



LAMPIRAN 1

Pengantar Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

Kepada :

Yth.Saudara/I Responden

Di tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember, peneliti memohon kesediaan saudara/i untuk memberikan informasi dengan mengisi pernyataan-pernyataan yang tersedia dalam kuisisioner penelitian ini dengan jujur dan sebenarnya. Judul dalam penelitian ini adalah **“Pengaruh Harga, Desain serta Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Umah Batik Sayu Wiwit di Banyuwangi”**.

Informasi yang saudara/i berikan hanya digunakan untuk kalangan terbatas dalam artian hanya digunakan dalam kepentingan penelitian ini saja. Peneliti menjamin kerahasiaan identitas pribadi dan jawaban yang diperoleh dari saudara/i. Atas kesediaan dan kerjasama saudara/i yang berkenan untuk meluangkan waktu mengisi kuisisioner ini, peneliti mengucapkan terimakasih.

Peneliti,

Arini Isfahila

1410411137



LAMPIRAN 2

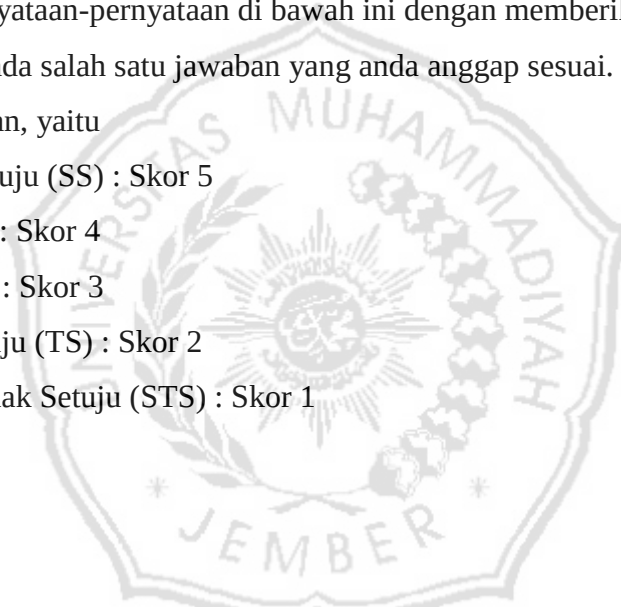
Identitas Responden

1. Identitas Responden

- a. Nomor responde :
- b. Jenis kelamin : ☐ laki-laki ☐ perempuan (*coret yang tidak perlu*)
- c. Sudah berapa tahun menggunakan produk Kain Batik Sayu Wiwit ?
☐ 1-2 tahun ☐ 3-4 tahun ☐ > lainnya

2. Petunjuk Pengisian

- a. Pernyataan-pernyataan tersebut mohon diisi dengan jujur dan apa adanya sesuai dengan kenyataan yang ada.
- b. Isilah pernyataan-pernyataan di bawah ini dengan memberikan tanda centang () pada salah satu jawaban yang anda anggap sesuai. Terdapat 5 (lima) jawaban, yaitu
- 1) Sangat Setuju (SS) : Skor 5
 - 2) Setuju (S) : Skor 4
 - 3) Netral (N) : Skor 3
 - 4) Tidak Setuju (TS) : Skor 2
 - 5) Sangat Tidak Setuju (STS) : Skor 1



LAMPIRAN 3
PENGISIAN KUESIONER

Harga (X1)

No	Pernyataan	Tanggapan				
		S S	S	N	TS	STS
1	Kain batik sayu wiwit mempunyai harga yang terjangkau					
2	Kain batik sayu wiwit mempunyai harga yang sesuai dengan kualitas yang dimiliki.					
3	kain batik sayu wiwit mempunyai harga bersaing yang tinggi dengan kain batik merek lainnya					
4	kain batik sayu wiwit mempunyai harga yang sesuai dengan manfaat produk					

Desain (X2)

No	Pernyataan	Tanggapan				
		SS	S	N	TS	STS
1	Kain batik sayu wiwit mempunyai warna yang sangat menarik untuk konsumen					
2	Kain batik sayu wiwit mempunyai ukuran yang fleksibel sesuai dengan kebutuhan konsumen.					
3	Bahan-bahan kain batik sayu wiwit sesuai dengan keinginan atau kebutuhan pada konsumen					

Kualitas Produk (X3)

No	pernyataan	Tanggapan				
		SS	S	N	TS	STS
1	Kain batik sayu wiwit mempunyai kenyamanan ketika dipakai					
2	Kain batik sayu wiwit mempunyai ciri khas yakni memiliki motif yang istimewa					
3	Kain batik sayu wiwit warna kain yang awet sehingga tidak mudah pudar					
4	Kain batik sayu wiwit mempunyai standar kualitas yang ditawarkan					
5	Kain batik sayu wiwit tahan lama					
6	Pelayanan yang baik dan ramah ciri khas dari kain batik sayu wiwit					
7	Kain batik sayu wiwit mempunyai nilai keindahan yang lebih daripada merek kain batik lain					
8	Kain batik sayu wiwit memiliki keunggulan tersendiri daripada merek kain batik lain					

Kepuasan Konsumen (Y)

No	Pernyataan	Tanggapan				
		SS	S	N	TS	STS
1	Konsumen puas dengan kain batik saayu wiwit karena memiliki kualitas produk yang bagus bagi para konsumen diwilayah banyuwangi					
2	Konsumen puas penjualan produk kain batik sayu wiwit memiliki kualitas pelayanan yang baik terhadap konsumen banyuwangi					
3	Konsumen diwilayah banyuwangi yakin atau puas bahwa produk kain batik sayu wiwit adalah produk diandalkan kualitasnya.					
4	Konsumen puas promosi produk kain batik sayu wiwit mempengaruhi konsumen Diwilayah banyuwangi untuk mempertimbangkan dengan produk yang dibeli.					



LAMPIRAN 4

Rekapitulasi Kuesioner

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3	Y1	Y2	Y3	Y4	Y
1.	4	4	4	4	16	4	5	4	13	4	4	5	4	5	5	4	4	35	4	4	4	4	16
2.	5	5	4	5	19	4	4	5	13	5	4	4	5	4	4	5	5	36	4	4	5	4	17
3.	4	4	4	4	16	4	5	4	13	4	4	5	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	16
4.	3	5	4	4	16	5	4	5	14	5	5	4	5	4	4	5	5	37	4	5	5	5	19
5.	4	4	3	4	15	4	3	4	11	4	4	3	4	3	3	4	4	29	3	4	4	4	15
6.	4	4	4	4	16	4	5	5	14	4	4	5	5	5	4	4	4	35	4	4	4	4	16
7.	3	4	5	3	15	4	4	4	12	4	4	4	4	5	5	4	4	34	5	4	4	4	17
8.	3	4	5	3	15	5	5	5	15	4	5	5	5	4	4	5	4	36	5	5	4	4	18
9.	3	3	3	3	12	3	3	3	9	5	3	3	3	3	2	4	3	26	3	3	3	4	13
10.	2	3	3	2	10	3	3	3	9	4	3	3	3	3	3	3	3	25	3	3	3	4	13
11.	4	5	4	4	17	4	5	4	13	5	4	5	4	4	5	4	5	36	4	4	5	5	18
12.	5	5	4	5	19	5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	4	5	39	4	5	5	5	19
13.	5	5	4	5	19	4	4	5	13	5	4	4	5	4	4	4	5	35	4	4	5	5	18
14.	5	4	4	5	18	4	5	5	14	4	4	5	5	5	5	4	4	36	4	4	4	4	16
15.	5	4	3	5	17	3	3	3	9	4	3	3	3	4	4	3	4	28	3	3	4	4	14
16.	5	4	5	5	19	5	4	4	13	4	5	4	4	4	5	5	4	35	5	5	4	4	18
17.	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16
18.	5	4	5	5	19	5	5	5	15	4	5	5	5	4	4	5	4	36	5	5	4	4	18
19.	5	4	4	5	18	4	3	3	10	4	4	3	3	3	3	4	4	28	4	4	4	4	16
20.	4	4	3	4	15	4	4	4	12	4	4	4	4	3	4	4	4	31	3	4	4	4	15
21.	5	5	5	5	20	5	4	4	13	5	5	4	4	5	5	5	5	38	5	5	5	5	20
22.	4	5	4	4	17	4	4	5	13	5	4	4	5	4	4	4	5	35	4	4	5	5	18
23.	5	4	4	5	18	5	4	4	13	4	5	4	4	5	5	5	4	36	4	5	4	4	17
24.	4	4	4	4	16	5	4	3	12	4	5	4	3	5	5	5	4	35	4	5	4	4	17
25.	5	4	4	5	18	4	5	5	14	4	4	5	5	4	4	4	4	34	4	4	4	4	16

26.	4	4	4	4	16	4	3	4	11	4	4	3	4	4	3	4	4	30	4	4	4	4	16
27.	4	5	4	4	17	4	4	4	12	5	4	4	4	4	4	4	5	34	4	4	5	5	18
28.	3	4	3	3	13	4	4	4	12	4	4	4	4	5	3	4	4	32	3	4	4	4	15
29.	4	5	4	4	17	5	5	5	15	5	5	5	5	4	5	5	5	39	4	5	5	5	19
30.	4	4	4	4	16	4	3	4	11	4	4	3	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	16
31.	5	5	5	5	20	5	4	4	13	5	5	4	4	5	4	5	5	37	5	5	5	5	20
32.	4	4	3	4	15	4	4	5	13	4	4	4	5	5	4	4	4	34	3	4	4	4	15
33.	5	5	5	5	20	5	4	5	14	5	5	4	5	5	5	5	5	39	5	5	5	5	20
34.	4	4	3	4	15	4	4	4	12	4	4	4	4	5	4	4	4	33	3	4	4	4	15
35.	5	4	5	5	19	4	4	4	12	4	4	4	4	5	5	4	4	34	5	4	4	4	17
36.	4	4	3	4	15	3	3	3	9	4	3	3	3	3	3	3	4	26	3	3	4	4	14
37.	5	4	5	5	19	5	4	4	13	4	5	4	4	5	5	5	4	36	5	5	4	4	18
38.	5	4	5	5	19	5	4	4	13	4	5	4	4	4	5	5	4	35	5	5	4	4	18
39.	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16
40.	5	4	4	5	18	5	4	3	12	4	5	4	3	5	4	5	4	34	4	5	4	4	17
41.	4	4	5	4	17	4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	4	4	17
42.	5	4	5	5	19	4	4	5	13	4	4	4	5	5	5	4	4	35	5	4	4	4	17
43.	4	4	4	4	16	4	3	4	11	4	4	3	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	16
44.	5	4	5	5	19	5	4	5	14	4	5	4	5	4	4	5	4	35	5	5	4	4	18
45.	5	4	5	5	19	4	5	4	13	4	4	5	4	4	5	4	4	34	5	4	4	4	17
46.	5	5	4	5	19	4	4	4	12	5	4	4	4	5	5	4	5	36	4	4	5	5	18
47.	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	5	4	4	4	33	4	4	4	4	16
48.	4	4	4	4	16	4	5	4	13	4	4	5	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	16
49.	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20
50.	5	4	5	5	19	4	5	4	13	4	4	5	4	4	5	4	4	34	5	4	4	4	17
51.	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16

52.	3	4	4	3	14	4	3	3	10	4	4	3	3	3	3	4	4	28	4	4	4	4	16
53.	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	12
54.	4	4	4	4	16	4	4	5	13	4	4	4	5	4	5	4	4	34	4	4	4	4	16
55.	5	4	4	5	18	4	4	4	12	4	4	4	4	4	5	4	4	33	4	4	4	4	16
56.	5	3	4	5	17	3	4	4	11	3	3	4	4	3	4	3	3	27	4	3	3	3	13
57.	5	4	4	5	18	4	5	4	13	4	4	5	4	5	5	4	4	35	4	4	4	4	16
58.	5	4	5	5	19	3	5	5	13	4	3	5	5	4	4	3	4	32	5	3	4	4	16
59.	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	4	5	4	4	33	4	4	4	4	16
60.	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	4	5	5	5	39	5	5	5	5	20
61.	5	5	5	5	20	5	4	4	13	5	5	4	4	5	4	5	5	37	5	5	5	5	20
62.	4	4	3	4	15	4	4	4	12	4	4	4	4	3	3	4	4	30	3	4	4	4	15
63.	5	5	5	5	20	4	4	5	13	5	4	4	5	4	5	4	5	36	5	4	5	5	19
64.	4	4	4	4	16	4	3	3	10	4	4	3	3	3	4	4	4	29	4	4	4	4	16
65.	5	4	5	5	19	4	5	5	14	4	4	5	5	4	4	4	4	34	5	4	4	4	17
66.	5	4	4	5	18	4	4	4	12	4	4	4	4	5	5	4	4	34	4	4	4	4	16
67.	5	4	3	5	17	4	4	4	12	4	4	4	4	5	4	4	4	33	3	4	4	4	15
68.	5	5	4	5	19	4	4	5	13	5	4	4	5	4	4	4	5	35	4	4	5	5	18
69.	5	4	4	5	18	4	4	4	12	4	4	4	4	4	5	4	4	33	4	4	4	4	16
70.	3	3	4	3	13	4	3	3	10	3	4	3	3	3	3	4	3	26	4	4	3	3	14
71.	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16
72.	5	4	5	5	19	4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	4	4	17
73.	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	4	5	4	4	33	4	4	4	4	16
74.	5	5	4	5	19	4	5	5	14	5	4	5	5	4	4	4	5	36	4	4	5	5	18
75.	4	4	4	4	16	4	4	5	13	4	4	4	5	4	4	4	4	33	4	4	4	4	16
76.	4	5	4	4	17	4	4	4	12	5	4	4	4	3	4	4	5	33	4	4	5	5	18
77.	5	4	4	5	18	4	4	5	13	4	4	4	5	4	4	4	4	33	4	4	4	4	16

78.	5	4	5	5	19	5	4	5	14	4	5	4	5	5	5	5	4	37	5	5	4	4	18
79.	4	4	4	4	16	4	3	3	10	4	4	3	3	4	4	4	4	30	4	4	4	4	16
80.	4	4	4	4	16	4	5	4	13	4	4	5	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	16
81.	5	3	4	5	17	4	4	4	12	3	4	4	4	4	4	4	3	30	4	4	3	3	14
82.	5	4	4	5	18	4	5	5	14	4	4	5	5	4	4	4	4	34	4	4	4	4	16
83.	5	5	4	5	19	4	4	4	12	5	4	4	4	5	4	4	5	35	4	4	5	5	18
84.	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	5	5	4	4	34	4	4	4	4	16
85.	3	4	4	3	14	4	4	5	13	4	4	4	5	3	3	4	4	31	4	4	4	4	16
86.	4	5	4	4	17	4	4	4	12	5	4	4	4	3	4	4	5	33	4	4	5	5	18
87.	5	4	4	5	18	4	4	5	13	4	4	4	5	4	4	4	4	33	4	4	4	4	16
88.	4	4	5	4	17	5	4	5	14	4	5	4	5	5	5	5	4	37	5	5	4	4	18
89.	5	4	4	5	18	4	3	3	10	4	4	3	3	4	4	4	4	30	4	4	4	4	16
90.	4	4	4	4	16	4	5	4	13	4	4	5	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	16
91.	4	3	4	4	15	4	4	4	12	3	4	4	4	4	4	4	3	30	4	4	3	3	14
92.	5	4	4	5	18	4	5	5	14	4	4	5	5	4	4	4	4	34	4	4	4	4	16
93.	5	5	4	5	19	4	4	4	12	5	4	4	4	5	4	4	5	35	4	4	5	5	18
94.	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	5	5	4	4	34	4	4	4	4	16
95.	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	5	4	4	3	4	4	4	32	4	4	3	3	14

LAMPIRAN 5

Frekuensi Pernyataan

Responden

Frekuensi Pernyataan Responden

1. Harga

Statistics

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1
N	Valid	95	95	95	95	95
	Missing	0	0	0	0	0

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.1	1.1	1.1
	3	9	9.5	9.5	10.5
	4	39	41.1	41.1	51.6
	5	46	48.4	48.4	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	7	7.4	7.4	7.4
	4	66	69.5	69.5	76.8
	5	22	23.2	23.2	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	12	12.6	12.6	12.6
	4	59	62.1	62.1	74.7
	5	24	25.3	25.3	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.1	1.1	1.1
	3	8	8.4	8.4	9.5
	4	40	42.1	42.1	51.6
	5	46	48.4	48.4	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

X1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	10	1	1.1	1.1	1.1
	12	2	2.1	2.1	3.2
	13	2	2.1	2.1	5.3
	14	2	2.1	2.1	7.4
	15	9	9.5	9.5	16.8
	16	25	26.3	26.3	43.2
	17	12	12.6	12.6	55.8
	18	14	14.7	14.7	70.5
	19	21	22.1	22.1	92.6
	20	7	7.4	7.4	100.0

X1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 10	1	1.1	1.1	1.1
12	2	2.1	2.1	3.2
13	2	2.1	2.1	5.3
14	2	2.1	2.1	7.4
15	9	9.5	9.5	16.8
16	25	26.3	26.3	43.2
17	12	12.6	12.6	55.8
18	14	14.7	14.7	70.5
19	21	22.1	22.1	92.6
20	7	7.4	7.4	100.0
Total	95	100.0	100.0	

2. Desain

Statistics

	X2.1	X2.2	X2.3	X2
N Valid	95	95	95	95
Missing	0	0	0	0

X2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	7	7.4	7.4	7.4
4	68	71.6	71.6	78.9
5	20	21.1	21.1	100.0
Total	95	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	15	15.8	15.8	15.8
	4	57	60.0	60.0	75.8
	5	23	24.2	24.2	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	13	13.7	13.7	13.7
	4	51	53.7	53.7	67.4
	5	31	32.6	32.6	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

X2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	9	5	5.3	5.3	5.3
	10	6	6.3	6.3	11.6
	11	5	5.3	5.3	16.8
	12	32	33.7	33.7	50.5
	13	29	30.5	30.5	81.1
	14	12	12.6	12.6	93.7
	15	6	6.3	6.3	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

3. Kualitas Produk

Statistics

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3
N	Valid	95	95	95	95	95	95	95	95	95
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	5	5.3	5.3	5.3
	4	67	70.5	70.5	75.8
	5	23	24.2	24.2	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	7	7.4	7.4	7.4
	4	67	70.5	70.5	77.9
	5	21	22.1	22.1	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	15	15.8	15.8	15.8
	4	57	60.0	60.0	75.8
	5	23	24.2	24.2	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

X3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	13	13.7	13.7	13.7
	4	51	53.7	53.7	67.4
	5	31	32.6	32.6	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

X3.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	16	16.8	16.8	16.8
	4	49	51.6	51.6	68.4
	5	30	31.6	31.6	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

X3.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.1	1.1	1.1
	3	11	11.6	11.6	12.6
	4	51	53.7	53.7	66.3
	5	32	33.7	33.7	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

X3.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	6.3	6.3	6.3
	4	69	72.6	72.6	78.9
	5	20	21.1	21.1	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

X3.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	7	7.4	7.4	7.4
	4	66	69.5	69.5	76.8
	5	22	23.2	23.2	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

X3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	24	1	1.1	1.1	1.1
	25	1	1.1	1.1	2.1
	26	3	3.2	3.2	5.3
	27	1	1.1	1.1	6.3
	28	3	3.2	3.2	9.5
	29	2	2.1	2.1	11.6
	30	6	6.3	6.3	17.9
	31	4	4.2	4.2	22.1
	32	9	9.5	9.5	31.6
	33	16	16.8	16.8	48.4
	34	15	15.8	15.8	64.2
	35	13	13.7	13.7	77.9
	36	10	10.5	10.5	88.4
	37	5	5.3	5.3	93.7
	38	1	1.1	1.1	94.7
	39	4	4.2	4.2	98.9
	40	1	1.1	1.1	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

4. Kepuasan Konsumen

Statistics

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y
N	Valid	95	95	95	95	95
	Missing	0	0	0	0	0

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	12	12.6	12.6	12.6
	4	59	62.1	62.1	74.7
	5	24	25.3	25.3	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	7	7.4	7.4	7.4
	4	68	71.6	71.6	78.9
	5	20	21.1	21.1	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	8	8.4	8.4	8.4
	4	65	68.4	68.4	76.8
	5	22	23.2	23.2	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	6.3	6.3	6.3
	4	68	71.6	71.6	77.9
	5	21	22.1	22.1	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Y

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	12	1	1.1	1.1	1.1
	13	3	3.2	3.2	4.2
	14	6	6.3	6.3	10.5
	15	7	7.4	7.4	17.9
	16	37	38.9	38.9	56.8
	17	12	12.6	12.6	69.5
	18	19	20.0	20.0	89.5
	19	4	4.2	4.2	93.7
	20	6	6.3	6.3	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

LAMPIRAN 6

HASIL UJI VALIDITAS



UJI VALIDITAS

1. Harga

```

CORRELATIONS
/VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
    
```

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.327**	.416**	.989**	.909**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95
X1.2	Pearson Correlation	.327**	1	.267**	.358**	.589**
	Sig. (2-tailed)	.001		.009	.000	.000
	N	95	95	95	95	95
X1.3	Pearson Correlation	.416**	.267**	1	.421**	.669**
	Sig. (2-tailed)	.000	.009		.000	.000
	N	95	95	95	95	95
X1.4	Pearson Correlation	.989**	.358**	.421**	1	.919**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	95	95	95	95	95
X1	Pearson Correlation	.909**	.589**	.669**	.919**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95

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

2. Desain

```
CORRELATIONS
/VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
```

		Correlations			
		X2.1	X2.2	X2.3	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.290**	.329**	.647**
	Sig. (2-tailed)		.004	.001	.000
	N	95	95	95	95
X2.2	Pearson Correlation	.290**	1	.603**	.830**
	Sig. (2-tailed)	.004		.000	.000
	N	95	95	95	95
X2.3	Pearson Correlation	.329**	.603**	1	.852**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000
	N	95	95	95	95
X2	Pearson Correlation	.647**	.830**	.852**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95

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

3. Kualitas Produk

```
CORRELATIONS
/VARIABLES=X3.1 X3.2 X3.3 X3.4 X3.5 X3.6 X3.7 X3.8 X3
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
```

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.291**	.181	.304**	.193	.166	.344**	.905**	.587**
	Sig. (2-tailed)		.004	.079	.003	.061	.109	.001	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X3.2	Pearson Correlation	.291**	1	.284**	.319**	.413**	.454**	.921**	.411**	.730**
	Sig. (2-tailed)	.004		.005	.002	.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X3.3	Pearson Correlation	.181	.284**	1	.603**	.341**	.458**	.228*	.277**	.648**
	Sig. (2-tailed)	.079	.005		.000	.001	.000	.026	.007	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X3.4	Pearson Correlation	.304**	.319**	.603**	1	.269**	.320**	.300**	.400**	.664**
	Sig. (2-tailed)	.003	.002	.000		.008	.002	.003	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X3.5	Pearson Correlation	.193	.413**	.341**	.269**	1	.601**	.399**	.286**	.673**
	Sig. (2-tailed)	.061	.000	.001	.008		.000	.000	.005	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X3.6	Pearson Correlation	.166	.454**	.458**	.320**	.601**	1	.379**	.324**	.711**
	Sig. (2-tailed)	.109	.000	.000	.002	.000		.000	.001	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X3.7	Pearson Correlation	.344**	.921**	.228*	.300**	.399**	.379**	1	.388**	.700**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.026	.003	.000	.000		.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X3.8	Pearson Correlation	.905**	.411**	.277**	.400**	.286**	.324**	.388**	1	.706**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.007	.000	.005	.001	.000		.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X3	Pearson Correlation	.587**	.730**	.648**	.664**	.673**	.711**	.700**	.706**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95

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

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

CORRELATIONS

/VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4 Y

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.555**	.265**	.209*	.684**
	Sig. (2-tailed)		.000	.009	.042	.000
	N	95	95	95	95	95
Y2	Pearson Correlation	.555**	1	.418**	.359**	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95
Y3	Pearson Correlation	.265**	.418**	1	.945**	.840**
	Sig. (2-tailed)	.009	.000		.000	.000
	N	95	95	95	95	95
Y4	Pearson Correlation	.209*	.359**	.945**	1	.801**
	Sig. (2-tailed)	.042	.000	.000		.000
	N	95	95	95	95	95
Y	Pearson Correlation	.684**	.756**	.840**	.801**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95

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

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

LAMPIRAN 7
Hasil Uji
Reliabilitas

UJI RELIABILITAS

1. Harga

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	95	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	95	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.810	5

2. Desain

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	95	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	95	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.818	4

3. Kualitas Produk

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	95	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	95	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.766	9

4. Kepuasan Konsumen

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	95	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	95	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.804	5

LAMPIRAN 8

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X3, X1, X2 ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.887 ^a	.787	.780	.784

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	207.326	3	69.109	112.343	.000 ^a
	Residual	55.979	91	.615		
	Total	263.305	94			

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.048	.858		1.221	.225		
	X1	.188	.058	.223	3.273	.002	.501	1.995
	X2	.364	.116	.308	3.123	.002	.240	4.165
	X3	.506	.060	.967	8.465	.000	.179	5.588

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.048	.858		1.221	.225		
X1	.188	.058	.223	3.273	.002	.501	1.995
X2	.364	.116	.308	3.123	.002	.240	4.165
X3	.506	.060	.967	8.465	.000	.179	5.588

a. Dependent Variable: Y

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	X1	X2	X3
1	1	3.986	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.007	23.705	.91	.07	.06	.01
	3	.006	25.827	.00	.72	.16	.01
	4	.001	59.822	.08	.22	.77	.98

a. Dependent Variable: Y

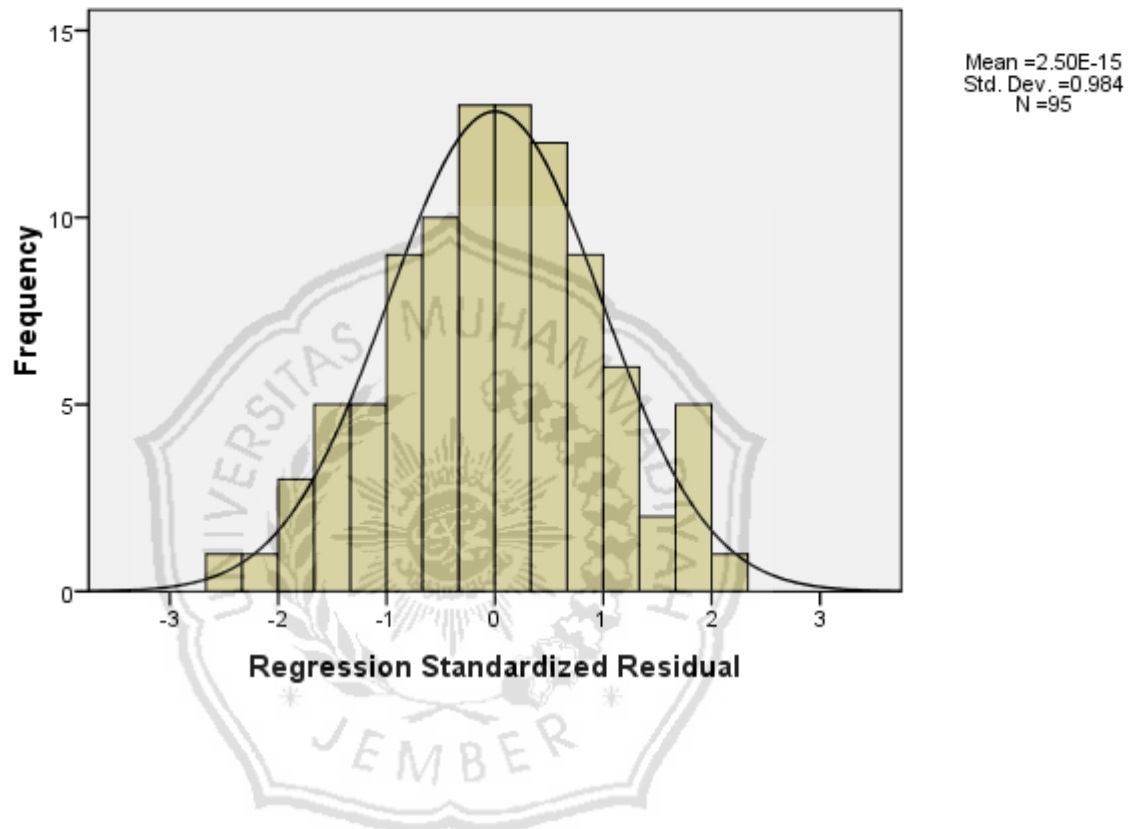
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	12.18	19.59	16.57	1.485	95
Residual	-1.884	1.788	.000	.772	95
Std. Predicted Value	-2.958	2.037	.000	1.000	95
Std. Residual	-2.403	2.280	.000	.984	95

a. Dependent Variable: Y

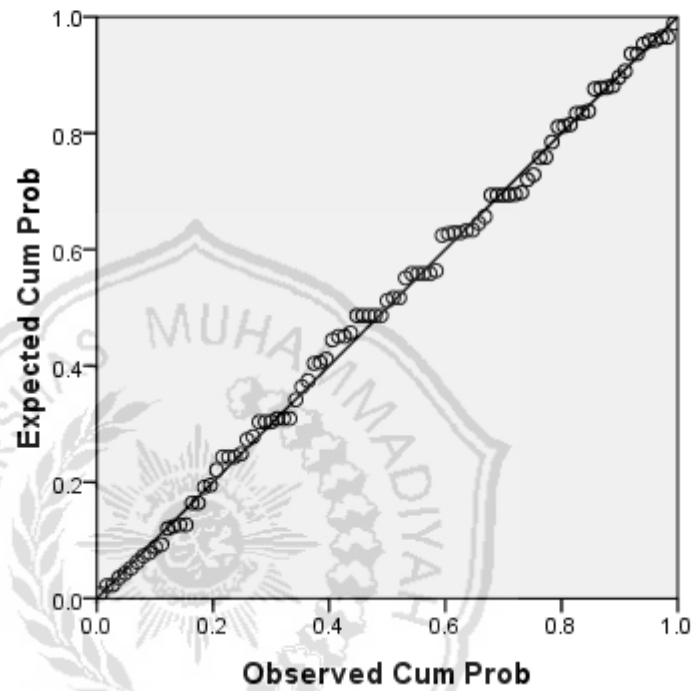
Histogram

Dependent Variable: Y



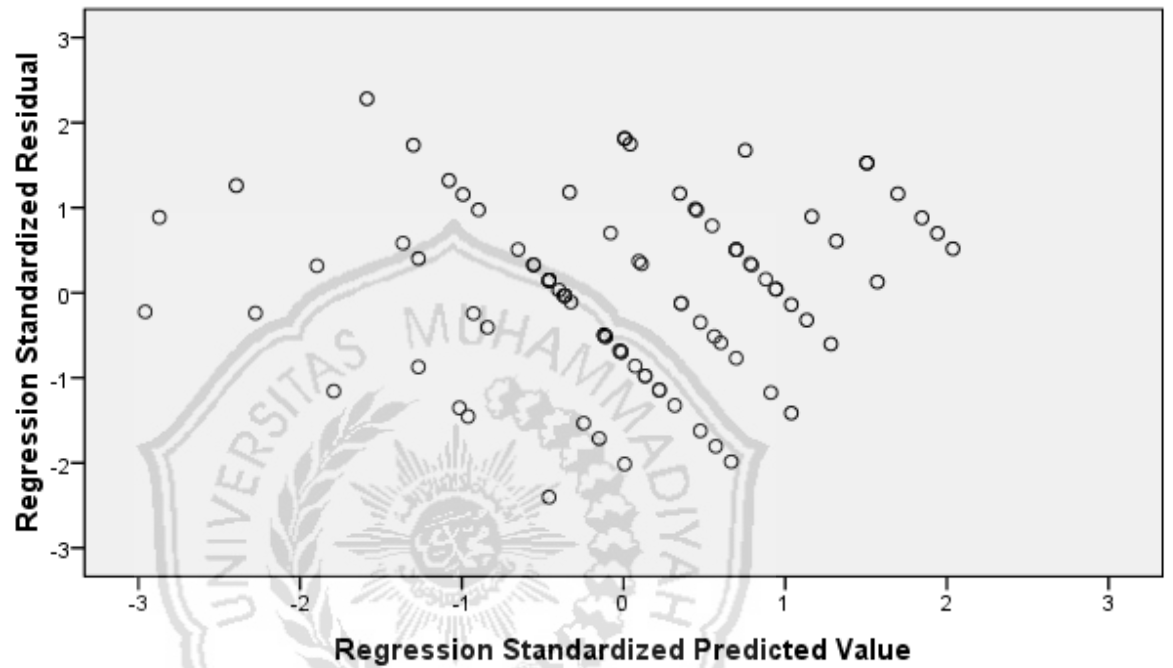
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Y



Scatterplot

Dependent Variable: Y



LAMPIRAN 9

TABEL R *PRODUCT*
***MOMENT*, DAN TABEL**
DISTRIBUSI T

Tabel r product Moment (Sig = 0,05)							
df	R	df	R	df	r	df	r
1	0.9969	26	0.3739	51	0.2706	76	0.2227
2	0.9500	27	0.3673	52	0.2681	77	0.2213
3	0.8783	28	0.3610	53	0.2656	78	0.2199
4	0.8114	29	0.3550	54	0.2632	79	0.2165
5	0.7545	30	0.3494	55	0.2609	80	0.2162
6	0.7067	31	0.3440	56	0.2586	81	0.2159
7	0.6664	32	0.3388	57	0.2564	82	0.2146
8	0.6319	33	0.3388	58	0.2542	83	0.2133
9	0.6021	34	0.3291	59	0.2521	84	0.2120
10	0.5760	35	0.3246	60	0.2500	85	0.2108
11	0.5529	36	0.3202	61	0.2480	86	0.2096
12	0.5324	37	0.3160	62	0.2461	87	0.2084
13	0.5140	38	0.3120	63	0.2441	88	0.2072
14	0.4973	39	0.3081	64	0.2423	89	0.2061
15	0.4821	40	0.3044	65	0.2404	90	0.2050
16	0.4683	41	0.3008	66	0.2387	91	0.2039
17	0.4555	42	0.2973	67	0.2369	92	0.2028
18	0.4438	43	0.2940	68	0.2352	93	0.2017
19	0.4329	44	0.2907	69	0.2335	94	0.2006
20	0.4227	45	0.2876	70	0.2319	95	0.1996
21	0.4132	46	0.2845	71	0.2303	96	0.1986
22	0.4044	47	0.2816	72	0.2287	97	0.1975
23	0.3961	48	0.2787	73	0.2272	98	0.1966
24	0.3882	49	0.2759	74	0.2257	99	0.1956
25	0.3809	50	0.2732	75	0.2242	100	0.1946

Sumber: Data primer yang diolah 2017

Tabel Distribusi t			
Df	0,1	0,05	0,025
1	3.0777	6.3138	12.7062
2	1.8856	2.9200	4.3027
3	1.6377	2.3534	3.1824
4	1.5332	2.1318	2.7764
5	1.4759	2.0150	2.5706
6	1.4398	1.9432	2.4469
7	1.4149	1.8946	2.3646
8	1.3968	1.8595	2.3060
9	1.3830	1.8331	2.2622
10	1.3722	1.8125	2.2281
11	1.3634	1.7959	2.2010
12	1.3562	1.7823	2.1788
13	1.3502	1.7709	2.1604
14	1.3450	1.7613	2.1448
15	1.3406	1.7531	2.1314
16	1.3368	1.7459	2.1199
17	1.3334	1.7396	2.1098
18	1.3304	1.7341	2.1009
19	1.3277	1.7291	2.0930
20	1.3253	1.7247	2.0860
21	1.3232	1.7207	2.0796
22	1.3212	1.7171	2.0739
23	1.3195	1.7139	2.0687
24	1.3178	1.7109	2.0639
25	1.3163	1.7081	2.0595
26	1.3150	1.7056	2.0555
27	1.3137	1.7033	2.0518
28	1.3125	1.7011	2.0484
29	1.3114	1.6991	2.0452
30	1.3104	1.6973	2.0423
31	1.3095	1.6955	2.0395
32	1.3086	1.6939	2.0369
33	1.3077	1.6924	2.0345
34	1.3070	1.6909	2.0322
35	1.3062	1.6896	2.0301
36	1.3055	1.6883	2.0281
37	1.3049	1.6871	2.0262
38	1.3042	1.6860	2.0244
39	1.3036	1.6849	2.0227
40	1.3031	1.6839	2.0211
41	1.3025	1.6829	2.0195
42	1.3020	1.6820	2.0181
43	1.3016	1.6811	2.0167
44	1.3011	1.6802	2.0154
45	1.3006	1.6794	2.0141
46	1.3002	1.6787	2.0129
47	1.2998	1.6779	2.0117
48	1.2994	1.6772	2.0106
49	1.2991	1.6766	2.0096
50	1.2987	1.6759	2.0086
51	1.2984	1.6753	2.0076
52	1.2980	1.6747	2.0066
53	1.2977	1.6741	2.0057

54	1.2974	1.6736	2.0049
55	1.2971	1.6730	2.0040
56	1.2969	1.6725	2.0032
57	1.2966	1.6720	2.0025
58	1.2963	1.6716	2.0017
59	1.2961	1.6711	2.0010
60	1.2958	1.6706	2.0003
61	1.2956	1.6702	1.9996
62	1.2954	1.6698	1.9990
63	1.2951	1.6694	1.9983
64	1.2949	1.6690	1.9977
65	1.2947	1.6686	1.9971
66	1.2945	1.6683	1.9966
67	1.2943	1.6679	1.9960
68	1.2941	1.6676	1.9955
69	1.2939	1.6672	1.9949
70	1.2938	1.6669	1.9944
71	1.2936	1.6666	1.9939
72	1.2934	1.6663	1.9935
73	1.2933	1.6660	1.9930
74	1.2931	1.6657	1.9925
75	1.2929	1.6654	1.9921
76	1.2928	1.6652	1.9917
77	1.2926	1.6649	1.9913
78	1.2925	1.6646	1.9908
79	1.2924	1.6644	1.9905
80	1.2922	1.6641	1.9901
81	1.2921	1.6639	1.9897
82	1.2920	1.6636	1.9893
83	1.2918	1.6634	1.9890
84	1.2917	1.6632	1.9886
85	1.2916	1.6630	1.9883
86	1.2915	1.6628	1.9879
87	1.2914	1.6626	1.9876
88	1.2912	1.6624	1.9873
89	1.2911	1.6622	1.987
90	1.291	1.6623	1.9867
91	1.2909	1.6618	1.9864
92	1.2908	1.6616	1.9861
93	1.2907	1.6614	1.9858
94	1.2906	1.6612	1.9855
95	1.2905	1.6611	1.9853
96	1.2904	1.6609	1.985
97	1.2903	1.6607	1.9847
98	1.2902	1.6606	1.9845
99	1.2902	1.6604	1.9842
100	1.2901	1.6602	1.984

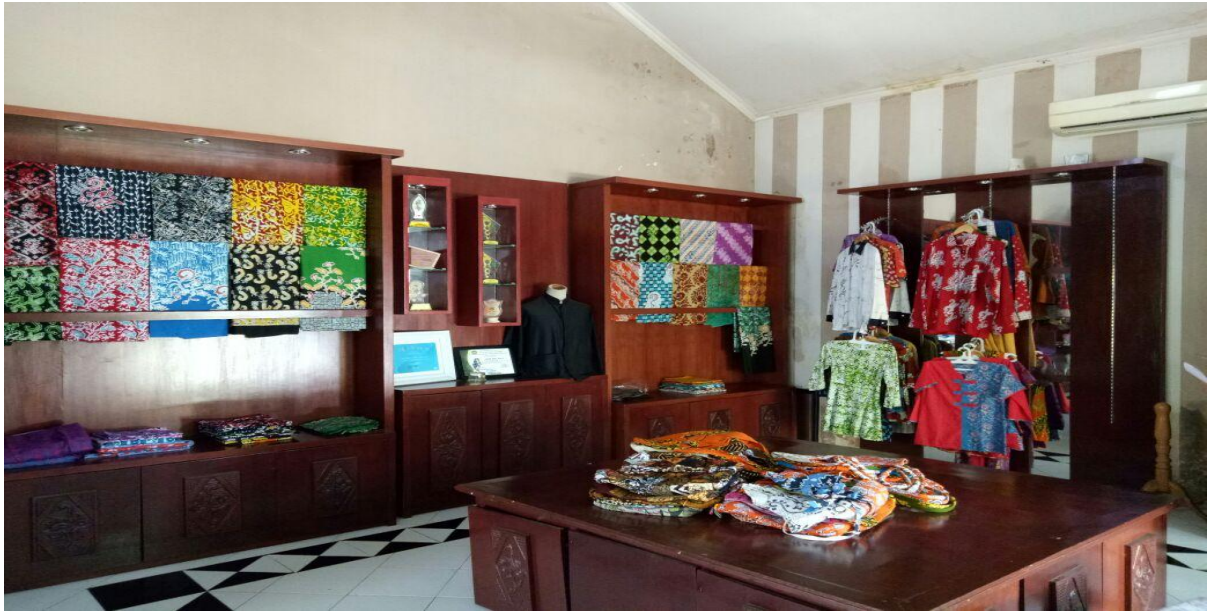
Sumber: Data primer yang diolah 2017

LAMPIRAN 10

DOKUMENTASI









LAMPIRAN 11

Persetujuan Penelitian



UMAH BATIK SAYU WIWIT
Jl. Sayu wiwit temenggungan banyuwangi

Hal : Balasan

Kepada Yth :

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Dr . Arik Susbiyani SE.,M.Si

Di Tempat.

Dengan hormat,

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fonny Meilyasari

Jabatan : Pemilik Toko

Menerangkan bahwa,

Nama : Arini Isfahila

Nim : 14.1041.11137

Fakultas : Ekonomi

Prodi : Manajemen

Universitas : Universitas Muhammadiyah Jember

Telah kami setuju untuk mengadakan penelitian di Umah Batik Sayu Wiwit Banyuwangi
denga judul:

**Pengaruh Harga, Desain, Serta Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Kain
Batik Sayu Wiwit di Banyuwangi**

Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerja samanya kami mengucapkan terima kasih.

Banyuwangi, 19 Januari 2018

Hormat Kami,

Pemilik Umah Batik Sayu Wiwit
Fonny Meilyasari

LAMPIRAN 12

Riset Terdahulu



Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen

Suwarni

Septina Dwi Mayasari

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang 5 Malang, HP: 081.5556190234

Abstract: *This research is done in July to August 2009. The subject was Economic Faculty's students which use IM3 as their phone card. The samples were 100 IM3 consumers using random sampling technique. The results are: (1) there is significance influence between product quality and satisfaction; (2) price influenced satisfaction significantly; (3) product quality influenced loyalty significantly; (4) there is no significance influence between price and loyalty; (5) satisfaction influenced loyalty significantly. Based on the result of the research, it suggests that the consumers should be more carefully to buy a product in order that avoid the disappointment. To a seller or retailer should have positive communication with the provider when the consumers' trusts decreased. And the further research should do continuously with such time interval to know whether there is increasing of satisfaction or not, as the result of increasing the performance of product such as price and quality of phone card which is done by the operator that influenced the loyalty of consumers.*

Keywords: *Product quality, Price, Satisfaction, Loyalty*

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, konsep pemasaran modern pun mengalami perkembangan dengan menempatkan konsumen sebagai perhatian utama. Produsen berlomba-lomba untuk sebisa mungkin dapat bersaing dengan kompetitor. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya perusahaan yang menghasilkan produk dengan jenis dan kemasan yang sama akan tetapi berbeda harga, fitur produk, dan layanan. Konsumen pun bersikap lebih selektif dan kritis dalam memilih produk yang akan dibeli. Konsumen tidak lagi membeli produk sekedar berdasarkan pertimbangan wujud fisik saja, namun juga termasuk segala aspek pelayanan yang melekat pada produk, mulai dari tahap pembelian sampai pada tahap pasca pembelian.

Kompetisi bisnis telekomunikasi operator seluler di Indonesia tampak semakin intens sebagai akibat dari ekspansi yang dilaksanakan oleh pemain operator telepon seluler lama seperti Telkomsel, Indosat, Ex-ocelcomindo dan adanya pemain operator baru seperti

Natindo dan Hutchison. Persaingan kualitas produk dan harga begitu sengit, menuntut para pemasar untuk dapat menyedikan produk-produk yang berkualitas dan harga yang terjangkau oleh konsumen serta dapat mengembangkan suatu produk yang bermanfaat dan inovatif sesuai dengan harapan konsumen dan kebutuhan pasar, sehingga kepuasan setelah mengkonsumsi dapat diperoleh dan akan membuat konsumen melakukan pembelian di masa yang akan datang atau pembelian berulang pada produk yang sama.

Salah satu upaya yang dilakukan PT Indosat Tbk dalam menghadapi persaingan adalah dengan mengeluarkan produk IM3 dengan harga terjangkau. Nominal pengisian pulsa dari lima ribu rupiah sampai dengan seratus ribu rupiah, hal ini dimaksudkan memberikan banyak pilihan kepada konsumen agar harga nominal pulsa isi ulang IM3 terjangkau oleh semua lapisan. Hariyati (2005: 152) menyatakan harga mempunyai peranan penting dalam proses pengambilan keputusan yaitu peranan alokasi dari harga adalah membantu para pembeli untuk memutuskan

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SEPEDA MOTOR HONDA VARIO 125

Ani Tristiana
Email: Anitristiana@yahoo.com
Mashariono

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

ABSTRACT

This research is meant to analyze the influence of product quality and sales price to the customer satisfaction on the users of Honda Vario 125 motorcycle at Dealer Panji Perkasa Perdana. The population of this research is all customers who are the first owner and the user of Honda Vario 125 motorcycle at Dealer Panji Perkasa Perdana. The sample collection technique has been done by using purposive sampling technique. Based on the determined criteria 100 people have been selected as respondents. The data analysis technique has been done by using multiple linear regressions and t-test as the hypothesis test. Based on the result of multiple linear regressions analysis, it shows that the variables i.e. product quality and sales price have positive influence to the customer satisfaction. The result shows that sales price is more affordable, better product quality, and it is supported by better after-sales service which also increases customer satisfaction of the first owner and the user of Honda Vario 125 motorcycle at Dealer Panji Perkasa Perdana. The indicator of coefficient correlation (R) level has been generated since that the correlation between the variables of product quality and sales price with the customer satisfaction as the user of Honda Vario 125 motorcycle is firm.

Keywords: product quality, sales price and the customer satisfaction.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga jual terhadap kepuasan konsumen pemilik sepeda motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen tangan pertama sekaligus sebagai pemilik sepeda motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Berdasarkan kriteria yang ditentukan didapatkan sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan uji-t sebagai uji hipotesis. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan harga jual berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini menunjukkan bahwa harga jual yang semakin terjangkau, kualitas produk yang semakin baik, serta di dukung layanan purna jual semakin baik, dapat meningkatkan kepuasan konsumen tangan pertama sekaligus sebagai pemilik sepeda motor Honda Vario 125, pada dealer Panji Perkasa Perdana. Dengan indikatornya tingkat koefisien korelasi (R) yang dihasilkan antara variabel kualitas produk, dan harga jual, dengan kepuasan konsumen sebagai pemilik sepeda motor Honda Vario 125 adalah mempunyai hubungan cukup kuat.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga jual, dan Kepuasan Konsumen

RINGKASAN

Pengaruh Harga, Desain serta Fitur Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Merek produk Smartphone Merek Samsung pada Konsumen di Wilayah Tegalboto Jember; Heri Pranata; 120810201283; 2017; 132 Halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Perkembangan teknologi yang semakin meningkat dewasa ini membuat banyak bermunculan jenis-jenis teknologi terbaru disekitar kehidupan kita, terlebih di era globalisasi ini yang segala sesuatunya dituntut untuk mendapatkan informasi secara cepat, *update* dan digital. Hal ini ditandai dengan munculnya berbagai perangkat elektronik yang serba canggih, seperti *netbook*, *ipad*, *blackberry*, *smartphone* dan televisi kabel, masyarakat di era modern ini sudah paham akan hal itu, dimana segala arus informasi berjalan dengan sangat cepat dan beragam yang dengan hebatnya dapat diakses dalam waktu dan tempat yang tidak terbatas. Internet menjadi salah satu faktor cepatnya akses informasi itu.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, desain, serta fitur terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas merek produk smartphone merek samsung pada konsumen di wilayah Tegalboto Jember. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli smartphone merek samsung di Wilayah Tegalboto Jember. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan jumlah 100 responden. Ada tiga variabel yang digunakan pada penelitian ini. Metode analisis yang digunakan adalah SEM (*Structural Equation Modeling*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Wilayah Tegalboto Jember. 2) desain berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Wilayah Tegalboto Jember. 3) fitur berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Wilayah Tegalboto Jember. 4) harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek di Wilayah Tegalboto Jember. 5) desain berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek di Wilayah Tegalboto Jember. 6) fitur berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek di Wilayah Tegalboto Jember. 7) kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek di Wilayah Tegalboto Jember.

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN LOKASI
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA DEPOT MIE PANGSIT
JEMBER**

Emik Iriyanti¹, Nurul Qomariah², Akhmad Suharto³

¹Alumni Prodi Manajemen FE Universitas Muhammadiyah Jember

²Prodi Manajemen FE Universitas Muhammadiyah Jember

³Prodi Manajemen FE Universitas Muhammadiyah Jember

ABSTRAK

Tingginya persaingan antar dunia usaha khususnya kuliner sehingga pelaku usaha dituntut untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Kemudian setelah mencapai kepuasan akan memberikan dampak yang positif terhadap tingkat loyalitas. Untuk itu perlu di perhatikan faktor – faktor apa sajakah yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan agar para pelaku usaha bisa memenuhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana tingkat loyalitas pelanggan. Populasinya adalah konsumen Depot Mie Pangsit Jember. Sampel yang di gunakan berjumlah 78 orang. Pengumpulan data di lakukan dengan mendistribusikan kuesioner kepada responden. Analisis datanya menggunakan path analisis dimana Y1 variabel kepuasan sebagai variabel intervening, Y2 variabel loyalitas pelanggan, X1 variabel harga, X2 variabel kualitas produk, X3 variabel lokasi. Hasil penelitian ini terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga, kualitas produk dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel intervening.

Kata kunci : harga, kualitas produk, lokasi, kepuasan dan loyalitas pelanggan

ABSTRACT

The high competition among the business community, in particular that the culinary business operators are required to provide satisfaction to the customers. Then after reaching satisfaction will have a positive impact on the level of loyalty. It is necessary to note the factors – what are the factors that affect the level of customer satisfaction that business people can meet customer satisfaction. This study aims to determine the extent to which the level of customer loyalty. Its population is consumer Depot Mie Pangsit Jember. Samples were in use amounted to 78 people. Data collection is done by distributing questionnaires to the respondents. Analysis of the data using path analysis where the variable Y1 satisfaction as an intervening variable, customer loyalty variable Y2, X1 variable pricing, product quality variables X2, X3 variable location. The results of this study are positive and significant relationship between price, quality of product and the location of the customer loyalty through satisfaction as an intervening variable.

Keywords: price, quality of product, location, customer satisfaction and loyalty

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA
OJEK ONLINE "OM-JEK" JEMBER****EFFECT OF PRICE, PROMOTION, QUALITY OF SERVICE
ON CUSTOMER SATISFACTION SERVICE
OJEK ONLINE "OM-JEK" JEMBER**Rina Anggriana¹, Nurul Qomariah² dan Budi Santoso³^{1,2,3}Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember¹E-mail: nurulqomariah@umh-jember.ac.id, ³budisantoso@umh-jember.ac.id**ABSTRAK**

Bisnis jasa saat ini semakin beragam dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup masyarakat. Bisnis jasa merupakan salah satu bisnis yang berusaha untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Salah satu bisnis jasa yang sedang berkembang saat ini yaitu bisnis jasa transportasi roda dua atau sering disebut dengan nama ojek. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, promosi, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan "Om-Jek" Jember. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dengan metode survei. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kwi-k survey dengan menggunakan metode purposive sampling dan jumlah sampel 95 orang responden. Penelitian ini menggunakan alat regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga, promosi, kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa ojek online "Om-Jek" Jember. Masing-masing variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa ojek online "Om-Jek" Jember.

Kata Kunci: Harga, Promosi, Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan**ABSTRACT**

Business services today are increasingly diverse in order to meet the needs of people's lives. Business services is the business that strives to create customer satisfaction. One of the services business that is developing at this time is the business of two-wheeled transportation services or often referred to by the name of motorcycle taxi. The purpose of this study is to determine and analyze the influence of price, promotion, quality of service to customer satisfaction partially. The population in this study is the customer "Om-Jek" Jember. This research includes quantitative research with survey method. The type of data used is primary data collected through the dispersion of cross-pollied by using purposive sampling method and the sample number of 95 respondents. This research uses multiple linear regression tool. The results showed that the variable price, promotion, service quality influence on customer satisfaction online ojek service "Om-Jek" Jember. Each variable has a positive and significant impact on customer satisfaction of online ojek service "Om-Jek" Jember.

Keywords: Price, Promotion, Service Quality And Customer Satisfaction

ABSTRACT

The Influence of Product Quality, Price and Product Design of Honda Scoopy FI motorcycles on Customer Satisfaction (Case Study PT Tunas Dwipa Matra Raden Intan Bandar Lampung)

by :

Malik Umpu Tajab

The increasingly tight competition, where the growing number of manufacturers that participate in fulfilling the needs and desires of consumers, cause every company should place orientation on the customer satisfaction as a primary goal. On a motorcycle Honda Scoopy which is designed according to the consumer satisfaction with the concept of classic motorcycles using marketing concept in terms of product quality, price, and product design, research was conducted to see how consumers are using motorcycles satisfied in Bandar Lampung.

The purpose of this study to determine the effect of variable product quality, price, and product design with the consumer satisfaction. The object of this study is the Honda Scoopy FI in Bandar Lampung, the research Methodology in This study uses descriptive verification. The study design used in descriptive verification and research to find out if there is a positive influence, then in this study using a formula Croanbach's Alpha calculated with the SPSS 16.0 with the means of qualitative and quantitative analysis and hypothesis testing using multiple linear regression analysis, to look at the contribution of each independent variable partially used t tests and to test the hypothesis and F test.

The results of the discussion, the overall results of the variables X and Y in the value of good and positive impact, consisting of 30 questions were examined from the indicator variable quality of the product (X1), price (X2), product design (X3) while the variable Y examined in the study this is customer satisfaction. Based on the calculation results of multiple linear regression analysis, the obtained value of R Square (R^2) = 0.683. This means, product quality indicators (X1), price (X2), product design (X3) influential in affecting customer satisfaction of each variable (Y) amounted to 68.3% and the remaining 31.7% is influenced by other factors not contained in this research. Researchers conclude that the hypothesis in this study, which reads "The Influence of Product Quality, Price and Product Design of Honda Scoopy FI motorcycles on Customer Satisfaction Case Study PT Tunas Dwipa Matra Raden Intan Bandar Lampung" can be accepted or proven in this study.

Keywords: Product Quality, Price, Design Product, Customer Satisfaction.

Oleh: Rani Oktaviani
Nim:13808142002

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas merek produk minuman isotonik merek Mizone, (2) pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas merek produk minuman isotonik merek Mizone, (3) pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas merek produk minuman isotonik merek Mizone, dan (4) pengaruh kualitas produk, kepercayaan merek dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas merek produk minuman isotonik merek Mizone.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian survei. Populasi pada penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta. Sampel yang digunakan adalah Mahasiswayang pernah membeli minuman isotonik merek Mizone dua kali. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel 150 Mahasiswa. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah di uji validitas menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) dan uji reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Teknik analisis data menggunakan uji regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap loyalitas merek produk minuman isotonik merek Mizone dibuktikan dari nilai t_{hitung} sebesar 2,719 dengan nilai signifikansi sebesar 0,007 ($0,007 < 0,05$), dan koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,128; (2) terdapat pengaruh positif kepercayaan merek terhadap loyalitas merek produk minuman isotonik merek Mizone dibuktikan dari nilai t_{hitung} sebesar 3,635 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$), dan koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,261; (3) terdapat pengaruh positif kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas merek produk minuman isotonik merek Mizone dibuktikan dari nilai t_{hitung} sebesar 8,467 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$), dan koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,509; (4) terdapat pengaruh positif kualitas produk, kepercayaan merek dan kepuasan konsumen secara bersama-sama terhadap loyalitas merek produk minuman isotonik merek Mizone dibuktikan dari nilai F_{hitung} sebesar 83,647 dengan nilai signifikansi 0,000 ($0,000 < 0,05$).

Kata kunci: Kualitas Produk; Kepercayaan Merek; Kepuasan Konsumen; dan Loyalitas Merek