negeri yang masuk ke Indonesia. Hal ini membuat masyarakat Indonesia berprsepsi bahwa brand luar negeri mempunyai kualitas dan desain yang jauh lebih baik dibandingkan dengan produk dalam negeri, sehingga membuat penjualan produk *fashion* di dalam negeri menjadi melemah pada tahun tahun sebelumnya. Sebenarnya, brand local memiliki kualitas yang tidak kalah dibandingkan produk luar negeri. Padahal produk luar negeri memasang harga yang jauh lebih mahal dibandingkan dengan produk lokal asli karya anak bangsa. Akan tetapi banyak masyarakat yang melihat dari segi harga bukan dari segi kualitas. Sangat disayangkan jika menilai suatu karya seni *fashion* sekedar dari materi semata. Perkembangan *fashion* yang semakin cepat di Indonesia ini tentunya dapat membawa dampak baik dan buruk. Dampak baiknya, bisa membuat masyarakat Indonesia menjadi semakin modis, sedangkan dampak buruknya membuat produk *fashion* dalam negeri menjadi tidak berkembang. Maka dari itu, harusnya pemerintah perlu mendukung produk *fashion* local dengan cara memperbanyak festival budaya Indonesia ataupun segala bentuk kegiatan yang menyangkut dengan masalah kebudayaan.

Di Indonesia pun mempunyai brand *fashion* local sendiri. Salah satu yang menarik perhatian peneliti adalah produk *fashion* dari brand Thanks Insomnia. Brand berbasis supply dan memiliki nama unik ini tentunya merupakan suatu inovasi yang membuat masyarakat Indonesia khususnya di kalangan remaja yang selalu menanti akan produk – produk baru mereka. Brand yang sudah menapaki kakinya di blantika industry kreatif Indonesia sejak tahun 2011 ini sudah tidak diragukan lagi keberadaanya sebagai barometer brand *fashion* di Indonesia. Mengingat akan tampilan yang simple dan kalem melekat pada produknya, juga kesan casual yang pas dan cocok untuk dipakai anak muda sekarang. Thanks Insomnia membuat konsumen di kalangan remaja sangat antusias untuk mendapatkan produknya.

Thanks Insomnia sering mengikuti acara event *fashion* di Indonesia. Salah satu eventnya adalah Jakcloth. Jackloth merupakan event tahunan dimana tempat berkumpulnya ratusan brand *fashion* local tepatnya di Jakarta. Peneliti melakukan survey langsung tempat tersebut. Peneliti melihat antrian yang panjang pada stand brand Thanks Insomnia. Hal tersebut adalah salah satu bukti bahwa brand lokal mempunyai kualitas produk yang tidak kalah dengan produk luar negeri.

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.



Thanks Insomnia juga mempunyai visi demi meningkatkan kualitas layanannya. Seperti Karyawan yang memberikan layanan yang tepat sesuai dengan kebutuhan pelanggan, karyawan selalu cepat dalam merespon pelanggan, mempunyai distro yang nyaman dan bersih. Hal ini tentu akan meningkatkan kepuasan dari para pelanggannya, sehingga produsen berharap konsumen dapat melakukan pembelian ulang dan akan menggunakan produknya secara terus menerus.

Berdasarkan paparan tersebut bahwa kualitas produk dan kualitas layanan mempunyai kontribusi atau pengaruh yang cukup dominan untuk konsumen dalam memprespsikan kepuasan di produk dan jasanya. Secara teoritis, faktor tersebut dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya, namun perlu dibuktikan secara empiris bagaimana sumbangan faktor tersebut terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Brand Thanks Insomnia.

B. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penulisan ini adalah:

1. Bagi perusahaan
 - a. Dapat dijadikan informasi dalam memperbaiki kualitas produk dan kualitas layanan di masa datang.
 - b. Dijadikan informasi bagi produsen untuk memperhatikan kualitas produk, dan meningkatkan kualitas layanan terhadap produk mereka.
2. Bagi pembaca
 - a. Agar dapat menambah wawasan mengenai kualitas produk dan kualitas pelayanan.
 - b. Mendorong penelitian lain untuk melakukan penelitian lanjutan mengenai keunggulan produk.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

1. Kualitas Produk

Menggunakan definisi American Society for Quality Control : Kualitas (*quality*) adalah totalitas fitur dan karakterististik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. (Kotler dan Keller ; 2013:143). Definisi kualitas produk menurut Goetsch dan Davis dalam Tjiptono (2016:114), kualitas sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Menurut Kotler dan Keller (2013:8), terdapat 9 dimensi kualitas produk yang membedakan suatu produk dengan yang lainnya yaitu :

- a. Bentuk (form)

Banyak produk dapat dibedakan berdasarkan ukuran, bentuk atau stuktur fisik bentuk produk.
- b. Fitur
Sebagian besar produk dapat ditawarkan dengan berbagai keistimewaan, yakni karakteristik yang gsi dasar produk.



- c. Penyesuaian
Pemasar dapat membedakan produk dengan menyesuaikan produk tersebut dengan keinginan perorangan.
- d. Kualitas Kinerja (performance quality)
Kualitas kinerja adalah tingkat dimana karakteristik utama produk beroperasi. Kualitas menjadi dimensi yang semakin penting untuk dibedakan ketika perusahaan menerapkan sebuah model nilai dan memberikan kualitas yang lebih tinggi dengan uang yang lebih rendah.
- e. Kualitas Kesesuaian (conformance quality)
Dimensi ini menunjukkan seberapa jauh suatu produk dapat menyamai standar atau spesifikasi tertentu yang dijanjikan.
- f. Ketahanan (durability)
Daya tahan atau keawetan menunjukkan suatu pengukuran terhadap siklus produk, yaitu ukuran usia yang diharapkan atas beroperasinya produk dalam kondisi normal atau berat baik secara teknis maupun waktu.
- g. Keandalan (reliability)
Pembeli biasanya akan membayar lebih untuk produk yang lebih diandalkan. Keandalan adalah ukuran probabilitas bahwa produk tidak akan mengalami malfungsi atau gagal dalam periode waktu tertentu.
- h. Kemudahan Perbaikan (repairability)
Kemudahan perbaikan adalah ukuran kemudahan perbaikan produk ketika produk itu tidak berfungsi atau gagal. Kemudahan perbaikan yang ideal terjadi jika pengguna dapat memperbaiki sendiri produk tersebut dengan sedikit biaya dan waktu.
- i. Gaya
Menggambarkan penampilan dan perasaan yang ditimbulkan oleh produk itu bagi pembeli, serta totalitas keistimewaan yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan pelanggan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2012:49) mengemukakan bahwa kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Pujawan (2010:97) mendefinisikan kualitas pelayanan (service quality) sebagai hasil persepsi dan perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa pelayanan, yaitu expected service (pengalaman yang diharapkan) dan perceived service (pelayanan yang diterima).

3. Kepuasan Pealnggan

Menurut Kotler dan Keller (2013:14), kepuasan ialah mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapannya (atau hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasi. Jika kinerja produk tersebut tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan tersebut tidak puas dan kecewa. Jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi, pelanggan tersebut puas. Jika kinerja produk melebihi ekspektasi pelanggan tersebut senang. Menurut Kotler dan Keller (2013:138), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang di persepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memnuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas dan senang. Menurut Zeithaml dan Bitner (2013:180), kepuasan adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dipresepikan sesuai

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.



dengan harapan pembeli. Kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang di terima oleh konsumen. Jika produk tersebut jauh dibawah harapan, konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika produk tersebut memenuhi harapan, konsumen akan puas.

B. Hipotesis Penelitian

H1 : Kualitas produk berpengaruh positif kepada Kepuasan Pelanggan

H2 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif kepada Kepuasan Pelanggan

**BAB III
METODE PENELITIAN**

A. Objek Penelitian

Pada penelitian skripsi ini,yang menjadi objek penelitian yaitu pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Subjek penelitian yang diambil yaitu para pengguna baju brand Thanks Insomnia android di Jakarta. Objek variabel penelitian ini yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Penelitian dilakukan dengan menyebar kuesioner dan akan mengambil sampel sebanyak 100 orang responden yang dilakukan pada bulan April 2017.

B. Variabel penelitian

Dalam kasus ini, variabel independennya adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan. Variabel dependennya adalah kepuasan pelanggan.

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Produk	Bentuk	<ul style="list-style-type: none"> • Model dari baju dari produk brand Thanks Insomnia menarik • Ukuran/size yang sesuai dengan pelanggan 	Interval
	Fitur	<ul style="list-style-type: none"> • Konsep design spesifik dan digemari pelanggan terkini 	Interval
	Peforma Kualitas	<ul style="list-style-type: none"> • Saya merasa nyaman memakai produk tersebut 	Interval
	Penyesuaian	<ul style="list-style-type: none"> • Produk brand Thanks Insomnia mempunyai konsistensi kualitas dari waktu ke waktu 	Interval
	Daya Tahan	<ul style="list-style-type: none"> • Produk brand Thanks Insomnia tidak luntur pada saat dicuci 	Interval
	Kehandalan	<ul style="list-style-type: none"> • Produk brand Thanks Insomnia kuat sehingga tidak mudah robek • Produk brand Thanks Insomnia memiliki bahan bagus dari brand lain 	Interval
	Gaya	<ul style="list-style-type: none"> • Saya merasa bangga ketika memakai produk brand Thanks Insomnia • Saya merasa modis 	Interval

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.



Kualitas Pelayanan © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	Bukti fisik	<ul style="list-style-type: none"> • Penampilan karyawan yang modis • Distro brand Thanks Insomnia memiliki tempat yang nyaman dan bersih 	Interval
	Empati	<ul style="list-style-type: none"> • Karyawan ramah dalam melayani pelanggan • Karyawan memahami kebutuhan pelanggan 	Interval
	Keandalan	<ul style="list-style-type: none"> • Karyawan memberikan layanan yang tepat sesuai kebutuhan pelanggan • Karyawan menyediakan layanan sesuai waktu yang dijanjikan 	Interval
	Daya tanggap	<ul style="list-style-type: none"> • Karyawan cepat dalam menanggapi keluhan saya • Karyawan memiliki kesungguhan dalam menyelesaikan masalah saya 	Interval
	Jaminan	<ul style="list-style-type: none"> • Mempunyai tempat parkir yang aman • Karyawan sopan dalam menanggapi pelanggan 	Interval
Keputusan Pelanggan	Melakukan pembelian ulang secara teratur	<ul style="list-style-type: none"> • Saya akan melakukan pembelian ulang produk merek brand Thanks Insomnia 	Interval
	Membeli antar lini produk atau jasa	<ul style="list-style-type: none"> • Saya akan membeli produk produk lainnya dari brand Thanks Insomnia 	Interval
	Merefrensikan kepada orang lain	<ul style="list-style-type: none"> • Saya akan merekomendasikan kepada orang lain 	Interval
	Menunjukkan kekebalan terhadap pesaing	<ul style="list-style-type: none"> • Saya akan menggunakan produk brand Thanks Insomnia di waktu yang akan datang 	Interval

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *non-Probability sampling*. Dengan pendekatan subjektif seperti *non - Probability sampling*, probabilitas dalam memilih elemen populasi tidak diketahui. Teknik pengambilan sampel tidak memberi peluang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sampel dipilih berdasarkan kriteria yang ditentukan oleh peneliti (terbatas) disebut *judgement sampling*. Hal ini bertujuan agar data yang diperoleh dari responden lebih akurat karena pengambilan sampel ditujukan hanya untuk para responden yang sudah menggunakan produk brand Thanks Insomnia di Jakarta Pusat.

D. Teknik Pengumpulan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk dari brand Thanks Insomnia. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*, dimana semua elemen populasi belum tentu memiliki peluang yang

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.



sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Oleh karena itu, dengan metode *nonprobability sampling* peneliti dapat meyakinkan bahwa sampel merupakan perwakilan populasi dari mana sampel ditarik dan error dalam pengambilan sampel juga dapat dikurangi. Teknik pendekatan yang digunakan adalah *judgement sampling*, yaitu pengambilan sampel dilakukan dengan terlebih dahulu menentukan batasan-batasan atau kriteria bahwa sampel yang diambil dapat mewakili populasi tersebut. Dalam hal ini, penulis menetapkan kriteria responden yang dipilih adalah responden dengan minimal usia 18 tahun yang pernah membeli produk brand Thanks Insomnia di Jakarta.

E. Teknik Analisis Data

Untuk dianalisis agar dapat menjadi informasi yang berguna untuk menjawab masalah yang ada. Alat bantu berupa software komputer yang digunakan untuk menganalisis data adalah SPSS 20. Teknik analisis data yang akan digunakan peneliti ini yaitu :

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah sejauh mana suatu tes mengukur apa yang sebenarnya ingin kita ukur. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Salah satu kriteria validitas yang telah umum digunakan dan yang peneliti pakai di dalam penelitian ini adalah Construct Validity.

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuisisioner yang harus dibuang atau diganti karna dianggap tidak relevan. Penelitian ini melakukan pengujian validitas menggunakan korelasi product moment, rumusnya adalah:

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2] [n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah kontributor yang dibutuhkan untuk tetapi bukan syarat yang cukup untuk mendapatkan validitas. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jadi reliabilitas merupakan instrument yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relative konsisten apabila alat ukur digunakan berulang kali. Dari sekian banyak teknik untuk mengukur reliabilitas, penulis menggunakan teknik Cronbach Alpha yang rumusnya adalah sebagai berikut :

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

3. Analisis Deskriptif

a. Presentase

Setiap jawaban pertanyaan yang terkumpul dari hasil pengumpulan kuisisioner akan ditabulasikan dengan memberikan presentase pada masing-masing jawaban.

Rumus:

$$Pr = \frac{\text{Jumlah Responden}}{\text{Total Jumlah Responden}} \times 100$$

b. Rata-rata

Setelah memperoleh data yang lengkap, maka harus dicari nilai rata-ratanya. Perhitungan nilai rata-rata skor adalah dengan menjumlahkan seluruh bobot dibagi dengan jumlah total responden secara sistematis, rata-rata skor adalah dengan menjumlahkan seluruh bobot dibagi dengan jumlah total responden secara sistematis.



Rumus :

$$Fr_1 = \frac{\sum f_1}{n} \times 100\%$$

c. Rentang Skala

Setelah nilai rata-rata diperoleh, maka selanjutnya digambarkan rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Untuk itu, perlu dihitung dengan rumus rentang skala sebagai berikut :

Keterangan :

$$Rs = \frac{m - 1}{m}$$

Skor terbesar adalah 5, skor terkecil adalah 1 dan jumlah kelas atau kategori adalah 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya seperti berikut :

$$RS = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

4. Uji Asumsi Klasik

Pada uji asumsi klasik, peneliti akan menguji data dengan uji normalitas berdasarkan *Kolmogorov-Smirnov Test*, Uji *Multikolinieritas*, dan Uji *Heteroskedastisitas*.

a. Uji Normalitas

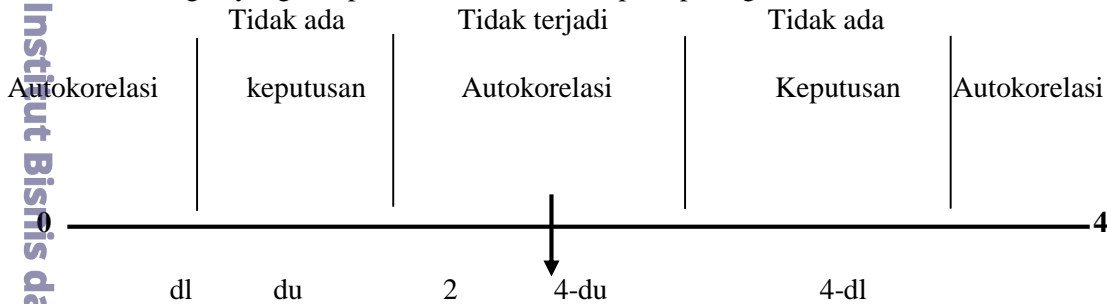
Uji normalitas berguna untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen, atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Jika nilai sig > nilai α 0.05. sehingga dapat disimpulkan bahwa residual data pada penelitian ini berdistribusi normal, dengan demikian asumsi normalitas terpenuhi.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dapat berguna untuk mengetahui apakah pada model regresi yang diajukan telah ditemukan korelasi kuat antar variabel independen. Syarat untuk bebas multikolinieritas adalah jika nilai toleransi > 0.1 dan nilai VIF < 10.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk melihat apakah terjadi korelasi antar satu data dengan data lain. Uji autokorelasi yang digunakan adalah uji *durbin watson*. Untuk melihat apakah terjadi autokorelasi atau tidak yaitu dengan cara menghitung batas atas dan batas bawah, kemudian melihat angka yang ada pada *durbin watson*, seperti pada gambar berikut :



d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Dasar pengambilan keputusan dalam uji ini adalah jika nilai sig pada output coefficient harus > 5% agar tidak terjadi heteroskedastisitas.



5. Uji Regresi Berganda

Jika pada regresi sederhana jumlah variabel bebasnya hanya ada satu, maka penulis menggunakan regresi linier berganda dimana variabel bebasnya lebih dari satu.

Rumus:

$$Y = \beta^0 + \beta^1 X^1 + \beta^2 X^2 + \beta p X p$$

a. Uji Keberartian Model (Uji F)

Uji statistik F menunjukkan apakah variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat.

Uji F digunakan untuk melihat signifikan model regresi, apakah penelitian layak digunakan. Dalam analisisnya menggunakan hipotesis statistik sebagai berikut :

H_0 : $\beta_1 = \beta_2 = 0$

H_a : Tidak semua $\beta_i = 0$

Dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut :

Jika nilai sig ≤ 0.05 atau F hitung $\geq F$ table maka tolak H_0 (ada pengaruh), maka model regresi tersebut dapat digunakan untuk memprediksi Y.

Jika nilai sig > 0.05 atau F hitung $< F$ table maka tidak tolak H_0 (tidak ada pengaruh), maka model regresi tersebut tidak dapat digunakan untuk memprediksi Y.

b. Uji Signifikan Koefisien (Uji t)

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengambilan keputusan menerima atau menolak hipotesis dalam penelitian didasarkan pada pertimbangan signifikan koefisien dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria yang digunakan dalam menentukan suatu variabel independen signifikan atau tidak signifikan adalah sebagai berikut :

H_0 : $\beta_i = 0$

H_a : $\beta > 0$

Dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut :

Jika nilai sig $\leq \alpha$ atau t hitung $\geq t$ table maka tolak H_0 , yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Jika nilai sig $> \alpha$ atau t hitung $< t$ table maka tidak tolak H_0 , yang berarti variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

c. Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi menunjukkan besarnya pengaruh variabel bebas yang diberikan terhadap variabel terikat dalam penelitian (Imam Ghazali, 2011:97). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati 100% berarti variabel variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada dalam selang $0\% \leq R^2 \leq 100\%$ dimana :

$R^2 = 0$, berarti variabel independen (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y)

$R^2 = 1$, berarti variabel independen (X) secara sepenuhnya mampu menjelaskan variabel dependen (Y)



BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Brand Thanks Insomnia merupakan produsen yang bergerak di bidang fashion di Indonesia. Perusahaan ini pertama kali didirikan pada tanggal 11 maret 2012 dan didirikan oleh entrepreneur muda yaitu Mohan. Merek ini mengambil energy modern dari merek fashion muda. Ide mendirikan brand Thanks Insomnia timbul ketika owner melihat peluang traffic penjualan online yang sedang meningkat pada saat itu, hanya dengan memanfaatkan social media sebagai sarana promosi dan meminta bantuan kepada teman – teman lain yang sudah memiliki brand. Nama Thanks Insomnia di buat karena owner melihat banyak anak muda saat ini yang susah tidur, namun kesulitan mereka tidur di malam hari dikonversi dengan kegiatan yang kreatif. Agar memiliki karakter yang tidak mudah ditiru oleh pesaing brand Thanks Insomnia memiliki selogan yang khas dan unik, nama selogan yang mereka buat adalah “The city never sleep”. Hal ini tentu membuat brand Thanks Insomnia bisa lebih mendominasi dalam persaingan pasarnya di Indonesia.

B. Analisa Deskriptif

1. Uji Validitas

Penulis melakukan uji validitas dengan menyebarkan pra kuesioner kepada 30 responden yang pernah membeli produk brand Thanks Insomnia. Hal ini dilakukan agar dapat mengukur valid atau tidak validnya pertanyaan pertanyaan yang ada dalam pra kuesioner yang menjadi sumber untuk data penelitian. Dalam bab III dikemukakan bahwa Berdasarkan r table pearson correlation, untuk n > 30, r > 0.361 atau lebih, dan diperoleh hasilnya sebagai berikut :

Hasil uji validitas Variabel Kualitas Produk

No	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Model baju dari produk brand Thanks Insomnia menarik	0.635	0.361	VALID
2	Ukuran/size dari brand Thanks Insomnia sesuai dengan kebutuhan pelanggan	0.549	0.361	VALID
3	Konsep design spesifik dan digemari pelanggan terkini	0.560	0.361	VALID
4	Produk Thanks Insomnia memiliki bahan yang lebih bagus dari brand lain	0.199	0.361	TIDAK VALID
5	Produk brand Thanks Insomnia tidak luntur pada saat dicuci	0.681	0.361	VALID
6	Saya merasa nyaman ketika saya memakai produk Thanks Insomnia	0.695	0.361	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.



7	Produk Thanks Insomnia mempunyai konsistensi kualitas dari waktu ke waktu	0.529	0.361	VALID
8	Produk Thanks Insomnia kuat sehingga tidak mudah robek	0.595	0.361	VALID
9	Saya bangga ketika memakai produk dari brand Thanks Insomnia	0.721	0.361	VALID
10	Saya merasa modis ketika saya memakai produk dari brand Thanks Insomnia	0.779	0.361	VALID

Hasil Uji Validitas Kepuasan Layanan

No	Item Pertanyaan	r Hitung	r tabel	Keterangan
1	Penampilan karyawan yang modis	0.596	0.361	VALID
2	Distro brand Thanks Insomnia memiliki tempat yang nyaman dan bersih	0.701	0.361	VALID
3	Karyawan ramah dalam melayani pelanggan	0.634	0.361	VALID
4	Karyawan memahami kebutuhan pelanggan	0.700	0.361	VALID
5	Karyawan memberikan layanan yang tepat sesuai dengan kebutuhan pelanggan	0.664	0.361	VALID
6	Karyawan menyediakan layanannya sesuai waktu yang di janjikan	0.604	0.361	VALID
7	Karyawan cepat dalam menanggapi keluhan saya	0.488	0.361	VALID
8	Karyawan cepat dalam menanggapi pelanggannya	0.703	0.361	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.



9	Karyawan memiliki kesungguhan dalam menyelesaikan masalah saya	0.565	0.361	VALID
10	Mempunyai tempat parker yang aman	0.575	0.361	VALID
11	Karyawan sopan dalam menanggapi pelanggan	0.578	0.361	VALID

Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

No	Item Pertanyaan	r Hitung	r tabel	Keterangan
1	Saya akan melakukan pembelian ulang produk merek tersebut	0.744	0.361	VALID
2	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain	0.879	0.361	VALID
3	Saya akan membeli produk produk lainnya dari brand tersebut	0.604	0.361	VALID
4	Saya akan menggunakan produk Thanks Insomnia di waktu yang akan datang	0.817	0.361	VALID

Dari Hasil pengolahan data pra kuisioner maka dapat diketahui bahwa indikator mana di dalam table 4.1 sampai dengan table 4.3 yang valid dan tidak valid, dimana indikator indiikator yang valid digunakan sebagai item pertanyaan dalam kuisioner.

1. Uji Reliabilitas

Penggunaan pengujian reliabilitas oleh penulis adalah untuk menilai konsistensi pada alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan dapat konsisten jika pengukuran tersebut diulang.

Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk

Tabel 4.4

Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk

Cronbach's Alpha	R table	Keterangan
.795	0.60	Reliabel

Dari hasil uji reliabilitas diperoleh Cronbach's Alpha pada tabel 4.4 untuk variabel kualitas produk adalah sebesar 0,795 yang berarti reliabel ($> 0,6$). Artinya jawaban setiap responden dapat diandalkan dan bersifat stabil dari waktu ke waktu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.



b. Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 4.5

Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

<i>Cronbach's Alpha</i>	R table	Keterangan
.749	0.60	Reliabel

Dari hasil uji reliabilitas diperoleh Cronbach's Alpha pada **tabel 4.5** untuk variabel Kualitas Pelayanan adalah sebesar 0,749 yang berarti reliabel ($> 0,6$). Artinya jawaban setiap responden dapat diandalkan dan bersifat stabil dari waktu ke waktu.

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

c. Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Tabel 4.6

Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

<i>Cronbach's Alpha</i>	R table	Keterangan
.749	0.60	Reliabel

Dari hasil uji reliabilitas diperoleh Cronbach's Alpha pada **tabel 4.6** untuk variabel kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,794 yang berarti reliabel ($> 0,6$). Artinya jawaban setiap responden dapat diandalkan dan bersifat stabil dari waktu ke waktu.

Analisis Profil Responden

a. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut ini adalah hasil analisis persentase berdasarkan jenis kelamin dari 100 responden yang terdiri dari laki-laki dan perempuan. Proporsi untuk jumlah jenis kelamin responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7

Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pria	83	83%
2	Wanita	17	17%
	Total	100	100%

Berdasarkan table 4.7 dapat diketahui bahwa responden pria sebanyak 83 orang (83%) Sedangkan responden wanita sebanyak 17 orang atau (17%).

Tabel 4.8

Profil Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	≤ 18 tahun	44	44 %
2	19 - 29 tahun	53	53 %
3	30 - 39 tahun	3	3 %
4	40 - 49 tahun	-	-
5	≥ 50 tahun	-	-
Total	Total	100	100 %

Berdasarkan tabel 4.8 maka dapat diketahui bahwa dari 100 responden, mayoritas yang membeli produk brand Thanks Insomnia adalah berusia 19 – 29 tahun atau sebanyak 53 responden (53%) terbanyak kedua adalah usia ≤ 18 tahun atau sebanyak 44 responden (44%) lalu usia 30 – 39 tahun sebanyak 3 %, sementara tidak ada responden di usia 40 – 49 dan ≥ 50 tahun.



Tabel 4.9
Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	64	64%
2	Karyawan	32	32%
3	Wiraswasta	2	2%
4	Ibu Rumah Tangga	0	0%
5	Lainnya	2	2%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel 4.9 maka dapat diketahui bahwa dari 100 responden, Mayoritas yang membeli produk brand Thanks Insomnia adalah Pelajar/Mahasiswa atau sebanyak 64 responden (64%), terbanyak kedua adalah Karyawan atau sebanyak 32 responden (32%), wiraswasta sebanyak 2 responden (2%), lalu pekerjaan lainnya sebanyak 2 responden (2%) dan untuk ibu rumah tangga tidak ada (0%).

3. Analisis Variabel Penelitian

Berdasarkan jawaban kuesioner yang telah diberikan responden, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

a. Variabel Kualitas Produk

Tabel 4.10
Tanggapan Konsumen Mengenai Variabel Kualitas Produk

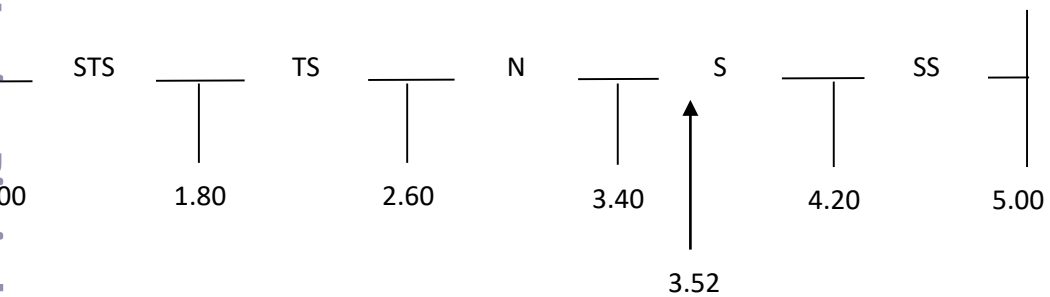
No	Indikator	STS	TS	N	S	SS	Jumlah Skor	Rata-Rata
1	Model Baju dari produk brand Thanks Insomnia menarik	0	3	27	54	16	383	3.83
2	Ukuran/Size dari brand Thanks Insomnia sesuai dengan kebutuhan pelanggan	2	9	47	31	11	340	3.4
3.	Konsep design spesifik dan digemari pelanggan terkini	1	11	39	34	15	351	3.51
4.	Produk Thanks Insomnia tidak luntur pada saat dicuci	2	8	43	38	9	344	3.44

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.



5	Saya merasa nyaman ketika saya memakai produk Thanks Insomnia	0	8	35	44	13	362	3.62
6	Produk Thanks Insomnia mempunyai konsistensi kualitas dari waktu ke waktu	1	13	39	38	9	341	3.41
7	Produk Thanks Insomnia kuat sehingga tidak mudah robek	2	7	38	46	7	349	3.49
8	Saya bangga ketika memakai produk dari brand Thanks Insomnia	0	12	45	34	9	340	3.4
9	Saya merasa modis ketika saya memakai produk dari brand Thanks Insomnia	0	7	39	43	11	358	3.58
Jumlah							3168	31.68
Rata-Rata							352	3.52

Dari table 4.10 menunjukkan bahwa dari 100 responden, dapat disimpulkan bahwa skor rata-rata sebesar 3.52 yang berarti responden setuju bahwa kualitas produk yang dimiliki Thanks Insomnia itu baik.



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.



b. Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 4.11
Tanggapan Konsumen Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

No	Indikator	STS	TS	N	S	SS	Jumlah Skor	Rata-Rata
1	Penampilan karyawan yang modis	0	3	43	45	9	360	3.6
2	Distro brand Thanks Insomnia memiliki tempat yang nyaman dan bersih	0	8	42	39	11	353	3.53
3.	Karyawan ramah dalam melayani pelanggan	0	11	39	43	7	346	3.46
4.	Karyawan memahami kebutuhan pelanggan	0	7	49	39	5	342	3.42
5	Karyawan memberikan layanan yang tepat sesuai dengan kebutuhan pelanggan	0	8	38	50	4	350	3.5
6	Karyawan menyediakan layanannya sesuai waktu yang dijanjikan	1	12	49	30	8	332	3.32
7	Karyawan cepat dalam menanggapi keluhan saya	2	11	36	48	3	339	3.39
8	Karyawan cepat dalam menanggapi pelanggannya	0	8	55	30	7	336	3.36
9	Karyawan memiliki keunggulan dalam menyelesaikan masalah saya	1	13	45	34	7	333	3.33
10	Mempunyai tempat paker yang aman	0	5	49	38	8	349	3.49
11	Karyawan sopan dalam menanggapi pelanggan	1	6	39	46	8	354	3.54
Jumlah							3794	37.94
Rata-Rata							344	3.44

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

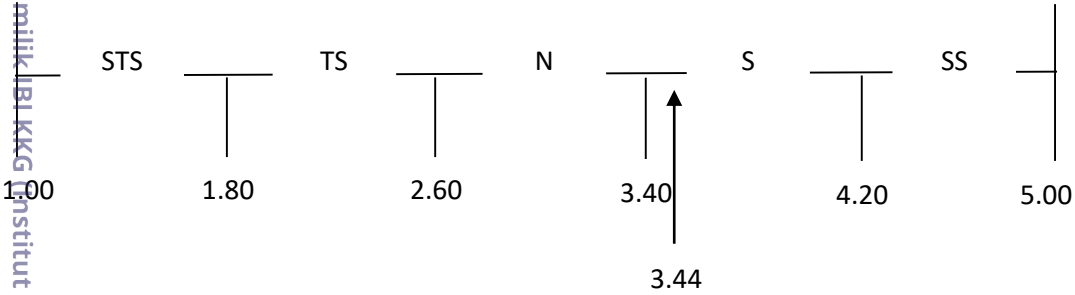
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

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.



Table 4.11 diatas dari 100 responden dapat disimpulkan konsumen setuju kualitas layanan yang di berikan Thanks Insomnia sagatlah bagus dalam memberikan layanannya kepada konsumen yaitu dengan skor 3.44. Skor tersebut menunjukkan bahwa konsumen setuju dengan kualitas layanan yang di berikan oleh Thanks Insomnia.



Variabel Kepuasan Pelanggan

Tabel 4.12
Tanggapan Konsumen mengenai Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Indikator	STS	TS	N	S	SS	Jumlah Skor	Rata-Rata
1	Saya akan melakukan pembelian ulang produk merek brand Thanks Insomnia	0	4	49	38	9	352	3.52
2	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain	0	14	47	34	5	330	3.3
3.	Saya akan menggunakan menggunakan produk Thanks Insomnia di waktu yang akan datang	0	6	49	40	5	344	3.44
4	Saya akan membeli produk produk lainnya dari brand Thanks Insomnia	1	5	41	45	8	354	3.54
	Jumlah						1400	14
	Rata-Rata						345	3.45

Tabel 4.12 diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan yang diberikan oleh brand Thanks Insomnia sudah setuju dengan analisis skor sebesar 3.45. Skor tersebut menunjukkan bahwa konmen setuju dengan kepuasan pelanggan yang diciptakan brand Thanks Insomnia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

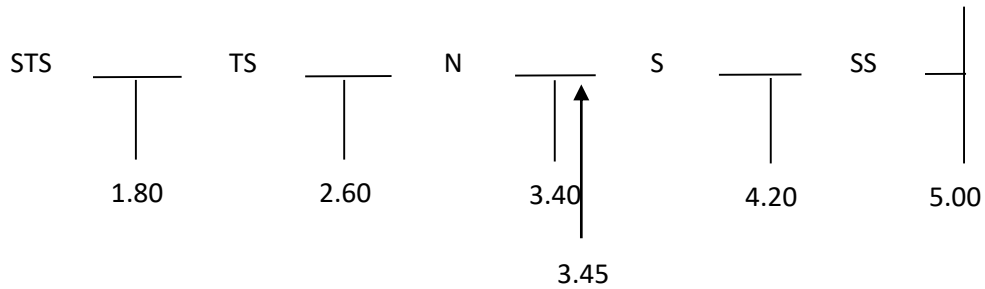
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



C Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Uji Asumsi Klasik
1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variable, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak

Tabel 4.13

Tabel Hasil Uji Normalitas

Statistik	Nilai
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.969

Berdasarkan output pada table 4.14 di atas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0.969 lebih besar dari pada 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang telah di uji berdistribusi normal.

2. Multikolienieritas

Uji Multikolineritas bertujuan untuk menunjukkan adanya korelasi atau hubungan kuat antara variable bebas atau lebih dalam sebuah model regresi berganda.

Tabel 4.14

Tabel Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Statistik Kolinieritas	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
(constant)	5.336	1.189			
Kualitas Produk	.134	.046	.336	.495	2.021
Kualitas Layanan	.111	.043	.304	.495	2.021

Berdasarkan output pada table 4.14 diatas dapat disimpulkan Nilai Tolerance variable Kualitas Produk dan Kualitas Layanan yakni sebesar 0.495 lebih besar dari 0.10. Sementara itu, nilai VIF variable Kualitas Produk dan Kualitas Layanan yakni sebesar 2.021 lebih kecil dari 10.000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Multikolonieritas.

3. Uji Autokorelasi

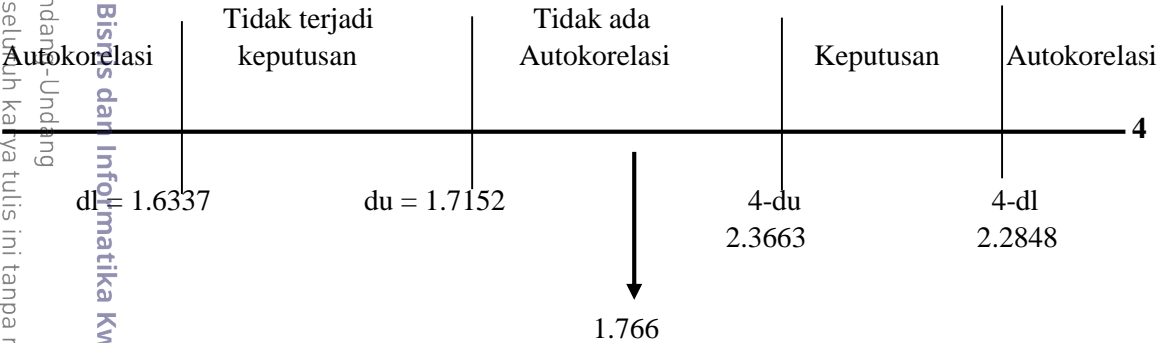
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan uji Durbin Watson. Jika memiliki 2 variabel bebas dan 1 variabel dependen, maka batas untuk $n=100$ dengan $\alpha=5\%$ diperoleh $dl= 1.6337$ dan $du= 1.7152$.

Tabel 4.15
Tabel Hasil Uji Autokorelasi

Statistik	Nilai	dl	Du
Durbin watson	1.766	1.6337	1.7152



Berdasarkan output pada table 4.15 di atas, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi di data yang ada, karena nilai *Durbin Watson* berada di rentang tidak terjadinya autokorelasi.

4) Uji Heteroskedastisitas

Metode uji heterokedastisitas digunakan untuk menunjukkan ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas yaitu adanya ketidak samaan dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Standar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas jika nilai sig pada output coefficient harus $>5\%$ (0.05) agar tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.16
Tabel Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig
Kualitas Produk	0.201
Kualitas Layanan	0.808

Berdasarkan hasil ouput pada table 4.16 diatas dapat diketahui nilai signifikansi variable Kualitas Produk sebesar 0.201 lebih besar dari 0.05 dan nilai signifikansi variable Kualitas Layanan sebesar 0.808 lebih besar dari 0.05. dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

D. Uji Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variable independen dengan variable dependen apakah masing – masing variable independen berpengaruh positif



atau negatif dan untuk memprediksi nilai variable dependen apabila nilai variable independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Tabel 4.17
Hajil Uji Regresi Linear Berganda

Model	B	Sig.
Constant	5.336	.000
Kualitas Produk	.134	.005
Kualitas Layanan	0.111	.010

Berdasarkan ouput pada table 4.17 model regresi yang di dapat adalah:

$$Y = 5.336 + 0.134 x_1 + 0.111 x_2$$

Y = Kepuasan Pelanggan

x_1 = Kualitas Produk

x_2 = Kualitas Layanan

1. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variable bebas secara bersama – sama (simultan) terhadap variable terikat. Apakah model regresi penelitian fit ataukah tidak, sehingga layak untuk digunakan dalam penelitian.

Tabel 4.18
Hasil Uji Signifikansi simultan (Uji F)

Model	Jumlah Kuadrat	Derajat Bebas	Kuadrat Tengah	F	Sig
Regression	107.351	2	53.676	26.210	.000 ^b
Residual	198.649	97	2.048		
Total	306.000	99			

Berdasarkan data ouput pada table 4.18 diatas, nilai sig yang di dapat yaitu sebesar $0.000 \leq 0.05$ artinya model regresi dapat digunakan.

2. Uji T

Uji T digunakan untuk menguji secara parsial masing – masing variable. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t table atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing – masing t hitung. Jika probabilitas nilai t atau signifikansi < 0.05 , maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variable bebas terhadap variable terikat secara parsial.

Tabel 4.19
Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients	T	Sig.
	B		
(Constant)	5.336	4.488	.000
Kualitas Produk	.134	2.889	.005
Kualitas Layanan	.111	2.617	.010



Dari hasil output table 4.19 diatas, dapat disimpulkan bahwa dalam uji t nilai signifikansi kualitas produk 0.005, dan nilai signifikansi kualitas layanan sebesar $0.010 < 0.05$. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

3. Koefisien Determinasi R^2 (Adjusted R Square)

Uji ini bertujuan untuk menentukan proporsi atau presentase total variasi terikat yang diterangkan oleh variable bebas dalam penelitian.

Tabel 4.20
Tabel Hasil Uji R^2

Statistik	R Square
Nilai	.351

Berdasarkan output pada table 4.20 diatas, diketahui nilai koefisien determinasi (R square) sebesar 0.351 artinya bahwa kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 35.1%, sedangkan sisanya ($100\% - 35.1\% = 64.9\%$) dipengaruhi variable lain diluar model regresi ini.

E. Hasil Penelitian

Berdasarkan data – data yang telah di olah dan dianalisis, maka dapat disimpulkan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Jumlah responden dari (100 responden) terbanyak berdasarkan usia adalah 19 – 29 tahun sebanyak 53 responden, berdasarkan jenis kelamin di dominasi oleh pria sebanyak 83 responden sisanya wanita sebesar 17 responden, sedangkan berdasarkan pekerjaan adalah Pelajar/Mahasiswa sebanyak 64 responden.
2. Berdasarkan tabel analisis skor variabel kualitas produk dari 100 responden, diperoleh skor rata rata sebesar 4.15 dimana posisi tersebut berada pada rentang skala setuju yang artinya responden setuju bahwa brand Thanks Insomnia memiliki kualitas produk yang bagus.
3. Berdasarkan tabel analisis skor variabel kualitas layanan dari 100 responden, diperoleh skor rata rata sebesar 3.44 dimana posisi tersebut berada pada rentang skala sangat setuju yang artinya responden sangat setuju bahwa brand Thanks Insomnia memiliki kualitas layanan yang baik bagi konsumen.
4. Berdasarkan tabel analisis skor variabel kepuasan pelanggan dari 100 responden, diperoleh skor rata rata sebesar 3.45 dimana posisi tersebut berada pada rentang skala setuju yang artinya responden setuju bahwa konsumen telah merasakan puas kepada brand Thanks Insomnia.
5. Dari hasil pengolahan data pra kuistioner dapat diketahui bahwa valid atau tidaknya item pertanyaan. Dimana item pertanyaan yang valid digunakan sebagai butir butir pertanyaan dalam kuistioner.
6. Dari hasil pengolahan data pra kuistioner dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk dan kualitas layanan adalah reliabel, karena nilai dari *cronbach alpha* > 0.60 .
7. Berdasarkan data hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal karena didapatkan nilai sig $0.969 >$ nilai $\alpha 0.05$.
8. Berdasarkan data hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variable independent karena nilai VIF pada masing masing variabel bebas kurang dari 2.
9. Berdasarkan data hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi antar data yang ada, karena *Durbin Watson* berada pada rentang tidak terjadi autokorelasi.
10. Berdasarkan data hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa masing masing variabel bebas tidak signifikan secara statis mempengaruhi variabel dependen, karena nilai signifikan masing masing

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Insan Berkualitas) dan IBI KKG (Insan Berkualitas) Kwik Kian Gie

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.



variabel independent di atas 5%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

11. Berdasarkan data hasil pengujian, persamaan regresi linier berganda yang di dapat adalah $Y = 5.336 + 0.134 \text{ kualitas produk} + 0.111 \text{ kualitas layanan}$.

12. Uji f dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukan kedalam model mempunyai pengaruh secara bersama sama terhadap variabel dependen. Dalam pengujian ini nilai sig yang diperoleh adalah $0.000 \leq 0.05$ artinya adalah bahwa variabel bebas (kualitas produk dan kualitas layanan) berpengaruh secara bersama sama terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan).

13. Hasil uji t adalah sebagai berikut :

Variabel kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan brand Thanks Insomnia, karena nilai masing – masing sig yang dihasilkan adalah 0.005 dan $0.10 \leq 0.05$.

14. *R square* sebesar 0.351 dengan demikian hanya 35,1% artinya bahwa kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya ($100\% - 35.1\% = 64,9\%$) di pengaruhi oleh variabel lain.

F. Pembahasan

Berdasarkan data yang telah di olah dan dianalisis. Maka, hasil penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Produk

Tanggapan responden terhadap kualitas produk brand Thanks Insomnia dalam rata-rata adalah setuju dengan kualitas yang telah di berikan brand Thanks Insomnia. Nilai skor menonjol pada model baju brand Thanks Insomnia yang menarik, yaitu denan frekuensi 383 dan rata-tara 3.83. Skor tersebut menunjukkan bahwa konsumen lebih tertarik dengan model baju dari brand Thanks Insomnia, untuk itu diharapkan brand Thanks Insomnia selalu menjaga kualitas dan meningkatkan kelebihannya tersebut. Kemudian skor terkecil dalam variabel kualitas produk adalah bangga dalam memakai produk brand Thanks Insomnia, yaitu dengan skpr 3.4. Skor tersebut menunjukkan bahwa konsumen belum cukup bangga dalam memakai produk brand Thanks Insomnia, dengan skor ini Thanks Insomnia diharapkan perlunya promosi yang lebih gencar untuk meningkatkan brand image demi meningkatkan rasa bangga konsumennya. Begitu pula dengan indikator – indikator lain dalam penelitian ini, diharapkan brand Thanks Insomnia untuk meningkatkan kualitasnya.

2. Variabel Kualitas Layanan

Tanggapan responden terhadap variabel kualitas layanan brand Thanks Insomnia dalam rata-rata adalah setuju dengan kualitas layanan yang telah diberikan brand Thanks Insomnia. Nilai skor menonjol pada penampilan karyawan yang modis, yaitu dengan ferkuensi 360 dan rata-rata 3,6. Skor tersebut menunjukkan bahwa konsumen setuju dengan penampilan karyawan brand Thanks Insomnia terlihat modis, untuk itu di harapkan brand Thanks Insomnia selalu meningkatkan penampilan karyawannya. Kemudian skor terkecil dalam kualitas layanan adalah karyawan menyediakan layanannya sesuai waktu yang dijanjikan, yaitu dengan skor 3.32. Skor tersebut menunjukkan bahwa brand Thanks Insomnia belum bisa menyediakan layanannya seperti waktu yang di tetapkannya, dengan skor ini diharapkan brand Thanks Insomnia dapat memperbaiki ketepatan waktu layanannya. Begitu pula dengan indikator – indikator lain dalam penelitian ini, diharapkan brand Thanks Insomnia untuk meningkatkan kualitas layanannya.

3. Variabel Kepuasan pelanggan

Tanggapan dari responden untuk kepuasan pelanggan brand Thanks Insomnia adalah setuju. Salah satu skor yang paling disetujui konsumen telah merasakan puas adalah Konsumen akan membeli produk produk lainnya dari brand Thanks Insomnia, dengan total skor 3,54. Artinya, Konsumen telah merasakan puas dan akan membeli produk produk yang lain seperti aksesoris, diharapkan brand Thanks Insomnia mempertahankan dan menjaga kualitas produk dan kualitas layanannya guna untuk kepuasan pelanggannya. Sedangkan skor terkecil adalah merekomendasikan kepada

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.



orang lain, yaitu 3,30. Menurut saya dengan beriklan atau *endorse* produknya ke artis yang terkenal, akan menciptakan brand image konsumen, sehingga konsumen akan merasakan bangga dan akan merekomendasikannya kepada orang lain.

4. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis dapat diterima, dimana pada tabel 4.21 diperoleh hasil 0.134 dan signifikan (sig : 0.005). Karena dalam kepuasan pelanggan, kualitas produk adalah salah satu faktor yang diprepsikan konsumen untuk bisa merasakan kepuasannya terhadap suatu produk.
5. kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dimana pada tabel 4.21 diperoleh hasil 0.111 dengan nilai signifikan (sig : 0.010). Karena kepuasan pelanggan tidak hanya diukur dari kualitas produknya saja, namun juga konsumen mengukur dari kualitas layanannya. Hal ini berdampak guna meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga pada akhirnya akan membawa keuntungan bagi perusahaan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada Bab IV, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan brand Thanks Insomnia
2. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan brand Thanks Insomnia.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta kesimpulan yang telah di kemukakan, berikut ini ada beberapa saran yang diharapkan menjadi masukan dan bahan pertimbangan didalam pemberian motivasi, sehingga dapat membantu guna meningkatkan kinerja bagi perusahaan, diantaranya :

Bagi perusahaan :

- a. Peneliti menyarankan untuk mengkomunikasikan produk yang selalu mempunyai kualitas bagus, sehingga bisa lebih mengkonsistensikan kualitas produknya dari waktu ke waktu agar konsumen merasa lebih puas.
- b. Peneliti menyarankan untuk lebih menyediakan stock yang cukup sesuai dengan kebutuhan pelanggannya
- c. Peneliti menyarankan untuk melakukan promosi atau meng-*endorse* produknya ke artis atau seorang *public figure* yang terkenal, sehingga bisa meningkatkan rasa bangga terhadap konsumen brand Thanks Insomnia

Bagi pembaca :

Bagi para pembaca yang akan melakukan penelitian di bidang yang sama, makanya kiranya perlu kaji kembali. Tidak menutup kemungkinan adanya pernyataan – pernyataan yang belum sesuai, dikarenakan penelitian ini hanya terbatas dalam variable kualitas produk dan kualitas layanan dan diperoleh hasil R square sebesar 0.351, sehingga ada kemungkinan ada faktor lain yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk menguji variable lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.