

SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN METODE PEMBAYARAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RISOLLE
INDONESIA DI KOTA PAREPARE



OLEH

FADMA VATI SULAIMAN PUTRI

NIM: 19.2300.103

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE

2024

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN METODE PEMBAYARAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RISOLLE
INDONESIA DI KOTA PAREPARE**



OLEH

FADMA VATI SULAIMAN PUTRI

NIM: 19.2300.103

Skrripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2024

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Metode Pembayaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Risolle Indonesia Di Kota Parepare

Nama Mahasiswa : Fadmavati Sulaiman Putri

Nomor Induk Mahasiswa : 19.2300.103

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam B.3753/In.39/FEBI.04/PP.00.9/06/2023

Disetujui Oleh

Pembimbing Utama : Dr. Hj. St. Nurhayati, M. Hum.

NIP : 19641231 199803 2 012

Pembimbing Pendamping : Dr. Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, S.E., M.M.

NIP : 19911030 201903 1 006

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Mizdaffah Muhammadun, M.Ag.

NIP 197102082001122002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Metode Pembayaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Risolle Indonesia Di Kota Parepare

Nama Mahasiswa : Fadmavati Sulaiman Putri

Nomor Induk Mahasiswa : 19.2300.103

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam B.3753/In.39/FEBI.04/PP.00.9/06/2023

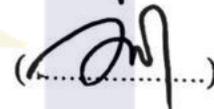
Tanggal Kelulusan : 30 Juli 2024

Disahkan oleh Komisi Penguji

Dr. Hj. St. Nurhayati, M. Hum. (Ketua)



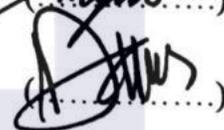
Dr. Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, S.E., M.M. (Sekretaris)



Drs. Moh Yasin Soumena, M.Pd. (Anggota)



Dr. Damirah, S.E., M.M. (Anggota)



Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag

NIP. 197102082001122002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ
وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah swt. berkat hidayah, taufik dan maunah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ibunda Hj. Ariyani Achmad dan Ayahanda Alm H. Sulaiman serta Nenek Hj. Suade dan Hj. Sauna tercinta dimana dengan pembinaan dan berkah doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik di waktu yang tepat.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari Ibu Dr. Hj. St. Nurhayati, M. Hum. dan Bapak Dr. Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, S.E., M.M. selaku Pembimbing Utama dan Pembimbing Pendamping, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof Dr. Hannani, M.Ag. sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Ibu Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdianya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Bapak I Nyoman Budiono, M.M. selaku ketua prodi perbankan syariah.
4. Ibu Umaima, M.E.I. sebagai Penasehat Akademik yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis selama studi di IAIN Parepare.

5. Om dan tante H. Muh Zuhdy dan Hj. Erna Durahman yang sudah seperti orang tua saya. Dengan tulus dan penuh rasa syukur mengucapkan terimakasih kepada kalian yang senantiasa memberikan perhatian, kasih sayang, doa dan dukungan yang tiada hentinya.
6. Kepada ketiga saudara saya Fitrah Amalia Sulaiman, Fatir Aksa Sulaiman, dan Andi Besse yang selalu ada untuk menemani dan memberikan dukungan di momen-momen tersulit saya.
7. Kepada seluruh keluarga besar Alm H. Durahman dan keluarga besar Alm Achmad Djafar yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih untuk tangan yang selalu diulurkan, kasih sayang yang selalu jadi penyemangat penulis dalam penyelesaian penelitian.
8. Owner Risolle Indonesia Fitri Syahrir serta seluruh pegawai atas ketersediannya memberikan izin penelitian serta memfasilitasi peneliti dalam penyelesaian penelitian.
9. Konsumen Risolle Indonesia Parepare selaku responden peneliti yang telah ikut andil dalam membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat seperjuangan saya di Dewan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (DEMA FEBI) dan Senat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (SEMA FEBI) saya berterima kasih pada organisasi tersebut telah memperbaiki pola pikir saya selama menempuh pendidikan.
11. Kepada Putri Aulia Karim yaitu sahabat tersayang, Terimakasih atas setiap waktu yang diluangkan, memberikan dukungan dan motivasi, semangat dan doa, pendengar yang baik, selalu mendukung setiap keputusan penulis ambil, sahabat yang selalu mengulurkan tangannya agar penulis bangkit dan tidak terus larut dalam kesedihan. Terima kasih sudah jadi sahabat yang baik dalam keadaan suka maupun duka.
12. Teruntuk Nurvila Sari dan Nayla Fauziah sahabat penulis yang luar biasa dari penulis Tsanawiyah hingga saat ini terus memotivasi penulis, memberikan doa dan dukungan dalam penyelesaian skripsi.

13. Kepada Rifqah Salsabila, Hetti Nurlela, Niar Purnamasari, Reni Angreni, Reski Ananda Putri, Putri Nabila, Asliana, Nurul Hidayah Jufri dan Sitti Nurhalisa teman seperti saudara, seperjuanganku, terima kasih untuk telinga yang siap mendengar, pelukan hangat yang siap menghangatkan, terimakasih atas dedikasinya selama ini kebersamai penulis hingga detik ini. Terimakasih selalu ada tapi tak sedarah. *See you on top guys.*
14. Teruntuk teman-teman Lambe Fitri Syahrir, Fikri Firgiawan, Tenry Aulia, Firdha Nabila, Zahratul Mr, Rahmat Hidayat dan Namira Ramadhani yang telah memberikan dukungan, doa semangat yang tidak didapatkan di manapun dalam menyelesaikan skripsi.
15. Seluruh Teman kerja di PT Zakiyah Dina Tayyibah Travel Umrah dan Haji. Terima kasih selalu mendukung dan memberikan motivasi untuk selalu semangat dalam menjalankan semua proses ini.
16. Semua teman-teman seperjuangan prodi Perbankan Syariah yang tidak bisa peneliti sebutkan satu-satu yang memetode pembayaran peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
17. Untuk orang yang penulis tidak dapat sebutkan Namanya, yang pernah jadi supporter garis terdepan untuk penulis. Menemani dan memberikan kebahagiaan kepada penulis selama masa masa sulit walau tidak lama penulis ditinggal pergi. Namun nama itu abadi di skripsi ini.
18. Yang terakhir namun tidak kalah pentingnya, saya ingin berterima kasih kepada Penulis buku yang bukunya telah saya baca karena banyak berperang penting dalam perangai saya.

Penulis tak lupa pula mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt. berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 29 Desember 2023
16 Jumadil Akhir 1445 H

Penulis

Fadmavati Sulaiman Putri
NIM. 19.2300.103



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

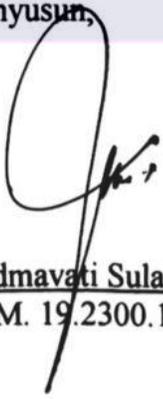
Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fadmavati Sulaiman Putri
Nomor Induk Mahasiswa : 19.2300.103
Tempat/Tgl. Lahir : Parepare, 08 Februari 2001
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Metode Pembayaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Risolle Indonesia Di Kota Parepare

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 29 Desember 2023

Penyusun,


Fadmavati Sulaiman Putri
NIM. 19.2300.103

ABSTRAK

Fadmavati Sulaiman Putri. *Pengaruh Kualitas Produk dan Metode Pembayaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Risolle Indonesia di Kota Parepare* (dibimbing oleh Hj. St. Nurhayati dan Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Pada Risolle Indonesia Di Kota Parepare. Mengetahui pengaruh Metode Pembayaran terhadap kepuasan konsumen Pada Risolle Indonesia Di Kota Parepare. Mengetahui pengaruh Kualitas produk dan Metode pembayaran secara simultan terhadap kepuasan konsumen Pada Risolle Indonesia Di Kota Parepare. Mengetahui Seberapa besar pengaruh Kualitas produk dan Metode pembayaran terhadap kepuasan konsumen Pada Risolle Indonesia Di Kota Parepare

Metode penelitian adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen Risolle Indonesia di Kota Parepare Parepare berjumlah 2120 Konsumen. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode kuesioner. Uji coba instrumen dianalisis dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada risolle Indonesia di kota parepare, dibuktikan dengan nilai probabilitas sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} adalah 4,785 lebih besar dengan nilai t_{tabel} 1,661. Metode Pembayaran berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada risolle Indonesia di kota parepare dibuktikan dengan nilai probabilitas sebesar $0,001 < 0,05$ nilai t_{hitung} adalah 5,324 lebih besar dengan nilai t_{tabel} 1,661. Kualitas produk dan metode pembayaran berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada risolle Indonesia di kota parepare, dibuktikan dengan F_{hitung} sebesar $114,826 > F_{tabel}$ 3,09 dan nilai probabilitas $0,001 < 0,05$. Variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel tidak bebas sebesar 69,7% sisanya sebesar 30,3% dipengaruhi oleh variabel yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Metode Pembayaran, Kepuasan Konsumen

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
TRANSLITERASI DAN SINGKATAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	9
B. Tinjauan Teori	14
1. Pemasaran.....	14
2. Produk.....	15
3. Kualitas Produk	21
4. Metode Pembayaran	24
5. Kepuasan Konsumen	28
C. Kerangka Pikir.....	33

D. Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	36
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	36
C. Populasi dan Sampel.....	37
D. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	38
E. Definisi Operasional Variabel	39
F. Instrumen Penelitian	40
G. Teknik Analisis Data	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Deskripsi hasil penelitian	46
B. Pengujian persyaratan analisis data	56
C. Pengujian hipotesis	63
D. Pembahasan hasil penelitian.....	68
BAB V PENUTUP.....	73
A. Simpulan.....	73
B. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	I
LAMPIRAN.....	IV
BIODATA PENULIS	XXXVIII

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul Gambar	Halaman
2.1	Bagan Kerangka Pikir	36
4.1	Grafik Normal Probability Plot	65
4.2	Grafik Scatterplot	67



DAFTAR TABEL

No.	Judul Tabel	Halaman
3.1	Skor Skala Likert	45
4.1	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	51
4.2	Karakteristik responden berdasarkan program studi	52
4.3	Karakteristik responden berdasarkan semester	52
4.4	Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel X1 (kualitas produk)	53
4.5	Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel X2 (metode pembayaran)	57
4.6	Jawaban Responden Untuk Variabel Y (kepuasan konsumen)	59
4.7	Hasil pengujian validitas instrumen penelitian	62
4.8	Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian	64
4.9	Hasil Pengujian Multikolonieritas	66
4.10	Hasil Perhitungan Regresi Berganda	68
4.11	Hasil Pengujian Koefisien determinasi	70
4.12	Hasil Uji Simultan	71
4.13	Hasil Uji Partial	73

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul Lampiran	Halaman
1.	Kuaesioner/Angket	V
2.	Data Mentah Penelitian	XV
3.	Rumus Dan Hasil Perhitungan Statistik	XXVII
4.	Surat Pengantar Penelitian Dari Kampus	XXXIII
5.	Surat Izin Meneliti Dari Dpmptsp	XXXIV
6.	Surat Izin Selesai Meneliti	XXXV
7.	Dokumentasi Penelitian	XXXVI
8.	Pengambilan Sampel Secara Online Melalui Google Form	XXXVII
9.	Biodata Penulis	XXXVIII

TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

A. Transliterasi

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tha	Th	te dan ha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dhal	Dh	de dan ha
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Shad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet ((dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof

ي	Ya	Y	Ye
---	----	---	----

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda (').

2. Vocal

- a. Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Fathah	A	A
اِ	Kasrah	I	I
اُ	Dammah	U	U

- b. Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِي	fathah dan ya	Ai	a dan i
اُو	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفًا : kaifa

هَؤُلَاءِ : haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
تَا / تِ	fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
يِ	kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
وُ	dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَات : māta

رَامَ : ramā

قَالَ : qāla

يَأْمُرُ : yamūtu

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *raudah al-jannah* atau *raudatul jannah*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah* atau *al- madīnatul fāḍilah*

تَمَكُّنًا : *al-hikmah*

5. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh:

رَبَّانِي : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

قَوْلًا : *al-haqq*

حُجَّةً : *al-hajj*

مَعَهُ : *nu‘ima*

وَدَّع : *‘aduwwun*

Jika huruf ى bertasydid diakhir sebuah kata dandidahului oleh huruf kasrah (ِ) maka transliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

أَرَبِيٌّ : ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

أَلِيٌّ : ‘Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf لا (alif lam ma'arifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

سُمًسَلًا : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalāh* (bukan *az-zalzalāh*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْءُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أُمِرْتُ : *Umirtu*

8. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *Sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Fī zilāl al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi 'umum al-lafẓ lā bi khusus al-sabab

9. Lafẓ al-Jalalah (مَلَا)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِاللَّهِ *Dīnillah* بِاللَّهِ *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

بِاللَّهِ تَمَحَّرِي فَمُهِ *Hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*).

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi‘a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur’an Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (Bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu)

Naṣr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naṣr Ḥamīd (bukan: Zaid, Naṣr Ḥamīd Abū)

B. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	=	<i>subhānahū wa ta'āla</i>
saw.	=	<i>ṣallallāhu 'alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>'alaihi al- sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir tahun
w.	=	Wafat tahun
QS .../....: 4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahīm/ ..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	=	صفحة
دو	=	مكان بدون
صهعى	=	وسلم عليه صلى الله
ط	=	طبعة
دن	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخره/إلى آخرها

خ	=	جزء
---	---	-----

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

- ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.
- Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan katajuz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil dari suatu kegiatan perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang tujuannya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen, sedangkan bagi perusahaan produk merupakan suatu alat perusahaan untuk mencapai tujuannya. Suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang lain baik dari segi kualitas, desain, bentuk, ukuran, kemasan, pelayanan, garansi, dan rasa agar dapat menarik minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk tersebut¹.

Saat ini banyak usaha yang sudah berkembang dengan pesat, hal ini disebabkan dengan adanya ide kreatif dan inovatif. Seiring dengan ide tersebut konsep pemasaran pun turut berkembang. Kegiatan pemasaran sekarang sudah mulai difokuskan pada kepuasan konsumen. Pada umumnya setiap usaha bertujuan untuk mencari keuntungan, tujuan tersebut tidak terlepas dari kegiatan pemasaran. Pemasaran itu sendiri sudah harus dipikirkan sebelumnya, agar lebih tepat pada sasaran konsumen karena konsumen yang potensial akan mempertimbangkan berbagai faktor, diantaranya faktor kualitas produk sehingga membuat konsumen merasa sangat puas dan lebih memilih produk kita daripada produk pesaing yang lain.

¹ Rupantra, 'Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Susu Kedelai Ud Pak Suroto Berastagi', *Digital Repository Universitas Quality Berastagi*, 2021, H. 30.

Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Konsumen akan membeli produk kalau mereka tertarik dan merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil dengan kata lain, pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen. Menurut Kotler Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/ tersirat².

Banyak strategi yang dapat dilakukan oleh pengusaha atau pemilik modal dalam menghadapi persaingan yang semakin kuat, salah satunya bagaimana mereka memahami perilaku konsumen yang akan atau telah membeli produk mereka. Pengusaha atau pemilik modal juga harus mengetahui karakteristik konsumen secara umum untuk memberikan output—produk yang baik dan layak kepada konsumen, sehingga konsumen merasa puas dan tidak kecewa bila membeli output tersebut. Pengaruh kualitas produk, metode pembayaran, dan harga dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan mempertahankan loyalitas konsumen terhadap produk atau jasa yang digunakan.

Loyalitas konsumen sangat penting artinya bagi perusahaan yang menjaga kelangsungan usahanya maupun kelangsungan kegiatan usahanya. Pelanggan yang setia adalah mereka yang sangat puas dengan produk dan pelayanan tertentu, sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka kenal. Selanjutnya pada tahap berikutnya pelanggan yang loyal

² Joko Bagio Santoso, 'Pengaruh Kualitas Produk, Metode pembayaran, Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen', *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16.01 (2019), H. 46.

tersebut akan memperluas kesetiaan mereka pada produk-produk lain buatan produsen yang sama. Dan pada akhirnya mereka adalah konsumen yang setia pada produsen atau perusahaan tertentu untuk selamanya.

Usaha Risolle yang ada di kota Parepare bervariasi dalam tingkat lamanya usaha maupun nilai keuntungan yang didapatkan. Unit usaha Risolle di kota Parepare selama ini mendatangkan keuntungan dalam nilai nominal yang cukup memuaskan. Lama usaha serta keuntungan yang diperoleh dapat dijadikan ukuran dalam keberhasilan kinerja pemasaran yang diperoleh dari usaha Risolle yang ada di Kota Parepare. Dalam hal keberlangsungan, ada usaha yang tetap mampu berkompetisi hingga dapat bertahan sampai tahun ke tiga puluh. Meski begitu, bertambahnya jumlah pesaing dari waktu ke waktu dapat menjadi permasalahan bagi pemilik usaha yang sudah ada. Hal ini dapat disebabkan karena pesaing baru memiliki strategi ataupun pemikiran yang inovatif dalam bersaing mendapatkan pelanggan. Di tengah persaingan yang ada, saat pengelola usaha yang baru berusaha bersaing dengan merebut pasar, pelaku usaha yang telah ada harus mampu mempertahankan pasar yang dimiliki.

Usaha yang berkembang mulai sejak 2018 hingga saat ini yaitu Risolle Indonesia, Risolle adalah usaha yang bergerak di bidang makanan sedang dan berat. Dan karena itulah Risolle mengkreasikan resep-resep minuman segar untuk menemani para konsumen saat menyantap main menu dari Risolle. Menu- menu *beverage* yang Risolle kreasikan, menggunakan bahan-bahan yang mudah di dapat di Kota Parepare, tempat dimana Risolle berada. Untuk alasannya, agar memudahkan konsumen menemukan bahan yang dibutuhkan, dengan harga

bervariatif serta cukup terjangkau. Berikut data penjualan Risolle Indonesia dari tahun 2020 sampai tahun 2022.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti bahwa Perkembangan jumlah penjualan dari tahun 2020 sebesar Rp. 82.567.000, selanjutnya pada tahun 2021 jumlah penjualan mengalami kenaikan sebesar Rp. 90.514.000 dan pada tahun 2022 juga mengalami kenaikan yang signifikan sebesar Rp. 514.689.000. ini satu bukti bahwa kualitas dari Produk Risolle ini mampu kemudian mempertahankan kualitas produknya dengan konsistensi. Hanya saja ada beberapa tanggapan kritik ataupun saran yang pernah diutarakan oleh beberapa konsumen Risolle Indonesia di Kota Parepare.

Berikut pernyataan Q & A yang telah dilakukan peneliti jauh hari sebelumnya untuk mengetahui tingkat kualitas produk dari Risolle ini yang berupa kritik di media sosial telah diutarakan oleh beberapa konsumen risolle Indonesia Kota Parepare.

No	Pernyataan	Nama Akun Media Sosial
1.	Risolle Cokelatnya kenapa sudah tidak pakai keju batang	@keysaa_calista
2.	Boleh tidak, untuk mienya ada tambahan topping telur	@nurasiaa28
3.	Butuh Lemon Tea	@adhyaksa_29
	Kak, adain dong lemon teanya biar kalau makan Risolle bisa disamain Minumannya mantap semua, hanya saja lemon teanya gak ada.	
4.	Adain Risolle yang isi lebih banyak lagi kak, contoh dengan jumlah 8-10 gitu, tapi	@poutymow

	harga yang sedikit ekonomis	
5.	Untuk Mie ala Gacoan, semoga pedasnya bisa konsisten terus	@hahihuhehooooooooo_
6.	Perbanyak menu minumannya kakak	@sheila_ntasya1212
7.	Mie Fitnya cantik sekali teksturnya, tapi sayang kurang penyedap rasa	@wnemaa
8.	Risollnya enak, tapi rasanya masih belum khas aja dan kalau bisa coklat untuk isinya diganti	@fairwiseandgoodineveryway
9.	Mie gacoannya enak kak, cuman kadang keasinan	@tyasatoru
10.	Sebaiknya ada cup khusus untuk risol mix, karena kalau coklat mix mayo biasanya mayona kena coklat.	@nurafni_debyk

Persaingan pasar dalam dunia internasional dan domestik semakin tajam dan ketat. Untuk itu banyak perusahaan yang saling bersaing demi mendapatkan loyalitas pelanggannya, dengan cara menetapkan tujuan perusahaan yaitu untuk memuaskan pelanggan dalam sisi pelayanan. Keputusan perusahaan melakukan tindakan perbaikan pelayanan yang sistematis merupakan payung yang menentukan dalam menindaklanjuti komplain konsumen dari suatu kegagalan sehingga pada akhirnya mampu mengikat loyalitas konsumen.

Upaya perbaikan sistem metode pembayaran, akan jauh lebih efektif bagi keberlangsungan bisnis. Menurut hasil riset Wharton *Business School*, upaya perbaikan ini akan menjadikan konsumen makin loyal kepada perusahaan karena semakin banyak pesaing maka sebuah perusahaan harus lebih unggul dari para pesaingnya. Semakin ketatnya persaingan berdampak pada peningkatan tuntutan

konsumen dalam hal pelayanan.³ Manusia pada dasarnya menginginkan pemuas kebutuhan. Dan salah satu hal untuk memuaskan kebutuhan manusia adalah pelayanan. Mendapatkan pelayanan dengan kualitas terbaik adalah hal yang diinginkan setiap manusia.

Berikut pernyataan Q & A yang telah dilakukan peneliti jauh hari sebelumnya untuk mengetahui tingkat metode pembayaran dari Risolle ini yang berupa kritik di media sosial telah diutarakan oleh beberapa konsumen risolle Indonesia Kota Parepare.

No	Pernyataan	Nama Akun Media Sosial
1.	Waduhh kak gampang banget bayarnya nggak harus pek cash lagi jadi uang aman tidak gampang hilang	@almayunitaaaa
2.	Kemarin pas mau bayar tekendala jaringan jadi harus pke cash dulu	@rifqah_salsabilah17
3.	Lebih efisien metode pembayarannya karena nggak perlu lagi ambil-ambil uang dari kantong	@rieyandyaries_

Berdasarkan data observasi awal di atas, dapat kita simpulkan bahwa Pengaruh kualitas produk dan metode pembayaran sangat penting untuk kemudian dijadikan sebagai bahan objek untuk menyelesaikan sebuah masalah dalam menambah jumlah loyalitas konsumen. Oleh karenanya, penelitian ini berfokus pada pengaruh kualitas produk dan metode pembayaran terhadap kepuasan konsumen pada Risolle Indonesia di Kota Parepare. Dalam penelitian ini, tentu peneliti sendiri memiliki sebuah rujukan utama untuk kemudian dijadikan titik

³ Dessy Riyani, Irena Larashat, and Dudung Juhana, 'Pengaruh Harga Dan Metode pembayaran Terhadap Kepuasan Pelanggan', *Majalah Bisnis & IPTEK*, 14.2 (2021), H. 101.

fokus dalam mengkaji lebih lanjut tentang pengaruh kualitas produk dan metode pembayaran Risolle ini. Maka dari itu peneliti membuat sebuah rumusan masalah sebagai bahan acuan utama dalam penelitian ini.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Risolle Indonesia di Kota Parepare?
2. Apakah Metode pembayaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Risolle Indonesia di Kota Parepare?
3. Apakah ada pengaruh Kualitas Produk dan Metode pembayaran secara simultan terhadap kepuasan konsumen Risolle Indonesia di kota Parepare?
4. Seberapa Besar Pengaruh Kualitas produk dan metode pembayaran terhadap Kepuasan Konsumen Risolle Indonesia di Kota Parepare?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Risolle Indonesia di Kota Parepare.
2. Untuk mengetahui apakah Metode pembayaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Risolle Indonesia di Kota Parepare.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan metode pembayaran secara simultan terhadap kepuasan konsumen Risolle Indonesia di kota Parepare.

4. Untuk mengetahui Seberapa Besar Pengaruh Kualitas produk dan metode pembayaran terhadap Kepuasan Konsumen Risolle Indonesia di Kota Parepare.

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan, serta meningkatkan kualitas produk dan wawasan bagi pengembangan ilmu Perbankan Syariah terkhusus pada Pengaruh Kualitas Produk dan Metode pembayaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Risolle Indonesia di Kota Parepare.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan informasi dan masukan lebih khususnya untuk masyarakat kota Parepare guna untuk lebih muda mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Metode pembayaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Risolle Indonesia di Kota Parepare.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Berdasarkan kajian pustaka yang dilakukan, penulis mendapatkan beberapa informasi dari beberapa sumber yang layak untuk dijadikan khususnya tentang Pengaruh Kualitas Produk dan metode pembayaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Risolle Indonesia di Kota Parepare, yang dapat membantu penulis dalam menggabungkan teori dan hasil penelitian sebelumnya sebagai acuan dalam tinjauan pustaka.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Sindi Nur Rohmah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup, Metode Pembayaran, dan Kreativitas Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi *Pasarnow*”⁴. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi *pasarnow* dan kemudian metode pembayaran serta kreativitas iklan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi *Pasarnow*. Serta jika diuji secara bersamaan variabel gaya hidup, metode pembayaran, dan kreativitas iklan memiliki pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel keputusan pembelian. Hasil dari koefisien determinan berpengaruh sebanyak 70,5% sisanya yaitu 29,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

⁴ Sindi Nur Rohmah, ‘Pengaruh Gaya Hidup, Metode Pembayaran Dan Kreativitas Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi *Pasarnow*’.

Persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif serta menggunakan uji regresi linier berganda serta sama-sama menggunakan alat olah data SPSS versi 29. sementara perbedaannya Teknik pengambilan sampling yaitu dalam penelitian ini menggunakan nonprobability sampling dan purposive sampling sementara dalam penelitian penulis menggunakan random sampling. penelitian ini menggunakan tiga variabel x dan penelitian penulis menggunakan dua variabel X

2. Penelitian yang dilakukan oleh Handayani Universitas Gunadarma dengan Judul “Pengaruh Metode Pembayaran Dan Mudahnya Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Di Zalora Online Shopping”⁵. Berdasarkan data yang sudah peneliti peroleh dari penyebaran kuesioner, maka bisa kita simpulkan bahwa ada pengaruh antara metode pembayaran dan mudahnya transaksi terhadap keputusan pembelian pada Zalora Online Shopping.

Persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan Uji validitas, Uji asumsi Klasik dan Analisis regresi linier berganda. Persamaan lain terletak pada variabel X yang berjumlah dua.

Perbedaannya terletak pada metode penelitian pada penelitian ini yaitu metode penelitian quantitative dan metode penelitian studi Pustaka, sementara pada penelitian penulis hanya menggunakan metode kuantitatif.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Eka Purna Yudha, Afif Ahmad Rifai dan Aqila Shafa Adela, Fakultas Pertanian Universitas Padjajaran, dengan judul “Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Dan

⁵ Handayani, ‘Pengaruh Metode Pembayaran Dan Mudahnya Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Di Zalora Online Shopping’, *Universitas Gunadarma Jurnal*, 15.4 (2021), 58–66.

Kualitas Pelayanan Restoran Cepat Saji Mcdonald's". Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui minat konsumen terhadap produk dan pelayanan yang diberikan oleh McDonald's, melakukan analisis mengenai kinerja McDonald's dalam memberikan kepuasan kepada konsumennya, melakukan analisis tingkat kepuasan pelanggan mengenai produk dan layanan yang diberikan.⁶

Metode Importance Performance Analysis digunakan untuk melakukan analisis mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sementara dalam penelitian penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode Customer Satisfaction Index digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan hasil Analisis IPA mengindikasikan bahwa masih terdapat beberapa hal yang belum memenuhi harapan responden terhadap kinerja pelayanan gerai makan McDonald's.

Hal tersebut harus menjadi prioritas utama pihak McDonald's dalam meningkatkan pelayanan kerjanya sehingga keseluruhan elemen yang ada pada gerai makan McDonald's menjadi semakin baik lagi. Walaupun terdapat beberapa hal yang belum memenuhi harapan para responden, berdasarkan penghitungan menggunakan Analisis CSI, gerai makan McDonald's memperoleh kriteria puas dalam melayani pelanggan yang

⁶ Eka Purna Yudha, Afif Ahmad Rifai, and Aqila Shafa Adela, 'Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Restoran Cepat Saji Mcdonald's', *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8.2 (2022), 1003 (p. h.3).

akan menggunakan jasanya. Namun, hal tersebut bisa terus ditingkatkan bahkan hingga memperoleh kriteria sangat puas.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Husnul Khotimah dan Doddi Prastuti, SE, MBA Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta dengan judul “pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pelanggan shopee di pt. Biro klasifikasi Indonesia Jakarta Utara)”⁷. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan di PT. Biro klasifikasi Indonesia (persero), Jakarta Utara.

Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif. Perbedaannya yaitu pada penelitian ini menggunakan 3 variabel X sementara dalam penelitian penulis hanya menggunakan 2 variabel X. Perbedaan yang lain terdapat diolah data dalam penelitian ini menggunakan alat olah data yaitu Smart PLS sementara dalam penelitian penulis menggunakan SPSS. Perbedaan terakhir terdapat di teknik pengambilan sampling yaitu pada penelitian ini menggunakan purposive sampling sementara dalam penelitian penulis yaitu random sampling.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan tidak berpengaruh positif atau tidak signifikan, pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh positif atau signifikan, pengaruh harga terhadap kepuasan

⁷ Husnul Khotimah Doddi Prastuti, ‘Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Shopee Di Pt. Biro Klasifikasi Indonesia Jakarta Utara)’ (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta, 2020).

pelanggan berpengaruh positif atau signifikan. Nilai R- Square sebesar 84,1% menunjukkan bahwa perubahan dari kepuasan pelanggan hanya di pengaruhi oleh kualitas pelayanan dan harga.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Nur Azi, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang dengan judul “Pengaruh Produk, Metode Pembayaran, Kualitas Layanan Dan Kualitas Situs Web Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang”.⁸ Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menjelaskan pengaruh produk, metode pembayaran, kualitas layanan, dan kualitas situs web, terhadap kepuasan pelanggan e-commerce shopee pada mahasiswa universitas islam malang..

Persamaan dalam penelitian ini yaitu terdapat dalam metode penelitian yakni metode kuantitatif serta menggunakan uji yang sama dalam menguji hipotesis yaitu analisis regresi linier berganda, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji F, dan uji t. Perbedaan dalam penelitian ini yaitu menggunakan 3 variabel X sementara dalam penelitian penulis menggunakan 2 variabel X. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel produk, metode pembayaran, kualitas layanan, dan kualitas situs web berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dan terdapat pengaruh secara parsial antara variabel produk, dan kualitas situs web, terhadap kepuasan pelanggan. Serta metode pembayaran dan kualitas

⁸ Nur Azis, ‘Pengaruh Produk, Metode Pembayaran, Kualitas Layanan Dan Kualitas Situs Web Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang’ (Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang, 2022).

layanan tidak terdapat pengaruh secara parcial terhadap kepuasan pelanggan.

B. Tinjauan Teori

1. Pemasaran

Definisi pemasaran menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah sebuah proses, cara, perbuatan untuk memasarkan suatu barang dagangan, sementara definisi dari strategi pemasaran adalah rencana untuk memperbesar pengaruh terhadap pasar, baik dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang, yang didasarkan pada riset pasar, penilaian, perencanaan produk, promosi dan perencanaan penjualan, serta distribusi. Sedangkan definisi pemasaran menurut Kotler (2018) adalah Proses di mana perusahaan melibatkan pelanggan, membangun hubungan baik dengan pelanggan, dan menciptakan nilai untuk pelanggan, sehingga dapat mendapatkan nilai / umpan balik yang baik dari pelanggan dalam rangka untuk meningkatkan profit dan ekuitas pelanggan. Salah satu unsur dari pemasaran adalah marketing mix yang menjadi variabel dalam pemasaran dalam rangka untuk memenuhi target penjualan. Unsur dalam marketing mix dikenal dengan nama yaitu : *product, price, place, promotion, physical evidence, process dan people.*⁹

⁹ Novi Tri Hariyanti and Alexander Wirapraja, 'Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur)', *Jurnal Eksekutif*, 15.1 (2018), H. 46.

Definisi dari pemasaran secara umum adalah kegiatan memanfaatkan variabel-variabel penjualan untuk mendatangkan konsumen, meningkatkan penjualan, dan menjaga hubungan baik dengan konsumen sehingga kegiatan transaksi yang terjadi dapat dilakukan secara terus menerus dan berkesinambungan.

2. Produk

a. Pengertian Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Produk dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan.

Produk merupakan elemen dasar dan penting dari bauran pemasaran, dikatakan penting karena dengan produk perusahaan dapat menetapkan harga yang sesuai, mendistribusikan dan menentukan komunikasi yang tepat untuk pasar sasaran. Produk diciptakan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan,

diminta, dibeli, dan dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.¹⁰

b. Tingkatan Produk

Pengembangan produk diperlukan kualitas produk bagi perusahaan mengenai tingkatan produk sebagai salah satu cara merespon serta mengikuti keinginan dan kebutuhan pasar. Berikut ini merupakan penjelasan lima tingkatan produk Menurut Kotler:

- 1) Manfaat Inti (*Core Benefit*), yaitu manfaat yang sebenarnya dibutuhkan dan akan dikonsumsi oleh pelanggan dari setiap produk.
- 2) Produk Dasar (*Basic Product*) adalah produk dasar yang mampu memenuhi fungsi pokok produk yang paling dasar.
- 3) Produk Harapan (*Expected Produk*) adalah produk formal yang ditawarkan dengan berbagai atribut dan kondisi secara normal (layak) diharapkan dan disepakati untuk dibeli dan serangkaian atribut-atribut produk dan kondisi yang diharapkan oleh pembeli pada saat membeli produk.
- 4) Produk Pelengkap (*Augment Produk*) adalah berbagai atribut produk yang dilengkapi atau ditambahkan dengan berbagai manfaat layanan, sehingga dapat memberikan tambahan kepuasan dan dapat dibedakan dengan produk pesaing.
- 5) Produk Potensial (*Potential Product*) adalah segala macam tambahan dan perubahan yang mungkin dikembangkan untuk produk dimasa

¹⁰Resa Restiany, 'Pengaruh Metode pembayaran Dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Situs Jual Beli Online Shopee Draft Skripsi', 14, (2018), H. 53.

mendatang, atau semua argumentasi dan perubahan bentuk yang dialami oleh suatu produk dimasa yang akan datang.¹¹

Jadi pada dasarnya produk adalah sekumpulan nilai kepuasan yang kompleks. Nilai sebuah produk atau jasa ditempatkan oleh konsumen berdasarkan manfaat yang akan mereka terima dari produk tersebut selain itu produk tersebut harus memiliki diferensiasi sehingga konsumen dapat membedakan dan produk tersebut memiliki keunggulan tersendiri dimata atau diingatan konsumen.

c. Klasifikasi Produk

Secara umum, pemasar mengklasifikasikan produk berdasarkan ciri-cirinya yaitu daya tahan, wujud, dan penggunaan (konsumen dan industri). Menurut Kotler & Keller mengklasifikasikan produk yang terdiri dari:

1) Klasifikasi Produk Berdasarkan Wujudnya

Berdasarkan wujudnya, produk dapat diklasifikasikan ke dalam dua kelompok utama, yaitu :

a) Barang

Barang merupakan produk yang berwujud fisik, sehingga bisa dilihat, diraba atau disentuh, dirasa, dipegag, disimpan, dipindahkan dan diperlakukan fisik lainnya.

¹¹ Wilwatikta Krisna Fajri and others, 'Penerapan Teori Tingkatan Produk Pada Event Webinar Biztalk Series Oleh PT Biztrips Media Teknologi (Studi Kasus: PT Damcorp)', 11.1 (2022), H. 18–23.

b) Jasa

Jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual (dikonsumsi pihak lain). Seperti halnya bengkel reparasi, salon kecantikan, hotel dan sebagainya.

2) Klasifikasi Produk Berdasarkan Daya Tahanannya

Berdasarkan wujudnya, produk dapat diklasifikasikan ke dalam dua kelompok utama, yaitu :

a) Barang Tidak Tahan Lama (*Nondurable goods*)

Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Dengan kata lain, umur ekonomisnya dalam kondisi pemakaian normal kurang dari satu tahun. Contohnya : sabun, pasta gigi, minuman kaleng dan sebagainya.

b) Barang Tahan Lama (*durable goods*)

Barang tahan lama merupakan barang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama dengan banyak pemakaian (umur ekonomisnya untuk pemakaian normal adalah satu tahun lebih). Contohnya : lemari es, mesin cuci, pakaian dan lain-lain.

3) Klasifikasi Produk Berdasarkan Kegunaannya

Berdasarkan kegunaannya produk diklasifikasikan menjadi 2 yaitu sebagai berikut:

a) Barang Konsumsi (*consumer's goods*)

Barang konsumsi merupakan suatu produk yang langsung dapat dikonsumsi tanpa melalui pemrosesan lebih lanjut untuk memperoleh manfaat dari produk tersebut. Barang konsumen adalah barang yang dikonsumsi untuk kepentingan konsumen akhir sendiri (individu dan rumah tangga), bukan untuk tujuan bisnis.

- Barang Belanja (*shopping goods*)

Barang-barang yang dalam proses pemilihan dan pembeliannya dibandingkan oleh konsumen diantara berbagai alternatif yang tersedia. Contohnya alat-alat rumah tangga, pakaian, *furniture*, mobil bekas dan lainnya. Kategori barang belanjaan dibagi menjadi dua yaitu barang belanjaan *homogeni* dan *heterogeny*.

- Barang Khusus (*specialty goods*)

Barang-barang yang memiliki karakteristik dan/atau identitas merek yang unik dimana sekelompok konsumen bersedia melakukan usaha khusus untuk membelinya.

- Barang Yang Tidak Dicari (*unsought goods*)

Merupakan barang-barang yang tidak diketahui konsumen atau walaupun sudah diketahui, tetapi pada umumnya belum terpikirkan untuk membelinya. Ada dua jenis *unsought*, yaitu *regularly unsought goods* dan *now unsought goods*.

b) Barang Industri (*industrial's goods*)

Barang industri merupakan satu jenis produk yang masih memerlukan pemrosesan lebih lanjut untuk mendapatkan suatu manfaat tertentu. Biasanya hasil pemrosesan dari barang industri diperjual belikan kembali. Klasifikasi barang produksi dibagi menjadi tiga, diantaranya :

- Bahan Baku dan Suku Cadang

Barang yang seluruhnya menjadi bagian dari produk produsen. Bahan dan suku cadang dibagi dua yaitu bahan mentah serta bahan dan suku cadang manufaktur.

- Barang Modal

Barang tahan lama yang difasilitasi pengembangan atau pengelolaan produk jadi.

- Layanan Bisnis dan Pasokan

Barang dan jasa jangka pendek yang memfasilitasi pengembangan atau pengelola produk jadi.¹²

¹² Widha Emil Luthfia and Rahayu Tri Astuti SRI, 'Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Kofisyop Tembalang', (2012), H. 55.

3. Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Produk adalah alat bauran pemasaran yang paling mendasar, di mana konsumen memiliki harapan akan pemenuhan kebutuhan dan keinginan melalui suatu produk. Sehingga pemenuhan kebutuhan dan keinginan ini erat kaitannya dengan kualitas produk. Kualitas dalam pandangan konsumen memiliki karakteristik yang berbeda-beda antara satu konsumen dengan konsumen lainnya.

Motif ekonomi adalah hal-hal yang mendorong seseorang melakukan tindakan ekonomi. Motif ekonomi bagi setiap individu bisa berbeda-beda, namun motif utama yang mendorong mereka melakukan kegiatan ekonomi adalah keinginan memenuhi kebutuhan hidup untuk mencapai kemakmuran.¹³ Kualitas produk sangat berkaitan dengan motif ekonomi ini, karena preferensi konsumen terhadap produk sering kali didorong oleh persepsi mereka terhadap kualitas. Konsumen cenderung memilih produk berkualitas tinggi karena mereka percaya produk tersebut memberikan nilai lebih tinggi dan daya tahan yang lebih lama, sehingga membantu dalam pemenuhan kebutuhan hidup secara lebih efisien dan efektif.

Sebagai contoh, konsumen yang memiliki motif konsumsi akan memilih bahan makanan organik yang lebih sehat dan aman, sementara mereka yang termotivasi oleh investasi akan memilih barang elektronik

¹³ Arwin.S.e.M.Si, *Buku Ajar Pengantar Ekonomi Mikro*, ed. by Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, 2020.

dari merek terkenal yang tahan lama dan memiliki garansi yang baik. Selain itu, motif status juga mendorong konsumen untuk membeli produk bermerek yang berkualitas tinggi sebagai simbol kemakmuran dan prestise sosial. Produk berkualitas tinggi juga sering kali lebih efisien dan memiliki biaya perawatan yang lebih rendah, sehingga dalam jangka panjang dapat menghemat biaya. Dengan demikian, kualitas produk menjadi salah satu faktor penting dalam keputusan ekonomi konsumen, dan produsen yang mampu menghasilkan produk berkualitas tinggi akan lebih mampu memenuhi motif ekonomi konsumen, meningkatkan penjualan, dan keuntungan.

Menurut Kotler dan Armstrong kualitas produk adalah karakteristik suatu produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Berbeda dengan definisi American Society dalam Kotler dan Keller kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik dari produk atau layanan yang menanggung pada kemampuannya untuk memuaskan atau memenuhi kebutuhan. Selain itu Fandy Tjiptono mengemukakan bahwa kualitas sebagai berikut Definisi konvensional dari kualitas adalah sebagai gambaran langsung dari suatu produk seperti kinerja, keandalan, mudah dalam penggunaan, estetika dan sebagainya. Dalam definisi strategis, kualitas adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan (*meeting the needs of consumer*).

Definisi di atas penulis dapat mengartikan bahwa kualitas produk merupakan upaya suatu produk dalam memperagakan fungsi-fungsinya dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

b. Indikator Kualitas Produk

Menurut West, dkk dalam Fiani dan Japariato (2012) secara garis besar indikator kualitas produk makanan meliputi sebagai berikut:

- 1) Warna, yaitu warna bahan-bahan yang digunakan dalam makanan atau minuman harus dikombinasikan secara menarik sehingga membuat konsumen tertarik untuk mencobanya.
- 2) Penampilan, yaitu makanan atau minuman harus dihidang secara menarik dan bersih.
- 3) Porsi, yaitu dalam setiap penyajian makanan atau minuman sudah ditentukan porsi standarnya yang disebut standard portion size. standard portion size adalah kuantitas item yang harus disajikan setiap kali item tersebut dipesan.
- 4) Bentuk, bentuk makanan memainkan peranan penting dalam daya tarik pandangan mata. Bentuk makanan yang menarik bisa diperoleh dari cara pemotongan bahan makanan.
- 5) Temperatur, yaitu konsumen menyukai variasi temperatur yang didapatkan dari makanan satu dengan lainnya. Temperatur juga bisa mempengaruhi rasa misalnya rasa asin pada sop akan kurang terasa pada saat sup masih panas.

- 6) Tekstur, yaitu kesesuaian tekstur dengan makanan yang disajikan harus tepat.
- 7) Aroma, yaitu wangi dari makanan yang ditawarkan akan mempengaruhi konsumen untuk mencoba makanan tersebut.
- 8) Tingkat kematangan akan mempengaruhi tekstur makanan.
- 9) Rasa, yaitu kesesuaian rasa dengan makanan atau minuman yang disajikan harus tepat.

c. Konsep Kualitas Produk

Kotler (dalam Praba Sulistyawati, 2009) menyatakan bahwa pencapaian kualitas yang baik bagi suatu perusahaan dibutuhkan beberapa ukuran untuk merumuskan kebijakan mengenai kualitas produk, yaitu:

1) Fungsi Barang

Fungsi barang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, maka harus memproduksi barang yang mutunya sesuai dengan fungsi serta kegunaannya, daya tahannya, peralatannya, dan kepercayaannya

2) Wujud Luar

Wujud luar seperti bentuk, warna, dan susunannya. Bila wujud luar dari produk tersebut tidak menarik meskipun kualitas barangnya baik maka belum tentu menarik minat konsumen.

3) Biaya Barang

produk Pada umumnya biaya dan harga suatu barang akan dapat menentukan mutu suatu barang tersebut.¹⁴

¹⁴ Sri Hartini, 'Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk Dan Kinerja Bisnis', *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 14.1 (2012), H. 88.

d. Kualitas Produk dalam Pandangan Islam

Menurut Rivai Kualitas adalah suatu upaya untuk menghasilkan segala sesuatu yang terbaik, sekaligus meningkatkan serta menjamin keberlangsungan dan kemajuannya.¹⁵ Kualitas mempunyai arti yang sangat penting dalam membentuk hubungan loyalitas antara perusahaan dan pelanggan. apabila kualitas produk yang dihasilkan baik maka pelanggan akan cenderung sering untuk melakukan pembelian ulang pada perusahaan tersebut. Kualitas produk adalah sejumlah atribut atau sifat-sifat yang dideskripsikan di dalam produk (barang atau jasa) serta digunakan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Qs. An-Naml : 88 :

وَتَرَى الْجِبَالَ تَحْسَبُهَا جَامِدَةً وَهِيَ تَمُرُّ مَرَّ السَّحَابِ ۗ صُنِعَ اللَّهُ الَّذِي لَمْ يَلِدْ وَلَمْ يُولَدْ ۗ إِنَّهُ خَبِيرٌ بِمَا تَفْعَلُونَ ﴿٨٨﴾

Terjemahnya:

Engkau akan melihat gunung-gunung yang engkau kira tetap di tempatnya, padahal ia berjalan seperti jalannya awan. (Demikianlah) penciptaan Allah menjadikan segala sesuatu dengan sempurna. Sesungguhnya Dia Maha Teliti terhadap apa yang kamu kerjakan.¹⁶

Dalam ayat ini menjelaskan bahwa dalam memproduksi suatu barang harus diselesaikan dengan kualitas yang sempurna dan sebaik-baiknya karena Allah sendiri telah menciptakan semua yang ada dilangit

¹⁵ Veitzhal Rivai, "Islamic Business And Economic Ethis" (Jakarta, Bumi aksara 2012)

¹⁶ Kementrian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahan*, Penyempurn (Jakarta, 2019).

dan dibumi dengan kualitas yang sempurna. suatu produk telah dapat dikatakan sebagai produk yang baik, memiliki kualitas yang sempurna.

4. Metode pembayaran

a. Pengertian Metode Pembayaran

Menurut Aulia Pohan, sistem atau metode pembayaran adalah suatu sistem yang melakukan pengaturan kontrak, fasilitas pengoperasian dan mekanisme teknis yang digunakan untuk penyampaian, pengesahan, dan penerimaan instruksi pembayaran, serta pemenuhan kewajiban pembayaran yang dikumpulkan melalui pertukaran “nilai” antar perorangan, bank dan lembaga lainnya baik domestik maupun antarnegara (*cross border*).¹⁷

E-commerce merupakan suatu transaksi jual beli melalui internet yang tak bisa lepas dari transaksi penjualan dan pembelian yang melibatkan proses pembayaran. Dalam transaksi jual beli tatap muka, kita hanya mengenal dua metode pembayaran, yaitu cash atau menggunakan kartudebit dan kredit. Sedangkan pembayaran menggunakan online yaitu cara pembayaran yang dilakukan dengan melalui fasilitas internet.

Metode Pembayaran merupakan cara-cara pembayaran pada pembelian barang atau jasa, utang, pajak, dan sebagainya. Cara pembayaran dalam jual beli pada umumnya dapat dilakukan dengan pembayaran angsuran dan tunai. Menurut Bank Indonesia, penggunaan alat pembayaran ini sudah berkembang dan maju pesat. Jika kita melihat kebelakang dahulu yaitu saat awal mula pembayaran itu dikenal sistem barter antarbarang yang diperjual

¹⁷ Pohan Aulia, *Sistem Pembayaran : Sistem Dan Implementasi Di Indonesia*, Revisi (Jakarta: RajaGrafindo, 2011).

belikan adalah kelaziman di era pramodern. Dan *dalam* perkembangannya, mulai dikenal satuan tertentu yang memiliki nilai pembayaran yang dikenal dengan uang. Sampai saat ini uang masih menjadi salah satu alat pembayaran utama yang berlaku di masyarakat.

Bank Indonesia mengungkapkan bahwa alat pembayaran terus berkembang dari pembayaran tunai (*cash based*) ke alat pembayaran nontunai (*noncash*) seperti alat pembayaran berbasis kertas (*paper based*), seperti cek dan bilyet giro. Selain itu dikenal juga alat pembayaran kartu (*card based*) misalnya kartu ATM, kartu kredit, kartu debit dan kartu lainnya. Menyadari adanya ketidaknyamanan dan tidak efisien memakai uang kartal, BI berinisiatif dan akan terus mendorong untuk membangun masyarakat yang terbiasa memakai alat pembayaran non tunai. Dengan adanya virus Covid-19 saat ini masyarakat dan beberapa tempat sudah menggunakan transaksi pembayarannya menggunakan pembayaran online karena lebih aman dan jauh terhindar dari virus.

b. Macam-macam metode pembayaran

Seiring berkembangnya zaman yang semakin canggih serta semua serba cepat dan canggih, maka masyarakat lebih cenderung menyukai hal – hal yang praktis sehingga model- model pembayaran di atas sudah jarang digunakan. Terlebih untuk masyarakat skala menengah ke bawah karena sebagian besar dari mereka banyak yang belum memahami cara kerja metode pembayaran di atas.³⁹ Berikut merupakan beberapa metode pembayaran yang terbaru dan banyak digunakan oleh masyarakat pengguna fasilitas jual beli online:

a. *Transfer Bank*

Cara yang paling banyak digunakan dalam bertransaksi online adalah menggunakan pilihan pembayaran berupa transfer bank. Baik melalui *ATM*, *internet banking*, dan *mobile banking*. Transfer bank melalui ATM terlihat cukup merepotkan karena masyarakat harus datang ke ATM terdekat dan melakukan transaksi semua secara manual. Sedangkan menggunakan internet banking, penggunaannya akan direpotkan dengan harus selalu membawa token. Transfer menggunakan *internet banking* terhitung lebih aman dan mudah. Dan dengan *mobile banking* penggunaannya lebih mudah karena hanya mentransfer saja melalui aplikasi kemudian selesai tanpa harus datang ke tempat dan menggunakan token.

b. *Kartu Kredit*

Merupakan metode pembayaran dengan menggunakan kartu kredit.

c. *Dompot Digital (e-wallet)*

Merupakan aplikasi dompet digital dengan sistem pembayaran yang mudah hanya dengan memasukkan kepada siapa ingin mengirim, nominal, dan memasukkan password. *E-wallet* yang ada saat ini terdiri dari: GOPAY, OVO, Dana, Shopeepay, LinkAja, Tapcash, i.saku, Doku, Sakuku, Jenius, dan banyak lainnya.

d. *Kartu Debit Online (Payoneer)*

Tidak semua kartu debit dapat digunakan untuk transaksi online, terutama kartu debit lokal yang memang belum

memperbolehkan penggunaan semacam ini. Namun jika kamu menggunakan kartu debit dari bank luar negeri, mungkin kamu bisa melakukan transaksi melalui kartu debit. Untuk mendapatkan kartu debit luar, kamu bisa mendaftar di payoneer. Selain bisa digunakan untuk transaksi online di internet, kartu debit payoneer juga dapat digunakan untuk berbelanja di supermarket maupun melakukan transaksi melalui mesin ATM.

e. Cash on Delivery

COD merupakan sistem pembayaran dimana barang dibayar tunai ketika barang sampai ditangan pembeli. Sistem ini sangat menguntungkan bagi pembeli karena menjamin barangnya sampai di tempat dengan aman. Salah satu keunggulan sistem pembayaran ini dibandingkan sistem lainnya adalah lebih dipercaya. Bagi beberapa pembeli, terutama mereka yang baru dalam dunia online shop, banyak hal yang mereka khawatirkan, seperti apakah barang yang mereka pesan itu benar-benar akan dikirimkan dan sampai setelah uang dikirimkan, atau apakah barang yang dikirim itu kualitasnya sesuai dengan yang ditawarkan. Sistem pembayaran COD adalah salah satu solusinya, karena konsumen baru akan membayar ketika barang sudah sampai dan terima dengan baik. COD tentu dapat menambah rasa percaya pembeli atau konsumen terhadap belanja online.

f. Pembayaran melalui gerai ritel

Pembayaran dilakukan melalui ritel dengan menunjukkan kode pembayaran yang telah diberikan melalui e-mail ataupun kode yang

diberikan melalui aplikasi tersebut, lalu pembeli tinggal membayar sejumlah harga barang tersebut.

c. **Indikator Metode Pembayaran**

Dalam bukunya Aulia Pohan mengemukakan tiga indikator metode pembayaran yaitu sebagai berikut:

- 1) Pengaturan Kontrak Sistem harus memiliki peraturan dan ketentuan yang jelas untuk kontrak transaksi pembayaran.
- 2) Fasilitas Pengoperasian: Kemampuan sistem dalam mengelola operasi sehari-hari terkait dengan proses pembayaran, mulai dari inisiasi hingga penyelesaian.
- 3) Mekanisme Teknis: Aspek teknis, seperti infrastruktur dan protokol, yang mendukung penyampaian, pengesahan, dan penerimaan instruksi pembayaran.
- 4) Keamanan: Perlindungan terhadap keamanan transaksi dan data pengguna adalah kunci dalam sistem pembayaran.
- 5) Regulasi: Ketaatan terhadap peraturan dan kebijakan yang mengatur sistem pembayaran, baik di tingkat nasional maupun internasional.

5. Kepuasan Konsumen

Perusahaan mempunyai tujuan memuaskan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan faktor penting khususnya untuk perusahaan jasa, karena bagi perusahaan kepuasan konsumen menjadi acuan keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanannya pada konsumen. Kepuasan dapat diartikan sebagai ukuran dimana seseorang atau pelayanan mendapatkan apa yang

diinginkanya. Bila konsumen merasakan apa yang ada pada produk atau jasa sesuai dengan apa yang diinginkanya maka akan timbul rasa kepuasan dan menjadi dasar terciptanya pemakaian ulang atau loyalitas.

Menurut Kotler dan Keller yang dikutip oleh Bob Sabran kepuasan konsumen adalah merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil yang diharapkan.

a. Metode Mengukur Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan menjadi hal yang sangat penting bagi suatu perusahaan, untuk mengukurnya. Terdapat beberapa metode yang digunakan perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan konsumen.

Menurut Tjiptono ada beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam mengukur tingkat kepuasan konsumen diantaranya sebagai berikut¹⁸:

a. Sistem keluhan dan saran (*Complain and Sugestion System*)

Pelanggan menyampaikan keluhan dan saran melalui kotak saran di lokasi strategis, kartu pos berperangko, saluran telepon bebas pulsa, website, email, fax, blog dan lain lain. Ada juga perusahaan memberli amplop yang telah ditulis nama dan alamat perusahaan-perusahaan untuk digunakan menyampaikam saran atau keluhan serta kritikan stelah mereka sampai ketempat asalnya.

¹⁸ Satria Satria, 'Analisis Sistem Informasi Mengukur Kepuasan Pelayanan Pelanggan Dengan Metode Servqual', *Kilat*, 8.1 (2019), H. 64.

b. Pembeli bayangan (*Ghost shopping*)

Perusahaan yang kehilangan pelanggan mencoba menghubungi pelanggan tersebut dengan cara membujuk kenapa dia tidak menjadi pelanggan lagi. Yang diharapkan adalah diperolehnya informasi tentang penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi yang diperoleh akan sangat bermanfaat bagi perusahaan dalam mengambil keputusan.

c. Analisis konsumen yang beralih (*Lost Customer Analysis*)

Menghubungi atau mewawancarai para pelanggan yang telah beralih pemasok dalam rangka memahami penyebabnya dan melakukan perbaikan layanan.k

d. Survei Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction survey*)

Tingkat keluhan disampaikan oleh konsumen tidak bisa disimpulkan secara umum untuk kepuasan konsumen pada umumnya. Umumnya penelitian mengenai kepuasan konsumen dilakukan melalui suvey, melalui pos, telepon atau wawancara pribadi, mengirimk-an mngketk-angket kosong ke orang-orang tertentu. Melalui survey perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari konsumen dan sekaligus memberikan tanda (*sign positif*) bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap konsumennya.

b. Dimensi Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen atau pelanggan sangat penting pada persepsi dan ekspektasi pelanggan, maka sebagai pemasok jasa perlu mengetahui faktor-

faktor yang mempengaruhinya, berikut adalah dimensi kepuasan konsumen menurut para ahli. Menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Buchari Alma menyatakan bahwa dimensi kepuasan konsumen meliputi kinerja yang diharapkan konsumen dan harapan konsumen, jika kinerja berada dibawah harapan maka konsumen tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan maka konsumen akan puas atau senang.¹⁹

Menurut Hawskin dan Lonney dalam Tjiptono faktor-faktor yang mendorong kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut

- 1) Kesesuaian harapan Merupakan tingkatan kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen.
- 2) Minat berkunjung kembali Merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa terkait.
- 3) Kesediaan merekomendasi Merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga.

c. Tipe-tipe Konsumen dan Ketidakpuasan Konsumen

Tipe-tipe kepuasan dan ketidakpuasan konsumen dapat dibedakan berdasarkan kombinasi antara emosi-emosi spesifik terhadap penyedia jasa dan minat berperilaku untuk memilih lagi penyedia jasa bersangkutan status dan neuhaus yang dikutip oleh Tjiptono. Berikut penjelasannya sebagai berikut:

¹⁹ Lilis Cucu Sumartini and Dini Fajriany Ardining Tias, 'Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja', *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 3.2 (2019), 111–18.

- a. *Demanding customer satisfaction* Tipe ini merupakan tipe kepuasan yang aktif. Realasi dengan penyedia jasa diwarnai emosi positif, terutama optimisme dan kepercayaan. Berdasarkan pengalaman positif dimasa lalu, konsumen dengan tipe kepuasan ini berhadap bahwa penyedia jasa akan mampu memuaskan espetasi mereka yang semakin meningkat di masa depan.
- b. *Stable customer satisfaction* Konsumen dalam tipe ini memiliki tingkat aspirasi pasif dan berperilaku yang demanding. Emosi positifnya terhadap penyedia jasa bercirikan steadines dan trust dalam relasi yang terbina saat ini mereka menginginkan segala sesuatu tetap sama berdasarkan pengalaman-pengalaman positif yang telah terbentuk hingga saat ini, mereka bersedia melanjutkan relasi dengan penyedia jasa.
- c. *Resigner cestomer satisfaction* Konsumen dalam tipe ini juga merasa puas. Namun, kepuasannya bukan disebabkan oleh pemenuhan ckspetasi. Namun lebih didasarkan pada kesarn bahwa tidak realitis untuk berharap lebih. Perilaku konsumen tipe ini cenderung pasif. Mereka tidak bersedia melakukan berbagai uapaya dalam rangka menuntut perbaikan situasi.²⁰

d. Faktor-faktor yang Menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen

Menurut Lopiyoadi dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

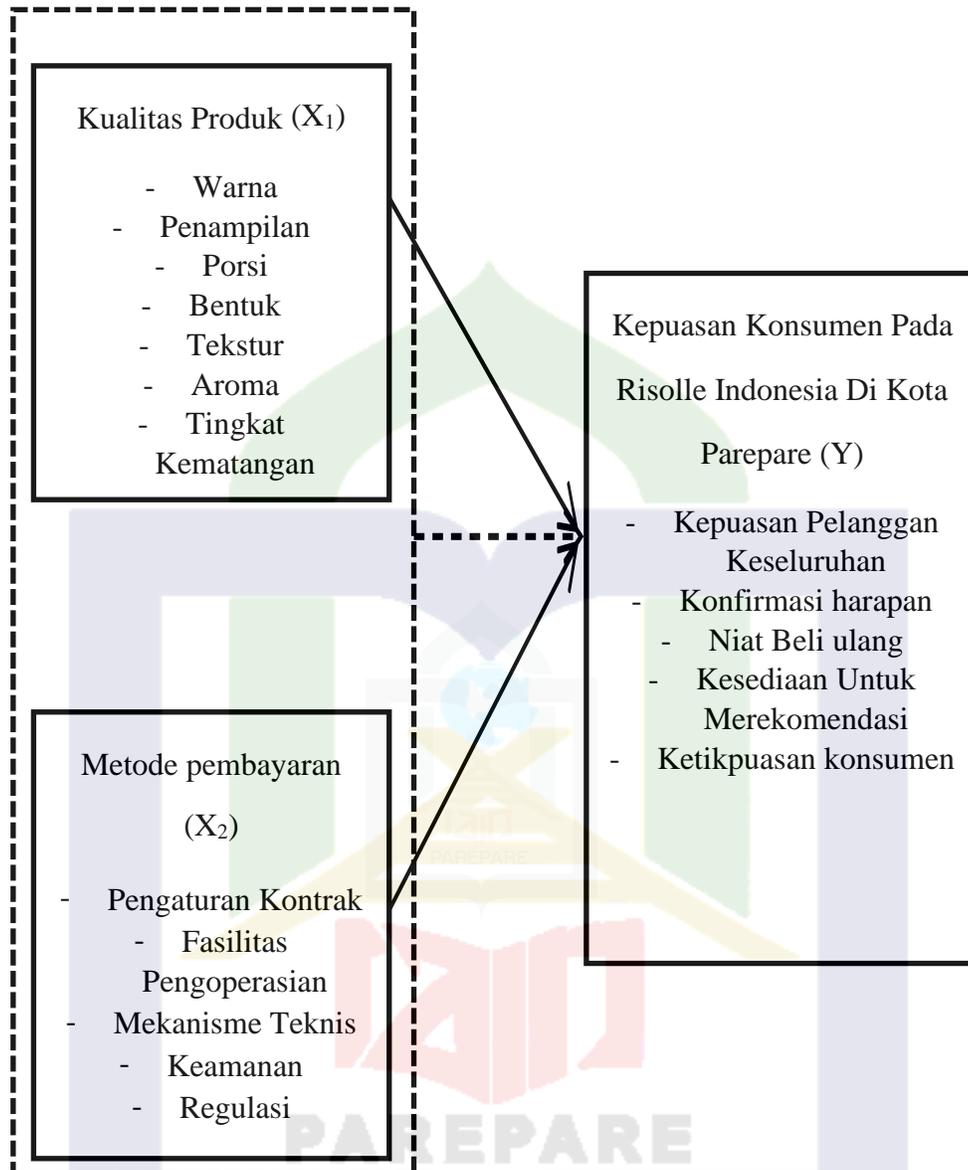
²⁰ Wiwik Retnaningsih, 'Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk, Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek', *DiE: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*, 6.2 (2010).

- a. Kualitas produk Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- b. Metode pembayaran Terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.
- c. Emosional Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.
- d. Harga Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.
- e. Biaya Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.²¹

C. Kerangka Pikir

Penelitian ini mencoba menguji Pengaruh Kualitas Produk dan metode pembayaran Terhadap Kepuasan Konsumen Risolle Indonesia Di Kota Parepare. Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, kerangka konseptual dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

²¹ Ratna Handayati, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Konsumendi Pong-Pong Cafe Lamongan', *Universitas Islam Lamongan*, I.3 (2016), H. 80.



Gambar 2.1 Bagan Pikir

Keterangan:

X_1 == Variabel Independen (Bebas), Kualitas Produk

X_2 = Variabel Independen (Bebas), Metode pembayaran

Y = Variabel Dependen (Terikat), Kepuasan Konsumen Pada Risolle Indonesia Kota Parepare

Berdasarkan gambar kerangka pikir tersebut maka dapat dijelaskan bahwa variabel dalam penelitian ini yaitu Kualitas produk dan Metode pembayaran sebagai variabel bebas dan Kepuasan Konsumen pada Risolle Indoneisa kota parepare sebagai variabel terikat. Teknik analisis data yang digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang hendak diuji kebenarannya dengan melihat hasil analisis penelitian. Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 = Variabel Kualitas Produk (X1) berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen pada Risolle Indonesia kota Parepare (Y)
- H2 = Variabel Metode pembayaran (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen pada Risolle Indonesia kota Parepare (Y).
- H3 = Variabel Kualitas Produk (X1) dan Metode pembayaran (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan konsumen pada Risolle Indonesia kota Parepare (Y).
- H4 = Variabel Kualitas Produk (X1) dan Metode pembayaran (X2) Memiliki pengaruh besar terhadap Kepuasan konsumen pada Risolle Indonesia kota Parepare (Y)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan kuantitatif yang dapat dilihat dari jenis datanya. Kuantitatif adalah data yang berupa angka atau data kualitatif yang diangkakan. Metode penelitian kuantitatif juga dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan datanya menggunakan instrumen penelitian analisis data statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.²²

Jenis Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*), penelitian lapangan adalah penelitian yang melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti untuk mendapatkan data yang relevan.²³

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian yang akan dijadikan sebagai tempat dimana penelitian ini bersangkut paut pada masalah yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan pada usaha Risolle Indonesia berlokasi di Jl. M Kurdi, No. 67, Ujung Baru, Kec. Soreang, Kota Parepare, Sulawesi Selatan.

Dalam hal ini peneliti melakukan penelitian dalam waktu kurun waktu 30-40 hari sejak proposal ini diterima yang dimana kegiatannya meliputi persiapan

²²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015). Hal. 8

²³Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*, XV (Bandung: Alfabeta, 2012). 17.

(pengajuan proposal penelitian), pelaksanaan (pengumpulan data), pengelolaan data (analisis data), dan penyusunan hasil penelitian.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/ subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²⁴ Dari data yang didapat dari pihak Risolle Indonesia terdapat 2.120 konsumen Risolle Indonesia Kota Parepare selama sebulan.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.²⁵ Sampel adalah sebagian dari totalitas subjek penelitian atau seba populasi yang diharapkan dapat mewakili karakteristik populasi yang penetapannya dengan teknik-teknik tertentu. Untuk menghitung penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu, maka digunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + n(e)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Jumlah Populasi

²⁴Sugiono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: CV. Alfabeta, 2008). Hal. 61.

²⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*, XV (Bandung: Alfabeta, 2012). Hal. 118

e = *Error Level* (tingkat kesalahan) atau batas kesalahan (catatan: umumnya digunakan 1% atau 0,01, 5% atau 0,05, dan 10% atau 0,1), (catatan dapat dipilih oleh peneliti).

Jumlah populasi yang terdapat dalam penelitian ini berjumlah kisaran 2.700 orang, dimana peneliti memfokuskan sampel pada konsumen di Risolle Indonesia Kota Parepare. Dengan berpatokan pada Pengaruh kualitas produk dan metode pembayaran terhadap kepuasan konsumen pada Risolle Indonesia kota Parepare. Dan menggunakan rumus Slovin dengan besar toleransi kesalahan 10%, maka jumlah sampel minimum pada penelitian ini adalah:

$$n = \frac{2.120}{1 + 2.120 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{2.120}{1 + 2.120 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{2.120}{1 + 2.120 (0,01)}$$

$$n = \frac{2.120}{21,21}$$

$$n = 99,95$$

$n = 99,95$ dibulatkan 100 responden

D. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Adapun teknik dan instrument pengumpulan data menggunakan tiga Langkah, antara lain sebagai berikut:

1. Observasi

Metode observasi yaitu metode pengumpulan data dengan cara mengamati serta mencatat semua fenomena yang terjadi.²⁶ Dalam hal ini pengamatan di khususkan terhadap Pengaruh kualitas produk dan metode pembayaran terhadap kepuasan konsumen pada Risolle Indonesia Kota Parepare.

2. Kuisisioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk jawabnya²⁷. Kuesioner cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Dan kuesioner juga merupakan sebuah teknik pengumpulan yang sangat efisien dalam penelitian kuantitatif karena dari hasil kuisisioner akan diketahui respon secara terukur variabel yang sedang peneliti teliti. Pengisian kuisisioner dilakukan oleh konsumen Risolle Indonesia Kota Parepare.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data history sebagian besar data yang tersedia adalah dalam bentuk surat-surat,

²⁶Hasyim Hasanah, 'Teknik-Teknik Observasi', 8.1 (2017), 21.

²⁷Sugiono, *Metode Penelitian Manajemen* (Bandung: Alfabeta, n.d.). Hal.330.

laporan dan sebagainya. Sifat utama dari data ini tidak terbatas pada ruang dan waktu sehingga memberi peluang peneliti untuk mengetahui hal-hal telah silam²⁸. Dalam hal ini penelitian akan memanfaatkan arsip atau data-data yang ada di Risolle Indonesia yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

E. Defenisi Operasional Variabel

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam memahami skripsi ini yang berjudul pengaruh kualitas produk dan metode pembayaran terhadap kepuasan konsumen Risolle Indonesia sebagai alat transaksi Di Kota Parepare. Maka penelitian merasa penting untuk memberikan penjelasan judul tersebut sehingga maksud yang terkandung dalam judul lebih jelas sekaligus menjadi pembatas dalam pembahasan selanjutnya. Adapun beberapa istilah yang perlu mendapat penjelasan adalah:

1. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah karakteristik suatu produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan.²⁹

- 1) Warna, yaitu warna bahan-bahan yang digunakan dalam makanan atau minuman harus dikombinasikan secara menarik sehingga membuat konsumen tertarik untuk mencobanya.
- 2) Penampilan, yaitu makanan atau minuman harus dihidang secara menarik dan bersih.

²⁸Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2008). Hal.114

²⁹ Rosnaini Daga, *Citra, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan*, Pertama (Gowa: Global Research And Consulting Institute, 2017), p. h.37.

- 3) Porsi, yaitu dalam setiap penyajian makanan atau minuman sudah ditentukan porsi standarnya yang disebut standard portion size. standard portion size adalah kuantitas item yang harus disajikan setiap kali item tersebut dipesan.
 - 4) Bentuk, bentuk makanan memainkan peranan penting dalam daya tarik pandangan mata. Bentuk makanan yang menarik bisa diperoleh dari cara pemotongan bahan makanan.
 - 5) Temperatur, yaitu konsumen menyukai variasi temperatur yang didapatkan dari makanan satu dengan lainnya. Temperatur juga bisa mempengaruhi rasa misalnya rasa asin pada sop akan kurang terasa pada saat sup masih panas.
 - 6) Tekstur, yaitu kesesuaian tekstur dengan makanan yang disajikan harus tepat.
 - 7) Aroma, yaitu wangi dari makanan yang ditawarkan akan mempengaruhi konsumen untuk mencoba makanan tersebut.
 - 8) Tingkat kematangan akan mempengaruhi tekstur makanan.
 - 9) Rasa, yaitu kesesuaian rasa dengan makanan atau minuman yang disajikan harus tepat.
2. Metode pembayaran

Menurut Aulia Pohan, sistem atau metode pembayaran adalah suatu sistem yang melakukan pengaturan kontrak, fasilitas pengoperasian dan mekanisme teknis yang digunakan untuk penyampaian, pengesahan, dan penerimaan instruksi pembayaran, serta pemenuhan kewajiban pembayaran yang dikumpulkan melalui

pertukaran “nilai” antar perorangan, bank dan lembaga lainnya baik domestik maupun antarnegara (*cross border*).³⁰

Dalam bukunya Aulia Pohan mengemukakan tiga indikator metode pembayaran yaitu sebagai berikut:

- 1) Pengaturan Kontrak : Sistem harus memiliki peraturan dan ketentuan yang jelas untuk kontrak transaksi pembayaran.
- 2) Fasilitas Pengoperasian: Kemampuan sistem dalam mengelola operasi sehari-hari terkait dengan proses pembayaran, mulai dari inisiasi hingga penyelesaian.
- 3) Mekanisme Teknis: Aspek teknis, seperti infrastruktur dan protokol, yang mendukung penyampaian, pengesahan, dan penerimaan instruksi pembayaran.
- 4) Keamanan: Perlindungan terhadap keamanan transaksi dan data pengguna adalah kunci dalam sistem pembayaran.
- 5) Regulasi: Ketaatan terhadap peraturan dan kebijakan yang mengatur sistem pembayaran, baik di tingkat nasional maupun internasional.

3. Kepuasan Konsumen

kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan.³¹

³⁰ Pohan Aulia, *Sistem Pembayaran : Sistem Dan Implementasi Di Indonesia*, Revisi (Jakarta: RajaGrafindo, 2011) h 60-65.

³¹ Rosnaini Daga, *Citra, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan*, Pertama (Gowa: Global Research And Consulting Institute, 2017), p. h.77.

Menurut Hawskin dan Lonney dalam Tjiptono indikator yang mendorong kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut

- 1) Kesesuaian harapan Merupakan tingkatan kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen.
- 2) Minat berkunjung kembali Merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa terkait.
- 3) Kesediaan merekomendasi Merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian digunakan adalah skala likert 5 point untuk mengukur variabel penelitian. Responden nantinya memilih jawaban dari pernyataan positif dengan alternatif jawaban yang ada, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.1 Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan kegiatan mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Data yang sudah diperoleh kemudian diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 29.

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrumen kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data.³² Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti. Syarat untuk dianggap valid adalah nilai r hitung > dari nilai r table.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan cara tes ulang (*retest*), yaitu dengan cara penggunaan instrumen penelitian tersebut terhadap subjek yang sama, dilakukan dalam waktu yang berlainan. Instrumen penelitian yang telah diuji validitas sebelumnya, dibagikan lagi kepada subyek yang sama. Untuk uji coba ini diambil dari bagian populasi yang tidak menjadi sampel dalam penelitian atau yang setingkat dengan populasi penelitian. Dengan kata lain, reliabilitas instrumen mencirikan tingkat konsistensi.³³

³²Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*. Hal 122.

³³Turikan Taniredja dan Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)* (Bandung: Alfabeta, 2014). Hal.42-43

3. Uji Asumsi Klasik

Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat pada analisis regresi berganda maka dilakukan pengujian asumsi klasik agar hasil yang diperoleh merupakan persamaan regresi yang memiliki sifat Best Linier Unbiased Estimator (BLUE).

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah model regresi, variable pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Untuk menguji normalitas data, penelitian ini menggunakan analisis grafik dan analisis statistik. Pengujian normalitas melalui analisis grafik adalah dengan cara menganalisis grafik normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Data dapat dikatakan normal jika data atau titik-titik terbesar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti garis diagonal.

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas bertujuan menguji apakah pada model regresi ada ditemukan korelasi antar variabel bebas (independen). Jika tidak terjadi korelasi antar variabel bebas berarti model regresi tersebut baik. Jika nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi. Jika nilai Tolerance lebih kecil dari 0,10 maka artinya terjadi multikolinieritas dalam model regresi. Jika nilai VIF lebih kecil dari 10,00 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi. Jika nilai VIF lebih besar dari 10,00 maka artinya terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji Signifikan (Uji t). Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara terpisah dan parsial. Dasar pengambilan keputusan: Dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS (*Statistical Package For Social Science*) versi 26, dengan menggunakan angka probabilitas signifikan. Apabila angka probabilitas signifikan = 0,05 maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Apabila angka probabilitas signifikansi = 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji Signifikan (Uji t). Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Pengujian ini bertujuan untuk menguji

pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara terpisah dan parsial. Dasar pengambilan keputusan: Dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS (*Statistical Package For Social Science*) versi 26, dengan menggunakan angka probabilitas signifikan. Apabila angka probabilitas signifikan = 0,05 maka H0 diterima dan H1 ditolak. Apabila angka probabilitas signifikansi = 0,05 maka H0 ditolak dan H1 diterima.³⁴

c. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi adalah nilai yang menunjukkan seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variabel dependennya. Nilai koefisien determinasi (R²) dilihat pada hasil pengujian regresi linier berganda untuk variabel independen terhadap variabel dependennya. Koefisien determinasi yang dilihat adalah nilai dari adjusted R².

Koefisien determinasi (R²) pada intinya bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² mempunyai interval antara 0 sampai 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Jika nilai R² bernilai besar (mendekati 1) berarti variabel bebas dapat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Sedangkan jika R² bernilai kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas.

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk membuktikan seberapa besar pengaruh kualitas produk dan metode pembayaran terhadap kepuasan

³⁴Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2015). H. 55.

konsumen pada risolle indonesia di kota Parepare. Analisis regresi berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai indikator. Analisis ini digunakan dengan melibatkan variabel dependen (Y) dan variabel independen (X1 dan X2). Persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

Keterangan:

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

Y = Variabel Dependen (Terikat), Kepuasan konsumen Risolle Indonesia Kota Parepare

X1 = Variabel Independen (Bebas), Kualitas Produk

X2 = Variabel Independen (Bebas), Metode pembayaran

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Deskripsi Data

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa FEBI IAIN Parepare secara keseluruhan. Metode yang digunakan adalah metode kuesioner atau angket dan dengan memberikannya kepada mahasiswa FEBI IAIN Parepare secara keseluruhan.

Responden yang diteliti yaitu sebanyak 96 responden, maka responden-responden tersebut dapat dikategorikan karakteristiknya menurut kategori berikut:

Karakteristik Responden

Seluruh Responden yang telah diteliti dapat dikategorikan karakteristiknya sebagai berikut :

- a) Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

		Jenis_Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	34	34.0	34.0	34.0
	Perempuan	66	66.0	66.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 29

Berdasarkan tabel diatas, distribusi responden berdasarkan jenis kelamin, dari 100 responden terdiri dari 34 (34%) responden laki-laki, dan terdiri dari 66 (66%) responden perempuan. Jadi responden terbanyak adalah respden wanita.

b) Karakteristik berdasarkan umur

Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan umur

		Umur			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<17 Tahun	2	2.0	2.0	2.0
	17-29 Tahun	92	92.0	92.0	94.0
	30-39 Tahun	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 29

Berdasarkan tabel diatas, disribusi responden berdasarkan umur, dari 100 responden terdapat 2 (2%) responden dengan umur dibawah 17 tahun, 92 (92%) responden dengan 17-29 tahun, 6 (6%) responden dengan umur 30-39 tahun. Jadi responden terbanyak adalah responden dengan umur 17-29 tahun..

c) Karakteristik berdasarkan pekerjaan

Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	58	58.0	58.0	58.0
	Wiraswasta	25	25.0	25.0	83.0
	IRT	4	4.0	4.0	87.0
	Karyawan BUMS	2	2.0	2.0	89.0
	PNS/ASN	8	8.0	8.0	97.0
	TNI/POLRI	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 29

Berdasarkan tabel diatas, distribusi responden berdasarkan pekerjaan, dari 100 responden terdapat 58 (58%) responden Pelajar/Mahasiswa, 25 (25%) responden Wiraswasta, 4 (4%) responden IRT, 2 (2%) responden Karyawan BUMS, 8 (8%) responden PNS/ASN, 3 (3%) responden TNI/POLRI. Jadi responden terbanyak adalah responden pelajar/mahasiswa.

2. Hasil Data Instrumen

Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel X1 (kualitas produk)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Total Skor
1.	Kebersihan dalam penampilan makanan.dan minuman .	60	29	7	0	4	441
2.	Kemenarikan dalam penampilan makanan dan minuman..	44	40	11	2	3	420
3.	Kesesuaian porsi makanan dan minuman dengan harga	26	35	32	3	4	376
4.	Kesesuaian temperatur makanan dengan selera konsumen .	37	40	16	4	3	404
5.	Kesesuaian temperatur dengan jenis menu yang disajikan .	26	45	22	4	3	387
6.	Kemenarikan aroma makanan dan minuman yang disajikan	36	39	19	4	2	403
7.	Kesesuaian kematangan dari makanan yang disajikan	39	32	25	3	1	405
8.	Kesesuaian rasa makanan dan minuman yang disajikan.	31	31	29	6	3	381
9.	Kemenarikan bentuk potongan bahan makanan.	21	36	34	6	3	366
10.	Kemenarikan kombinasi warna makanan dan minuman yang disajikan .	23	42	27	4	4	376
11.	Kesesuaian tekstur makanan dengan jenis makanan yang disajikan.	29	44	20	3	4	391

Berdasarkan tabel 4.4 Distribusi jawaban responden untuk variable kualitas produk (XI) diperoleh data terdiri dari 11 item pernyataan dengan 100 responden. Berikut rinciannya:

- a. Butir pernyataan ke-1, memiliki 60 responden menjawab ‘sangat setuju’, 29 responden menjawab ‘setuju’, 7 responden menjawab ‘nertral/ragu-ragu’ 0 responden menjawab ‘tidak setuju’ dan 6 responden menjawab ‘sangat tidak setuju’. Total skor yaitu 441, yang artinya kebanyakan responden sangat setuju bahwa Kebersihan dalam penampilan makanan.dan minuman pada risolle Indonesia di kota parepare.
- b. Butir pernyataan ke-2, memiliki 44 responden menjawab ‘sangat setuju’, 40 responden menjawab ‘setuju’, 11 responden menjawab ‘nertral/ragu-ragu’ 2 responden menjawab ‘tidak setuju’ dan 3 responden menjawab ‘sangat tidak setuju’. Total skor yaitu 420, yang artinya kebanyakan responden sangat setuju bahwa Kemenarikan dalam penampilan makanan dan minuman pada risolle Indonesia di kota parepare.
- c. Butir pernyataan ke-3, memiliki 26 responden menjawab ‘sangat setuju’, 35 responden menjawab ‘setuju’, 32 responden menjawab ‘nertral/ragu-ragu’ 3 responden menjawab ‘tidak setuju’ dan 4 responden menjawab ‘sangat tidak setuju’. Total skor yaitu 376, yang artinya kebanyakan responden Setuju bahwa Kesesuaian porsi makanan dan minuman dengan harga pada risolle Indonesia di kota parepare.
- d. Butir pernyataan ke-4, memiliki 37 responden menjawab ‘sangat setuju’, 40 responden menjawab ‘setuju’, 16 responden menjawab ‘nertral/ragu-ragu’ 4 responden menjawab ‘tidak setuju’ dan 3 responden menjawab ‘sangat tidak

- setuju'. Total skor yaitu 404, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa Kesesuaian temperatur makanan dengan selera konsumen pada risolle Indonesia di kota parepare.
- e. Butir pernyataan ke-5, memiliki 26 responden menjawab 'sangat setuju', 45 responden menjawab 'setuju', 22 responden menjawab 'nertral/ragu-ragu' 4 responden menjawab 'tidak setuju' dan 3 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor yaitu 387, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa Kesesuaian temperatur dengan jenis menu yang disajikan pada risolle Indonesia di kota parepare.
- f. Butir pernyataan ke-6, memiliki 36 responden menjawab 'sangat setuju', 39 responden menjawab 'setuju', 19 responden menjawab 'nertral/ragu-ragu' 4 responden menjawab 'tidak setuju' dan 2 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor yaitu 403, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa Kemenarikan aroma makanan dan minuman yang disajikan. pada risolle Indonesia di kota parepare.
- g. Butir pernyataan ke-7, memiliki 39 responden menjawab 'sangat setuju', 32 responden menjawab 'setuju', 25 responden menjawab 'nertral/ragu-ragu' 3 responden menjawab 'tidak setuju' dan 1 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor yaitu 405, yang artinya kebanyakan responden sangat setuju bahwa Kesesuaian kematangan dari makanan yang disajikan pada risolle Indonesia di kota parepare.
- h. Butir pernyataan ke-8, memiliki 31 responden menjawab 'sangat setuju', 31 responden menjawab 'setuju', 29 responden menjawab 'nertral/ragu-ragu' 6 responden menjawab 'tidak setuju' dan 3 responden menjawab 'sangat tidak

setuju'. Total skor yaitu 381, yang artinya responden yang menjawab sangat setuju dan setuju sama banyaknya bahwa Kesesuaian rasa makanan dan minuman yang disajikan pada risolle Indonesia di kota parepare.

- i. Butir pernyataan ke-9, memiliki 21 responden menjawab 'sangat setuju', 36 responden menjawab 'setuju', 34 responden menjawab 'netral/ragu-ragu' 6 responden menjawab 'tidak setuju' dan 3 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor yaitu 366, yang artinya kebanyakan responden menjawab setuju bahwa Kemenarikan bentuk potongan bahan makanan pada risolle Indonesia di kota parepare.
- j. Butir pernyataan ke-10, memiliki 23 responden menjawab 'sangat setuju', 42 responden menjawab 'setuju', 27 responden menjawab 'netral/ragu-ragu' 4 responden menjawab 'tidak setuju' dan 4 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor yaitu 376, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa Kemenarikan kombinasi warna makanan dan minuman yang disajikan pada risolle Indonesia di kota parepare.
- k. Butir pernyataan ke-11, memiliki 29 responden menjawab 'sangat setuju', 44 responden menjawab 'setuju', 20 responden menjawab 'netral/ragu-ragu' 3 responden menjawab 'tidak setuju' dan 4 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor yaitu 391, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa Kesesuaian tekstur makanan dengan jenis makanan yang disajikan pada risolle Indonesia di kota parepare.

**Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel X2
(metode pembayaran)**

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Total Skor
1.	Tidak ada ketentuan-ketentuan khusus yang menyusahkan dalam metode pembayaratn Rissole Indonesia .	29	41	24	2	4	389
2.	Rissole Indonesia Memberikan Kemudahan Pembayaran Menggunakan Metode Transfer, Cash dan QRIS .	31	35	30	2	2	391
3.	Transaksi menggunakan Cash , transfer dan QRIS sangat mudah dipelajari dan di aplikasikan .	28	40	27	3	2	392
4.	Metode Pembayaran Menggunakan Cash, Transfer dan QRIS Meminimalisir terjadinya Penipuan .	28	43	24	3	2	392
5.	Metode Pembayaran yang dilaksanakan oleh Rissole Indonesia tidak melnggar UU yang beralaku di Indonesia .	31	45	19	3	2	400

Berdasarkan tabel 4.5 Distribusi jawaban responden untuk variable metode pembayaran (X2) diperoleh data terdiri dari 5 item pernyataan dengan 100 responden. Berikut rinciannya:

- a. Butir pernyataan ke-1, memiliki 29 responden menjawab ‘sangat setuju’, 41 responden menjawab ‘setuju’, 24 responden menjawab ‘nertral/ragu-ragu’ 2 responden menjawab ‘tidak setuju’ dan 4 responden menjawab ‘sangat tidak setuju’. Total skor yaitu 389, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa tidak ada ketentuan-ketentuan khusus yang menyusahkan dalam metode pembayaratn Rissole Indonesia.
- b. Butir pernyataan ke-2, memiliki 31 responden menjawab ‘sangat setuju’, 35 responden menjawab ‘setuju’, 30 responden menjawab ‘nertral/ragu-ragu’ 2 responden menjawab ‘tidak setuju’ dan 2 responden menjawab ‘sangat tidak setuju’. Total skor yaitu 391, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa

Rissole Indonesia Memberikan Kemudahan Pembayaran Menggunakan Metode Transfer, Cash dan QRIS.

- c. Butir pernyataan ke-3, memiliki 28 responden menjawab 'sangat setuju', 40 responden menjawab 'setuju', 27 responden menjawab 'nertral/ragu-ragu' 3 responden menjawab 'tidak setuju' dan 2 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor yaitu 392, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa Transaksi menggunakan Cash , transfer dan QRIS sangat mudah dipelajari dan di aplikasikan.
- d. Butir pernyataan ke-4, memiliki 28 responden menjawab 'sangat setuju', 43 responden menjawab 'setuju', 24 responden menjawab 'nertral/ragu-ragu' 3 responden menjawab 'tidak setuju' dan 2 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor yaitu 392, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa Metode Pembayaran Menggunakan Cash, Transfer dan QRIS Meminimalisir terjadinya Penipuan.
- e. Butir pernyataan ke-5, memiliki 31 responden menjawab 'sangat setuju', 45 responden menjawab 'setuju', 19 responden menjawab 'nertral/ragu-ragu' 3 responden menjawab 'tidak setuju' dan 2 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor yaitu 400, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa Metode Pembayaran yang dilaksanakan oleh Rissole Indonesia tidak melanggar UU yang berlaku di Indonesia.

Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Y (kepuasan konsumen)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Total Skor
1.	Kepuasan anda dengan produk yang dijual di Risolle Indonesia.	39	41	15	3	2	412
2.	Kesesuaian bahan yang dipakai dengan standar harapan anda	27	56	11	3	3	401
3.	Saya mengharapkan Risolle Indonesia tetap menjaga kualitas produk dan kualitas layanannya.	52	37	4	5	2	432
4.	Saya akan membeli lagi produk Risolle Indonesia	31	43	20	4	2	397
5.	Saya akan memberitahu keluarga, teman atau orang lain mengenai keunggulan produk di Risolle Indonesia	29	50	15	5	1	401
6.	Saya akan mengajak keluarga, teman atau orang lain untuk membeli produk Risolle Indonesia.	31	39	24	4	2	393
7.	Saya akan melakukan komplain apabila tidak puas dengan produk Risolle Indonesia..	18	42	31	6	3	366
8.	Saya akan pindah di tempat yang lain apabila tidak puas dengan Risolle Indonesia.	17	37	38	5	3	360

Berdasarkan tabel 4.6 Distribusi jawaban responden untuk variable kepuasan konsumen (Y) diperoleh data terdiri dari 8 item pernyataan dengan 100 responden. Berikut rinciannya:

- a. Butir pernyataan ke-1, memiliki 39 responden menjawab ‘sangat setuju’, 41 responden menjawab ‘setuju’, 15 responden menjawab ‘nertral/ragu-ragu’ 3 responden menjawab ‘tidak setuju’ dan 2 responden menjawab ‘sangat tidak setuju’. Total skor yaitu 412, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa Kepuasan mereka dengan produk yang dijual di Risolle Indonesia.
- b. Butir pernyataan ke-2, memiliki 27 responden menjawab ‘sangat setuju’, 56 responden menjawab ‘setuju’, 11 responden menjawab ‘nertral/ragu-ragu’ 3 responden menjawab ‘tidak setuju’ dan 3 responden menjawab ‘sangat tidak

setuju'. Total skor yaitu 401, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa Kesesuaian bahan yang dipakai dengan standar harapan responden.

- c. Butir pernyataan ke-3, memiliki 52 responden menjawab 'sangat setuju', 37 responden menjawab 'setuju', 4 responden menjawab 'nertral/ragu-ragu' 5 responden menjawab 'tidak setuju' dan 2 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor yaitu 432, yang artinya kebanyakan responden sangat setuju bahwa mereka mengharapkan Risolle Indonesia tetap menjaga kualitas produk dan kualitas layanannya.
- d. Butir pernyataan ke-4, memiliki 31 responden menjawab 'sangat setuju', 43 responden menjawab 'setuju', 20 responden menjawab 'nertral/ragu-ragu' 4 responden menjawab 'tidak setuju' dan 2 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor yaitu 397, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa akan membeli lagi produk Risolle Indonesia.
- e. Butir pernyataan ke-5, memiliki 29 responden menjawab 'sangat setuju', 50 responden menjawab 'setuju', 15 responden menjawab 'nertral/ragu-ragu' 5 responden menjawab 'tidak setuju' dan 1 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor yaitu 401, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa akan memberitahu keluarga, teman atau orang lain mengenai keunggulan produk di Risolle Indonesia.
- f. Butir pernyataan ke-6, memiliki 31 responden menjawab 'sangat setuju', 39 responden menjawab 'setuju', 24 responden menjawab 'nertral/ragu-ragu' 4 responden menjawab 'tidak setuju' dan 2 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor yaitu 393, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa

akan mengajak keluarga, teman atau orang lain untuk membeli produk Risolle Indonesia.

- g. Butir pernyataan ke-7, memiliki 18 responden menjawab ‘sangat setuju’, 42 responden menjawab ‘setuju’, 31 responden menjawab ‘netral/ragu-ragu’ 6 responden menjawab ‘tidak setuju’ dan 3 responden menjawab ‘sangat tidak setuju’. Total skor yaitu 366, yang artinya kebanyakan responden setuju bahwa akan melakukan komplain apabila tidak puas dengan produk Risolle Indonesia.
- h. Butir pernyataan ke-8, memiliki 17 responden menjawab ‘sangat setuju’, 37 responden menjawab ‘setuju’, 38 responden menjawab ‘netral/ragu-ragu’ 5 responden menjawab ‘tidak setuju’ dan 3 responden menjawab ‘sangat tidak setuju’. Total skor yaitu 360, yang artinya kebanyakan responden netral atau ragu ragu bahwa akan pindah di tempat yang lain apabila tidak puas dengan Risolle Indonesia.

B. Pengujian persyaratan analisis data

Sesuai dengan ketentuan dan kriteria, dimana sebelum daftar pertanyaan diberikan pada responden daftar pertanyaan telah diuji sebelumnya. Uji coba pratest telah dilakukan terhadap instrumen penelitian ini dan telah memenuhi syarat untuk dijadikan kuesioner namun tidak ditampilkan dalam penelitian ini.

1. Uji Validitas

Tabel 4.7 Hasil pengujian validitas instrumen penelitian

No.	Indikator	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
1	Kualitas Produk	X1.1	0,823	0,1654	Valid
		X1.2	0,841	0,1654	Valid
	X1.3	0,773	0,1654	Valid	
	X1.4	0,691	0,1654	Valid	
	X1.5	0,756	0,1654	Valid	
	X1.6	0,823	0,1654	Valid	
	X1.7	0,708	0,1654	Valid	
	X1.8	0,701	0,1654	Valid	
	X1.9	0,728	0,1654	Valid	
	X1.10	0,784	0,1654	Valid	
	X1.11	0,799	0,1654	Valid	
2	Metode Pembayaran	X2.1	0,926	0,1654	Valid
		X2.2	0,906	0,1654	Valid
		X2.3	0,890	0,1654	Valid
		X2.4	0,791	0,1654	Valid
		X2.5	0,834	0,1654	Valid
3	Kepuasan	Y.1	0,783	0,1654	Valid

Konsumen	Y.2	0,832	0,1654	Valid
	Y.3	0,840	0,1654	Valid
	Y.4	0,820	0,1654	Valid
	Y.5	0,834	0,1654	Valid
	Y.6	0,801	0,1654	Valid
	Y.7	0,667	0,1654	Valid
	Y.8	0,647	0,1654	Valid

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 29

Dengan mempergunakan bantuan dari software SPSS 29.0, maka pengujian validitas instrument dimana nilai validitas dapat dilihat pada kolom *Coreccted Item-Total Correlation*. Suatu item pertanyaan dinyatakan valid jika memiliki r hitung (*Coreccted Item-Total Correlation*) $>$ r tabel dimana r tabel pada penelitian ini dengan nilai $n=100$ yaitu 0,1654. Berdasarkan tabel diketahui bahwa semua item pertanyaan memiliki r hitung $>$ r tabel 0,1654 sehingga item-item pertanyaan yang mengukur variabel penelitian dinyatakan valid. Cara membaca R tabel adalah dengan melihat pada probabilitas tertentu, dimana yang biasa digunakan adalah nilai 0,05. Selanjutnya tentukan berapa nilai DF (*degree of freedom*) atau derajat kebebasan dengan rumus ($df = n - 2$). Dimana N adalah besarnya sampel. sampel sejumlah 1000, maka $DF = 100 - 2 = 98$.

2. Uji Realiabilitas

Pengujian ini dilakukan guna menguji konsistensi jawaban responden atas seluruh butir pertanyaan atau pernyataan yang digunakan. Pengujian reabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama Dengan menggunakan bantuan software SPSS 29.0 maka koefisien cronbach's alpha merupakan uji reabilitas untuk alternatif jawaban lebih dari dua. secara umum suatu instrumen dikatakan realibel jika memiliki koefisien Cronbach's Alpha $> 0,6$. Hal ini sebagaimana tergambar pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.8 Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian

No.	Indikator	Nilai alpa cronbach	Nilai reliabilitas	Keterangan
1	Kualitas Produk (X1)	0,929	0,60	Reliabilitas
2	Metode Pembayaran (X2)	0,920	0,60	Reliabilitas
3	Kepuasan Konsumen (Y)	0,906	0,60	Reliabilitas

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 29

Berdasarkan penyajian tabel diatas, maka seluruh instrumen dinyatakan reliabel, dimana hasil perhitungan uji reliabilitas menunjukkan Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6. Pernyataan dinyatakan reliable apabila nilai alpha $> 0,60$. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel dapat dikatakan dapat diandalkan (reliabel) karena memiliki tingkat konsisten yang baik dan handal untuk dipakai. Dengan

demikian data dari populasi yang teliti termasuk dalam kategori valid dan reliabel, sehingga layak untuk dilakukan pengujian selanjutnya.

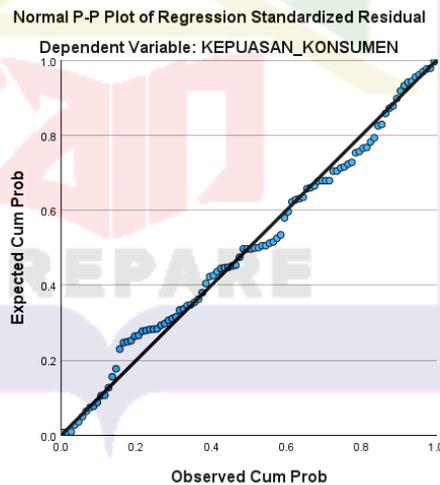
3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Untuk mengujinya dapat digunakan normal probability plot yaitu apabila grafik menunjukkan penyebaran data yang berada disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tersebut telah memenuhi asumsi normalitas. Hasil pengujian normalitas data dapat dilihat pada gambar sebagai berikut :

Gambar 4.1

Grafik Normal Probability Plot



Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 29

Berdasarkan gambar grafik normal probability plot dapat diketahui bahwa sebaran titik-titik menyebar disekitar garis diagonal berarti data tersebut berdistribusi normal sehingga model regresi ini dapat dipakai untuk memprediksi probabilitas berdasarkan masukan variabel dependennya.

b. Uji Multikolinieritas

Pengujian ini dimaksudkan untuk melihat apakah terdapat dua atau lebih variabel bebas yang berkorelasi secara linier. Apabila terjadi keadaan ini maka kita akan menghadapi kesulitan untuk membedakan pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Untuk mendeteksi adanya gejala multikolonieritas dalam model penelitian dapat dilihat dari nilai toleransi (tolerance value) atau nilai Variance Inflation Factor (VIF). Batas tolerance $> 0,10$ dan batas VIF $< 10,00$, sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat multikolinearitas diantara variabel bebas.

Hasil dari pengujian multikolonieritas pada penelitian ini ditunjukkan seperti pada tabel 4.9 berikut ini :

Tabel 4.9 Hasil Pengujian Multikolonieritas

		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.940	1.742		3.409	<.001		
	KUALITAS_PRODUK	.293	.061	.421	4.785	<.001	.396	2.528
	METODE PEMBAYARAN	.659	.124	.468	5.324	<.001	.396	2.528

a. Dependent Variable: KEPUASAN_KONSUMEN

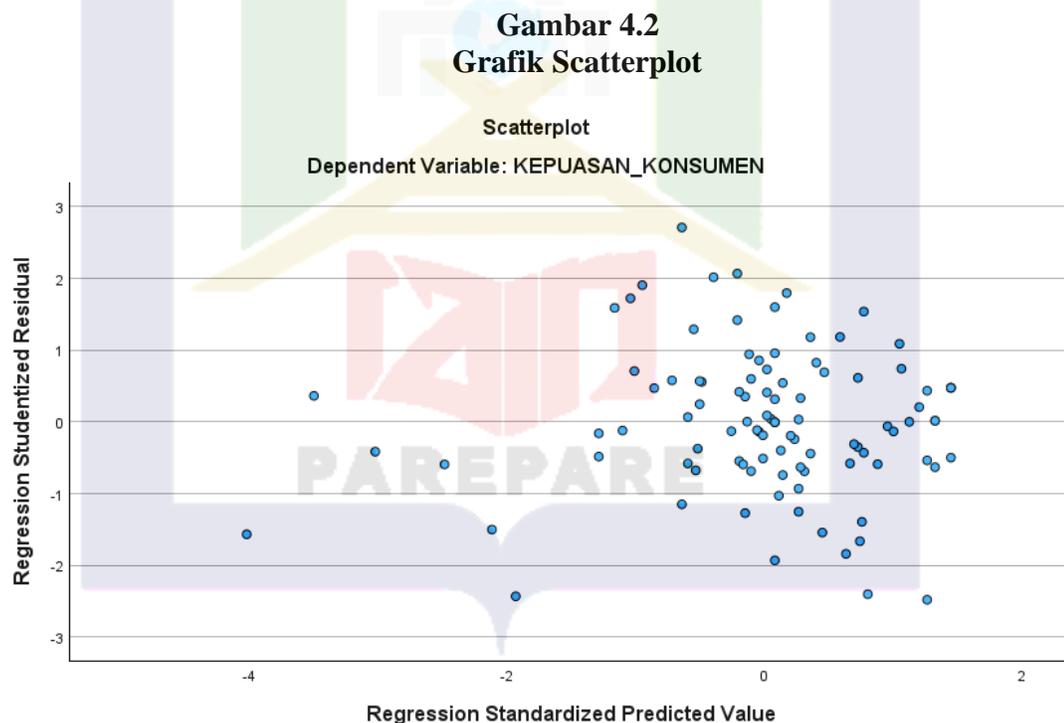
Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 29

Berdasarkan tabel diatas nilai tolerance dan VIF dari variabel Kualitas produk X1 dan Metode pembayaran X2 masing masing $0,396 > 0,10$ dan $2,528 < 10,00$ sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat multikolinearitas diantara variabel bebas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians. Dalam uji heteroskedastisitas dapat menggunakan atau melihat grafik scatterplot. Berikut adalah hasil uji SPSS

29:



Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 29

Dari grafik scatterplot dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas dan tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. sehingga dapat disimpulkan bahwa regresi yang dihasilkan tidak mengandung heteroskedastisitas. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

C. Pengujian hipotesis

1. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan program SPSS versi 29.00 for windows, yang hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.10
Hasil Perhitungan Regresi Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.940	1.742		3.409	<.001		
	KUALITAS_PRODUK	.293	.061	.421	4.785	<.001	.396	2.528
	METODE PEMBAYARAN	.659	.124	.468	5.324	<.001	.396	2.528

a. Dependent Variable: KEPUASAN_KONSUMEN

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 29

Berdasarkan tabel di atas, maka bentuk persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$Y = 5,940 + 0,293X_1 + 0,659X_2$ pada taraf signifikan 5%. Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut t :

- a. Konstanta sebesar 5,940 Artinya Jika tidak ada Variabel kualitas produk dan metode pembayaran yang mempengaruhi kepuasan konsumen, maka kepuasan konsumen pada risolle Indonesia di kota Parepare adalah sebesar 5,940 satuan.
- b. Koefisien Regresi kualitas produk sebesar 0,293. Artinya, apabila terjadi penambahan kualitas produk sebesar 1, maka akan mempengaruhi terjadinya kepuasan konsumen pada risolle Indonesia di Kota Parepare sebesar 0,293 dengan asumsi variabel lain tetap.
- c. Koefisien Regresi metode pembayaran sebesar 0,659. Artinya, apabila terjadi penambahan metode pembayaran sebesar 1, maka akan mempengaruhi terjadinya penambahan kepuasan konsumen pada risolle Indonesia di kota Parepare sebesar 0,659 dengan asumsi variabel lain tetap.
- d. Pada persamaan regresi tersebut, koefisien regresi semua variabel independen berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, artinya apabila variabel independen naik, maka variabel dependen juga meningkat dan jika variabel independen turun, maka variabel dependen juga menurun. Dari hasil koefisien regresi yang didapat menunjukkan, variabel metode pembayaran ($\beta_1 = 0,659$) menjadi variabel terbesar yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada risolle Indonesia di kota Parepare, kemudian kualitas produk ($\beta_2 = 0,293$), menjadi variabel terendah yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada risolle Indonesia di kota Parepare.

2. Uji Koefisien determinasi (R²)

Tabel 4.11
Hasil Pengujian Koefisien determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.838 ^a	.703	.697	3.132

a. Predictors: (Constant), METODE_PEMBAYARAN, KUALITAS_PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUASAN_KONSUMEN

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 29

Analisis koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan variabel–variabel independen (kualitas produk dan metode pembayaran) secara bersama sama dalam menjelaskan variabel dependen (kepuasan konsumen pada risolle Indonesia di kota Parepare). Dari hasil analisis dengan menggunakan program SPSS 29.0 pada tabel diatas diketahui bahwa besarnya nilai adjusted r square sebesar 0,697 yang artinya variabel kualitas produk dan metode pembayaran mampu menjelaskan kepuasan konsumen pada risolle Indonesia di kota Parepare sebesar 69,7%, sementara sisanya sebesar (100% -69,7%) 30,3% kepuasan konsumen pada risolle Indonesia di kota Parepare dijelaskan oleh Variabel lain yang tidak diangkat dalam penelitian ini.

3. Uji Simulttan (Uji F)

Uji Simulttan (Uji F) Pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen dianalisis dengan menggunakan uji F, yaitu

dengan memperhatikan signifikansi nilai F pada output perhitungan dengan tingkat alpha 5%. Jika nilai signifikansi uji F lebih kecil dari 5% maka terdapat pengaruh antara semua variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil pengujian uji F pada penelitian ini disajikan dalam tabel 4.13 dibawah ini:

Tabel 4.12
Hasil Uji Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2252.256	2	1126.128	114.826	<.001 ^b
	Residual	951.304	97	9.807		
	Total	3203.560	99			

a. Dependent Variable: KEPUASAN_KONSUMEN

b. Predictors: (Constant), METODE PEMBAYARAN, KUALITAS PRODUK

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 29

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai uji F hitung sebesar 114,826 > F tabel 3,09 dengan nilai signifikansi 0,001<0,05. Dimana disyaratkan nilai signifikansi F lebih kecil dari 5%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen dalam penelitian ini secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada risolle Indonesia di kota Parepare. Hal tersebut berarti jika kualitas produk (x1) dan metode pembayaran (x2) ditingkatkan maka kepuasan konsumen pada risolle Indonesia di kota Parepare berpengaruh.

Cara membaca Tabel F adalah tabel yang menunjukkan nilai kritis dari distribusi F. Untuk menggunakan tabel distribusi F, kamu hanya memerlukan tiga nilai

- Derajat kebebasan atau degree of freedom pembilang (DF1)
- Derajat kebebasan atau degree of freedom penyebutnya (DF2)
- Tingkat alpha (pilihan umum adalah 0,01, 0,05, dan 0,10)

Tabel berikut menunjukkan tabel F untuk $\alpha = 0,10$. Angka-angka di sepanjang bagian atas tabel mewakili derajat kebebasan (DF) pembilang (diberi label sebagai DF1 dalam tabel) dan angka-angka di sepanjang sisi kiri tabel mewakili derajat kebebasan penyebut (diberi label sebagai DF2 dalam tabel).

Nilai kritis dalam tabel sering dibandingkan dengan statistik F dari uji F. Jika statistik F lebih besar dari nilai kritis yang ditemukan dalam tabel, maka kamu dapat menolak hipotesis nol dari uji F dan menyimpulkan bahwa hasil uji signifikan secara statistik.

4. Uji Partial (Uji t)

Uji parsial digunakan untuk menunjukkan apakah variabel independen secara individu (parsial) mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai $sig < \alpha$ maka H_1 diterima yang artinya berpengaruh begitupun sebaliknya apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai $sig > \alpha$ maka H_1 tidak diterima yang artinya tidak berpengaruh.

Tabel 4.13
Hasil Uji Partial

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.940	1.742		3.409	<.001		
	KUALITAS_PRODUK	.293	.061	.421	4.785	<.001	.396	2.528
	METODE PEMBAYARAN	.659	.124	.468	5.324	<.001	.396	2.528

a. Dependent Variable: KEPUASAN_KONSUMEN

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 29

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai t hitung dari masing-masing variabel independen dari nilai tersebut yang kemudian dibandingkan dengan nilai t tabel maka:

- a. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada risolle Indonesia di kota Parepare. Hasil uji T menunjukkan bahwa nilai Signifikan untuk variabel Kualitas produk adalah sebesar 0,001 lebih kecil dari nilai probabilitasnya 0,05 dan nilai t-hitungnya adalah 4,785 lebih besar dengan nilai t-tabel 1,661, maka variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada risolle Indonesia di kota Parepare.
- b. Pengaruh metode pembayaran terhadap kepuasan konsumen pada risolle Indonesia di kota Parepare. Hasil uji T menunjukkan bahwa nilai Signifikan untuk variabel metode pembayaran adalah sebesar 0,001 lebih kecil dari nilai probabilitasnya 0,05 dan nilai t-hitungnya adalah 5,324 lebih besar dengan nilai t-tabel 1,661 maka variabel metode pembayaran berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada risolle Indonesia di kota Parepare.

Cara Membaca T Tabel :

$$Df = n - k$$

Keterangan:

Df = degree of freedom

n = jumlah responden, observasi, atau data

k = jumlah variabel penelitian

$$Df = n - k = 100 - 3 = 97$$

Selanjutnya, nilai batas kemaknaan atau nilai alpha untuk pengujian hipotesis ini sebesar 5% (0,05), sedangkan derajat bebas pengujian adalah 97.

Karena sudah mengetahui kedua nilai tersebut, Anda bisa melihat nilai derajat bebas secara vertikal dan nilai batas kemaknaan dalam tabel signifikansi. Dalam tabel tersebut, nilai t tabel untuk nilai alpha 5% dan derajat bebas 97 adalah 1,66071 dibulatkan menjadi 1,661.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisa data penelitian menunjukkan bahwa:

1. Variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada risolle Indonesia di kota Parepare

Kualitas merupakan suatu hal yang penting untuk diperhatikan oleh perusahaan untuk tetap bertahan dalam persaingan yang begitu ketat dan untuk membuat konsumen tetap memilih untuk mengkonsumsi atau menggunakan produk dari suatu perusahaan yang sama. Kualitas produk yang ditawarkan

merupakan dasar untuk menciptakan kepuasan konsumen. Kualitas produk yang ditawarkan akan mempengaruhi kepuasan konsumen, dimana ketika suatu produk memiliki kualitas yang baik maka akan membuat konsumen puas ketika menggunakan produk tersebut, dan sebaliknya ketika kualitas yang dimiliki oleh suatu produk tidak baik maka konsumen akan merasa tidak puas karena apa yang dirasakannya tidak sesuai dengan yang diharapkannya.³⁵

Hasil penelitian mendukung hipotesis pertama bahwa variable kualitas produk (X1) berpengaruh positif secara parsial terhadap Kepuasan konsumen pada risolle Indonesia di kota Parepare. Berdasarkan Tabel 4.13 dapat diketahui bahwa kualitas produk terhadap kepuasan konsumen memperoleh nilai koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,293, artinya kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada risolle Indonesia di kota Parepare. Lebih lanjut dijelaskan Jika kualitas produk dinaikkan satu satuan, maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,293 satuan dengan asumsi variabel independen tetap.

Hasil penelitian ini sejalan dengan seluruh penelitian terdahulu dimana terpadat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Dimana semakin tinggi kualitas produk semakin tinggi pula kepuasan konsumen.

Perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan yang ditentukan sebesar 0,05 adalah $0,001 < 0,05$. Hal tersebut dapat ditarik kesimpulan kualitas produk berpengaruh signifikan.

³⁵ Jannah Miftahul, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dhapukupi Di Banda Aceh', *Rabit: Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Univrab* (Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2019).

Kualitas produk yang ditawarkan merupakan dasar untuk menciptakan kepuasan konsumen. Kualitas produk yang ditawarkan akan mempengaruhi kepuasan konsumen, dimana ketika suatu produk memiliki kualitas yang baik maka akan membuat konsumen puas ketika menggunakan produk tersebut, dan sebaliknya ketika kualitas yang dimiliki oleh suatu produk tidak baik maka konsumen akan merasa tidak puas karena apa yang dirasakannya tidak sesuai dengan yang diharapkannya.

Penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan Sembiring, Suharyono dan Kusumawati, Putro, Samuel, Karina dan Brahmana, Damayanti dan Wahyono, Hayati, Setyo Windarti dan Ibrahim, Walangitan, Winarno, Mananeke, dan Ogi dan Isnandari dan Sunarti yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas produk yang diinginkan oleh konsumen rissole di Indonesia bisa beragam, tetapi beberapa aspek umum yang biasanya diharapkan meliputi:

- a. Rasa: Rasa yang lezat dan autentik sangat penting. Konsumen mencari rissole dengan cita rasa yang sesuai dengan selera lokal, baik itu gurih, pedas, atau manis.
- b. Tekstur: Tekstur rissole yang baik adalah kulit yang renyah di luar tetapi lembut dan lezat di dalam.
- c. Kualitas Bahan: Penggunaan bahan-bahan berkualitas tinggi, segar, dan tanpa bahan pengawet buatan akan menarik minat konsumen. Mereka cenderung lebih memilih produk yang menggunakan daging, sayuran, dan bumbu yang segar.

- d. Kebersihan dan Keamanan Pangan: Konsumen sangat memperhatikan kebersihan dan keamanan pangan. Mereka ingin memastikan bahwa produk rissole diproduksi dalam kondisi yang higienis dan bebas dari kontaminasi.
- e. Penampilan: Penampilan rissole yang menarik dapat meningkatkan selera konsumen. Bentuk dan warna yang menarik serta kemasan yang menarik juga memainkan peran penting.
- f. Harga: Harga yang wajar dan sesuai dengan kualitas produk sangat diperhatikan oleh konsumen. Mereka mencari produk yang memberikan nilai baik untuk uang yang mereka keluarkan.
- g. Keberagaman Isi: Adanya variasi isi rissole seperti daging ayam, daging sapi, sayuran, dan bahan lainnya dapat menarik lebih banyak konsumen karena memberikan pilihan yang beragam.
- h. Ketersediaan: Kemudahan dalam mendapatkan produk rissole, baik melalui toko fisik maupun online, juga menjadi faktor penting bagi konsumen.
- i. Layanan Pelanggan: Layanan pelanggan yang baik, termasuk responsif terhadap keluhan dan saran, dapat meningkatkan kepuasan konsumen terhadap produk.
- j. Dengan memperhatikan faktor-faktor di atas, produsen rissole di Indonesia dapat memenuhi ekspektasi dan kebutuhan konsumen, sehingga produk mereka dapat lebih diterima dan diminati di pasar.

2. Variabel metode pembayaran berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada risolle Indonesia di kota Parepare

Metode pembayaran yang mudah sangat berperan penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen.³⁶

Pengertian dasar sistem pembayaran adalah suatu cara yang disepakati untuk mentransfer suatu nilai (value) antara pembeli dengan penjual dalam suatu transaksi. Menurut UU no. 23 tahun 1999 tentang Bank Indonesia, sistem pembayaran adalah suatu sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga, dan mekanisme yang digunakan untuk melaksanakan pemindahan dana guna memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi. Jadi dapat disimpulkan bahwa , Sistem pembayaran merupakan sistem yang berkaitan dengan pemindahan sejumlah nilai uang dari satu pihak ke pihak lain. Hal ini tengah dilakukan dengan media yang sangat beragam, dari yang paling sederhana sampai pada media yang paling kompleks.³⁷

Hasil penelitian mendukung hipotesis kedua bahwa variable metode pembayaran (X2) berpengaruh positif secara parsial terhadap kepuasan konsumen risolle Indonesia parepare. Berdasarkan Tabel 4.13 dapat diketahui bahwa metode pembayaran terhadap kepuasan konsumen memperoleh nilai koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,659, artinya metode pembayaran memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada

³⁶ Rusydi Ananda and Fitri Hayati, *Variabel Belajar (Kompilasi Konsep)*, ed. by Muhammad Fadhli, Pertama (Medan: CV. Pusdikra Mitra Jaya, 2020). h 45.

³⁷ Kusnul Latifah, 'Sistem Dan Alat Pembayaran'. (*Buku ajar Ekonomi kelas X* ed. by Muhammad Ryan Santoso, Pertama (Bandung: CV. Nasmedia Pustaka, 2019). h 54.

risolle Indonesia di kota Parepare. Lebih lanjut dijelaskan Jika metode pembayaran dinaikkan satu satuan, maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,659 satuan dengan asumsi variabel independen tetap.

Keterkaitan antara kemudahan metode pembayaran dan kepuasan konsumen dapat dijelaskan sebagai berikut:

Kenyamanan dan Fleksibilitas: Konsumen yang diberikan berbagai opsi pembayaran, seperti tunai, transfer bank, kartu kredit/debit, e-wallet, dan QR code, akan merasa lebih nyaman dan fleksibel dalam memilih metode yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka. Hal ini dapat meningkatkan kepuasan konsumen karena mereka dapat menyelesaikan transaksi dengan cara yang paling mudah dan nyaman bagi mereka.

Kecepatan dan Efisiensi: Proses pembayaran yang cepat dan efisien, terutama melalui metode digital seperti e-wallet dan QR code, dapat mengurangi waktu tunggu dan mempercepat transaksi. Konsumen yang mengalami proses pembayaran yang cepat akan merasa lebih puas dengan layanan yang diberikan.

Keamanan: Sistem pembayaran yang aman dan terjamin, seperti transfer bank dan kartu kredit yang dilengkapi dengan perlindungan tambahan, dapat meningkatkan rasa aman konsumen. Konsumen yang merasa aman dalam melakukan transaksi akan lebih puas dengan pengalaman berbelanja mereka.

Aksesibilitas: Dengan menyediakan berbagai metode pembayaran, penjual Risolle dapat menjangkau lebih banyak konsumen, termasuk mereka yang mungkin tidak memiliki akses ke metode pembayaran tradisional. Hal ini

dapat meningkatkan kepuasan konsumen karena mereka dapat melakukan pembayaran dengan cara yang paling mudah diakses oleh mereka.

Kesimpulannya, kemudahan dalam metode pembayaran tidak hanya mempermudah transaksi tetapi juga secara signifikan meningkatkan kepuasan konsumen Risolle di Parepare. Oleh karena itu, penting bagi penjual Risolle untuk mengoptimalkan sistem pembayaran mereka dengan menyediakan berbagai opsi yang aman, cepat, dan mudah digunakan untuk memenuhi ekspektasi dan kebutuhan konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan seluruh penelitian terdahulu dimana terpadat pengaruh metode pembayaran terhadap kepuasan konsumen. Dimana semakin tinggi metode pembayaran semakin tinggi pula kepuasan konsumen.

Perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan yang ditentukan sebesar 0,05 adalah $0,001 < 0,05$. Hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa Pengaruh yang diberikan metode pembayaran tersebut bersifat positif yang artinya semakin mudah metode pembayaran maka mengakibatkan semakin tinggi pula kepuasan konsumen yang dihasilkan. Hal ini menunjukkan bahwa metode pembayaran merupakan salah satu penentu kepuasan konsumen karena semakin mudah metode pembayaran yang diciptakan dan kemudahan tahap – tahap pembayaran maka akan semakin memudahkan konsumen untuk tertarik dan terus melakukan pengulangan transaksi

Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Handayani dengan judul “Pengaruh Metode Pembayaran dan Mudahnya Transaksi

terhadap Keputusan Pembelian di Zalora Online Shopping” menjelaskan tentang hasil variabel metode pembayaran memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian karena metode pembayaran yang digunakan oleh Zalora membantu memudahkan kebutuhan konsumennya.

3. Pengaruh kualitas produk dan metode pembayaran terhadap kepuasan konsumen pada risolle Indonesia di kota Parepare

Menurut Humphrey sistem pembayaran adalah suatu rancangan yang membuat pasar finansial berjalan dan menjadikan riil. Ketika barang digantikan dengan uang tunai cek, giro, kartu kredit dan debit, perdagangan semakin meluas dan biaya transaksi berkurang, serta secara tidak langsung meningkatkan spesialisasi barang. Humphrey dalam penelitiannya mengemukakan sistem pembayaran adalah sistem yang terdiri atas aturan hukum, standar, prosedur dan tata cara teknis operasional pembayaran yang digunakan transaksi nilai uang antara dua pihak, dalam wilayah nasional maupun internasional dengan memanfaatkan instrumen pembayaran yang diterima secara umum, dan dapat membuat kegiatan ekonomi berjalan lebih baik dan lebih lancar (dalam pembayarannya).³⁸

Kualitas produk dan metode pembayaran merupakan elemen penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Kepuasan menurut Kamus Indonesia adalah puas, merasa senang, perihal (hal yang bersifat puas, kesenangan, kelegaan dan sebagainya). Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelemahan seseorang. dikarenakan

³⁸ Nurfadhillah Lubis, 'Pengaruh Sistem Pembayaran Non-Tunai Pada Era Digital Terhadap Tingkat Inflasi Di Indonesia', *Skripsi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*, 2019, 103.

mengonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa. Kepuasan merupakan tingkatan dimana kinerja produk sesuai dengan ekspektasi pembeli. Jika Kinerja produk sesuai dengan ekspektasi pelanggan kecewa. Jika kinerja produk sesuai dengan pelanggan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelayanan sangat puas

Hasil penelitian ini sejalan dengan seluruh penelitian terdahulu dimana terpadat pengaruh secara simultan kualitas produk dan metode pembayaran terhadap kepuasan konsumen. Dimana semakin tinggi kualitas produk dan metode pembayaran semakin tinggi pula kepuasan konsumen.

Hasil penelitian mendukung hipotesis ketiga bahwa variabel kualitas produk (X1) dan metode pembayaran (X2) berpengaruh positif secara bersama-sama atau simultan terhadap Kepuasan konsumen pada risolle Indonesia di kota Parepare. Berdasarkan tabel 4.12 dapat diketahui bahwa Kualitas produk dan metode pembayaran secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada risolle Indonesia di kota Parepare. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji F diperoleh $F_{hitung} 114,826 > F_{tabel} 3,09$ dengan nilai signifikansi $0,0001 < 0,05$. Kepuasan konsumen sering kali dijadikan acuan dalam kemajuan perusahaan. Kepuasan konsumen akan mendorong seseorang untuk merekomendasikan produk kepada calon konsumen lain. Namun hal itu tergantung dengan besarnya kualitas produk dan mudahnya metode pembayaran.

4. **Besarnya pengaruh kualitas produk dan metode pembayaran terhadap kepuasan konsumen pada risolle Indonesia di kota Parepare.**

Sekarang ini masyarakat lebih memilih menggunakan pembayaran metode digital dibanding pembayaran konvensional. Metode pembayaran merupakan cara dimana kita biasa melakukan pembayaran baik barang ataupun jasa. Kita sebagai pembeli, seharusnya sudah bisa membandingkan kelebihan serta kekurangan dari masing-masing metode yang ada. Sistem atau metode pembayaran adalah suatu mekanisme yang akan menunjukkan adanya aliran dari sejumlah nilai yang bersumber dari pembeli kepada penjual dalam suatu transaksi tertentu. Jika kita bias kaitkan dengan adanya isu perkembangan pada sistem pembayaran berbasis elektronik yang ternyata terbukti bahwa memang lebih efisien daripada sistem pembayaran paper-based oleh karena bisa dikatakan bahwa sistem atau metode pembayaran akan mengalami proses menuju yang lebih efisien lagi. Metode pembayaran pada umumnya terbagi menjadi dua, ada pembayaran tunai dan ada pembayaran non tunai. Metode pembayaran konvensional merupakan pembayaran secara langsung yang terjadi antara satu pihak dengan pihak lainnya. Seperti pada penjualan umumnya, setiap transaksi pasti akan melakukan pembayaran. E-commerce intinya ingin mempermudah pelanggan didalam melakukan transaksi jual beli. Oleh karena itu metode pembayarannya pun harusnya akan mempermudah tiap transaksinya.³⁹

Dalam memenuhi kepuasan konsumen kualitas produk dan metode pembayaran sangat memiliki pengaruh besar di dalamnya ini dibuktikan

³⁹ Handayani. 'Pengaruh Metode Pembayaran Dan Mudahnya Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Di Zalora Online Shopping', *Universitas Gunadarma Jurnal*, 15.4 (2021) h.54

dengan hasil bahwa Kualitas produk dan metode pembayaran memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada risolle Indonesia di kota Parepare. sebesar 69,7% sisanya sebesar 30,3% dipengaruhi oleh variabel yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Akan tetatpi dalam penelitian ini masih ada kekurangan, ini dibuktikan dengan masih ada variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini yang dapat mempengaruhi variabel tidak bebas Kepuasan merupakan perasaan atau kekecewaan yang dirasakan seseorang sebagai akibat dari membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dari suatu produk dengan harapannya. Jika kinerjanya memenuhi ekspektasi maka pelanggan akan merasa puas, begitu pula sebaliknya. Kepuasan yakni penilaian terhadap karakteristik atau keistimewaan suatu produk, layanan, atau produk itu sendiri, yang memberikan tingkat kesenangan konsumen dalam memenuhi kebutuhan konsumsi konsumen.⁴⁰

⁴⁰ Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, 'Pengaruh Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Mobile Banking Di Era Pandemi Covid-19 (Studi Bank Bni Cabang Makassar)', *Yume : Journal Of Management*, 4.1 (2021), 2021–2208.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh kualitas produk dan metode pembayaran terhadap kepuasan konsumen pada risolle Indonesia di kota Parepare. Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa Kesimpulan, yaitu:

1. Kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pada risolle Indonesia di kota Parepare dibuktikan dengan nilai probabilitas sebesar 0,001 dan nilai t_{hitung} adalah 4,785.
2. Metode pembayaran berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pada risolle Indonesia di kota Parepare dibuktikan dengan nilai probabilitas sebesar 0,001 dan nilai t_{hitung} adalah 5,324.
3. Kualitas produk dan metode pembayaran berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada risolle Indonesia di kota Parepare dibuktikan dengan F_{hitung} sebesar 114,826 dan nilai probabilitas 0,001. Adapun hasil pengujian regresi linier berganda yaitu $Y = 5,940 + 0,293X_1 + 0,659X_2$ pada taraf signifikan 5%.

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Konstanta sebesar 5,940 Artinya Jika tidak ada Variabel Kualitas produk dan metode pembayaran yang mempengaruhi kepuasan konsumen, maka kepuasan konsumen pada risolle Indonesia di kota Parepare adalah sebesar 5,940 satuan.

- Koefisien Regresi kualitas produk sebesar 0,293. Artinya, apabila terjadi penambahan kualitas produk sebesar 1, maka akan mempengaruhi terjadinya kepuasan konsumen pada risolle Indonesia di kota Parepare sebesar 0,293 dengan asumsi variabel lain tetap.
 - Koefisien Regresi metode pembayaran sebesar 0,659. Artinya, apabila terjadi penambahan metode pembayaran sebesar 1, maka akan mempengaruhi terjadinya penambahan kepuasan konsumen pada risolle Indonesia di kota Parepare sebesar 0,659 dengan asumsi variabel lain tetap.
 - Pada persamaan regresi tersebut, koefisien regresi semua variabel independen berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, artinya apabila variabel independen naik, maka variabel dependen juga meningkat dan jika variabel independen turun, maka variabel dependen juga menurun. Dari hasil koefisien regresi yang didapat menunjukkan, variabel metode pembayaran ($\beta_1 = 0,659$) menjadi variabel terbesar yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada risolle Indonesia di kota Parepare, kemudian kualitas produk ($\beta_2 = 0,293$), menjadi variabel terendah yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada risolle Indonesia di kota Parepare.
4. Kualitas produk dan metode pembayaran memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada risolle Indonesia di kota Parepare. sebesar 69,7% sisanya sebesar 30,3% dipengaruhi oleh variabel yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penelitian selanjutnya disarankan menggunakan sampel yang lebih besar sehingga hasil yang akan dihasilkan lebih akurat.
2. Penelitian ini hanya menggunakan sedikit variabel terikat sehingga untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel-variabel terutama yang berkaitan dengan kemajuan teknologi dan informasi



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an, *Al-Karim*

Ananda, Rusydi, and Fitri Hayati, *Variabel Belajar (Kompilasi Konsep)*, ed. by Muhammad Fadhli, Pertama (Medan: CV. Pusdikra Mitra Jaya, 2020)

Arwin.S.e.M.Si, *Buku Ajar Pengantar Ekonomi Mikro*, ed. by Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, 2020

Aulia, Pohan, *Sistem Pembayaran : Sistem Dan Implementasi Di Indonesia*, Revisi (Jakarta: RajaGrafindo, 2011)

Cucu Sumartini, Lilis, and Dini Fajriany Ardining Tias, 'Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja', *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 3.2 (2019)

Daga, Rosnaini, *Citra, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan*, Pertama (Gowa: Global Research And Consulting Institute, 2017)

Fajri, Wilwatikta Krisna, Muhammad Iqbal, Katik Rajoendah, S St, and M P Par, 'Penerapan Teori Tingkatan Produk Pada Event Webinar Biztalk Series Oleh PT Biztrips Media Teknologi (Studi Kasus: PT Damcorp)', 11.1 (2022)

Handayani, 'Pengaruh Metode Pembayaran Dan Mudahnya Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Di Zalora Online Shopping', *Universitas Gunadarma Jurnal*, 15.4 (2021)

Handayati, Ratna, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Konsumendi Pong-Pong Cafe Lamongan', *Universitas Islam Lamongan*, 1.3 (2016)

Hariyanti, Novi Tri, and Alexander Wirapraja, 'Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur)', *Jurnal Eksekutif*, 15.1 (2018)

Hartini, Sri, 'Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk Dan Kinerja Bisnis', *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 14.1 (2012)

Hasanah, Hasyim, 'Teknik-Teknik Observasi', 8.1 (2017)

Kementrian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahan*, Penyempurn (Jakarta, 2019)

Latifah, Kusnul, 'Sistem Dan Alat Pembayaran, (Buku ajar Ekonomi kelas X ed. by Muhammad Ryan Santoso, Pertama (Bandung: CV. Nasmedia Pustaka, 2019)

Lubis, Nurfadhillah, 'Pengaruh Sistem Pembayaran Non-Tunai Pada Era Digital Terhadap Tingkat Inflasi Di Indonesia', *Skripsi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*, 2019

- Luthfia, Widha Emil, and Rahayu Tri Astuti SRI, 'Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Kofisyop Tembalang', 2012
- Miftahul, Jannah, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dhapukupi Di Banda Aceh', *Rabit : Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Univrab* (Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2019)
- Nur Azis, 'Pengaruh Produk, Metode Pembayaran, Kualitas Layanan Dan Kualitas Situs Web Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang' (Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang, 2022)
- Prastuti, Husnul Khotimah Doddi, 'Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Shopee Di Pt. Biro Klasifikasi Indonesia Jakarta Utara)' (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia jakarta, 2020)
- Resa Restiany, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Situs Jual Beli Online Shopee Draft Skripsi', 14, 2018, 2018
- Retnaningsih, Wiwik, 'Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk, Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek', *DiE: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*, 6.2 (2010)
- Riyani, Dessy, Irena Larashat, and Dudung Juhana, 'Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan', *Majalah Bisnis & IPTEK*, 14.2 (2021)
- Rohmah, Sindi Nur, 'Pengaruh Gaya Hidup, Metode Pembayaran Dan Kreativitas Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Pasarnow (Studi', <https://medium.com/>, 2016
- Rupantra, 'Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Susu Kedelai Ud Pak Suroto Berastagi', *Digital Repository Universitas Quality Berastagi*, 2021
- Santoso, Joko Bagio, 'Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen', *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16.01 (2019)
- Satria, Satria, 'Analisis Sistem Informasi Mengukur Kepuasan Pelayanan Pelanggan Dengan Metode Servqual', *Kilat*, 8.1 (2019)
- Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2015)
- Syarifuddin, Ahmad Dzul Ilmi, 'Pengaruh Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Mobile Banking Di Era Pandemi Covid-19 (Studi Bank Bni

Cabang Makassar)', *Yume : Journal Of Management*, 4.1 (2021)

Yudha, Eka Purna, Afif Ahmad Rifai, and Aqila Shafa Adela, 'Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Restoran Cepat Saji Mcdonald's', *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8.2 (2022)





Kuesioner

KUESIONER

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAAN KONSUMEN PADA RISOLLE INDONESIA DI KOTA PAREPARE

Petunjuk pengisian kuesioner :

1. Isi dan lengkapi data anda sebelum mengisi angket/kuesioner.
2. Bacalah dengan teliti masing – masing pernyataan pada angket/kuesioner.
3. Pilihlah jawaban yang sesuai dengan pendapat anda.
4. Jawablah dengan memberikan tanda kolom (o) pada angket yang telah disediakan bagian kolom tanggapan.
5. Keterangan jawaban :
 - Jawaban sangat setuju (SS) = 5
 - Jawaban setuju (S) = 4
 - Jawaban kurang setuju (KS) = 3
 - Jawaban tidak setuju (TS) = 2
 - Jawaban sangat tidak setuju (STS) = 1

Identitas Responden :

Berilah tanda centeng () pada salah satu jawaban dibawah :

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
 - Laki – laki
 - Perempuan
3. Umur :
 - Dibawah 17 tahun
 - 17 - 29 tahun
 - 29-40 tahun
 - Diatas 40 tahun

4. Pekerjaan : ▪ Pelajar/Mahasiswa ▪ Pegawai Negeri
 ▪ Wiraswasta ▪ Lain – lain

Indikator Variabel Penelitian

Indikator Variabel Penelitian

No.	Variabel	Definisi Variabel	Indikator
1.	Kualitas Produk (X ₁)	Kualitas produk adalah karakteristik suatu produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. (Kotler dan Amstrong)	<ul style="list-style-type: none"> a. Warna b. Penampilan c. Porsi d. Bentuk e. Tekstur f. Aroma g. Tingkat Kematangan
2.	Metode Pembayaran (X ₂)	sistem atau metode pembayaran adalah suatu sistem yang melakukan pengaturan kontrak, fasilitas pengoperasian dan mekanisme teknis yang digunakan untuk penyampaian, pengesahan, dan penerimaan instruksi pembayaran, serta pemenuhan kewajiban pembayaran yang dikumpulkan melalui pertukaran “nilai” antar perorangan, bank dan lembaga lainnya baik domestik maupun antarnegara (<i>cross border</i>). (Aulia Pohan)	<ul style="list-style-type: none"> a. Pengaturan Kontrak b. Fasilitas Pengoperasian c. Mekanisme Teknis d. Keamanan e. Regulasi

3.	Kepuasan Kosumen (Y)	Kepuasan konsumen merupakan tingkatan dimana kinerja produk sesuai dengan ekspektasi pembeli. Jika Kinerja produk sesuai dengan ekspektasi pelanggan kecewa. Jika kinerja produk sesuai dengan pelanggan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelayanan sangat puas. (Hawskin dan Lonney)	<ul style="list-style-type: none"> a. Kepuasan pelanggan keseluruhan b. Konfirmasi harapan c. Niat beli ulang d. Kesiapan untuk merekomendasi e. Ketidakpuasan konsumen
----	----------------------	--	--

Pendapat Responden

Variabel Kualitas Produk (X_i)

KUALITAS PRODUK (X_i)							
Indikator	No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
a. Penampilan	1.	Kebersihan dalam penampilan makanan dan minuman.					
	2.	Kemudahan dalam penampilan makanan dan minuman.					
b. Porsi	3.	Kesesuaian porsi makanan dan minuman dengan harga					
c. Temperatur	4.	Kesesuaian temperatur makanan dengan selera konsumen.					
	5.	Kesesuaian temperatur dengan jenis menu yang disajikan					

d. Aroma	6.	Kemenarikan aroma makanan dan minuman yang disajikan.					
e. Tingkat kematangan	7.	Kesesuaian kematangan dari makanan yang disajikan.					
f. Rasa	8.	Kesesuaian rasa makanan dan minuman yang disajikan.					
g. Bentuk	9.	Kemenarikan bentuk potongan bahan makanan.					
h. Warna	10.	Kemenarikan kombinasi warna makanan dan minuman yang disajikan.					
i. Tekstur	11.	Kesesuaian tekstur makanan dengan jenis makanan yang disajikan.					

Variable Metode Pembayaran (X₂)

METODE PEMBAYARAN (X ₂)							
Indikator	No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
a. Pengaturan Kontrak	1.	ada ketentuan-ketentuan khusus yang menyusahkan dalam metode pembayaratn Rissole Indonesia.					
b. Fasilitas Pengoperasian	2.	Rissole Indonesia Memberikan Kemudahan Pembayaran Menggunakan Metode Transfer, Cash dan QRIS.					
c. Mekanisme Teknis	3.	Transaksi menggunakan Cash , transfer dan QRIS sangat mudah dipelajari dan di aplikasikan.					
d. Keamanan	4.	Metode Pembayaran Menggunakan Cash, Transfer dan QRIS Meminimalisir terjadinya Penipuan.					
e. Regulasi	5.	Metode Pembayaran yang dilaksanakan oleh Rissole Indonesia tidak melnggar UU yang beralaku di Indonesia.					

Variable Kepuasan Konsumen (Y)

KEPUASAN KONSUMEN (Y)							
Indikator	No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
a. Kepuasan pelanggan keseluruhan	1.	Kepuasan anda dengan produk yang dijual di Risolle Indonesia.					
b. Konfirmasi harapan	2.	Kesesuaian bahan yang dipakai dengan standar harapan anda.					
	3.	Saya mengharapkan Risolle Indonesia tetap menjaga kualitas produk dan kualitas layanannya.					
c. Niat beli ulang	4.	Saya akan membeli lagi produk Risolle Indonesia					
d. Kesiediaan untuk merekomendasi	5.	Saya akan memberitahu keluarga, teman atau orang lain mengenai keunggulan produk di Risolle Indonesia.					
	6.	Saya akan mengajak keluarga, teman atau orang lain untuk membeli produk Risolle Indonesia.					
e. Ketidakpuasan konsumen	7.	Saya akan melakukan komplain apabila tidak puas dengan produk Risolle Indonesia.					
	8.	Saya akan pindah di tempat yang lain apabila tidak puas dengan Risolle Indonesia.					

IDENTITAS RESPONDEN

No	Nama	Jenis kelamin	umur	pekerjaan
1	MUH. FACHRUL SIDIQ	Laki-Laki	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
2	ANDI RISAL	Laki-Laki	17 - 29 Tahun	Wiraswasta
3	CICA	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
4	ALIFAH	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
5	NASRULLAH	Laki-Laki	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
6	SITI NURHALISA	Perempuan	<17 Tahun	Wiraswasta
7	BESSE	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
8	INDAH	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
9	MUH. LUTFI SUDIRMAN	Laki-Laki	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
10	RUBANI	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
11	ANDI RATU	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
12	NUR AENA MARDIAH	Perempuan	17 - 29 Tahun	Wiraswasta
13	UMMU AFIFAH	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
14	SULKIFLI	Laki-Laki	17 - 29 Tahun	Wiraswasta
15	RIFQAH SALSABILAH MAHBUB	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
16	MUSDALIFAH RAMADHANI	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
17	ANNISA ANWAR	Perempuan	30 - 39 Tahun	Wiraswasta
18	ASLIANA	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
19	PUJI HARYANTI	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
20	NUR ASRIAH	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
21	NURHASANAH MAHMUD	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
22	SRI AYU	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
23	APRI SUSILAWATI	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
24	MUHAMMAD ZULFADHLI SULAIMAN	Laki-Laki	17 - 29 Tahun	Wiraswasta
25	MUH. GARDAFI	Laki-Laki	17 - 29 Tahun	Karyawan BUMS
26	MUH. AL KHALIQ. L	Laki-Laki	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
27	HETTI	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
28	NURUL HIDAYAH JUFRI	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa

29	SARFIKA	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
30	AMRIA	Perempuan	17 - 29 Tahun	IRT
31	RASYID	Perempuan	17 - 29 Tahun	Wiraswasta
32	AQILA	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
33	AHMAD ZULFIKRAN ZUHDI	Laki-Laki	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
34	MUHAMMAD AKRAM NURDIN	Perempuan	17 - 29 Tahun	Wiraswasta
35	FADLI ALAMSYAH	Laki-Laki	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
36	RIZAL	Laki-Laki	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
37	NUR ATIKA	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
38	RESKI ANANDA PUTRI	Perempuan	17 - 29 Tahun	Wiraswasta
39	SHERIN PUTRI REINA	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
40	RAHMAT	Laki-Laki	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
41	MUH. ALIF SANDRA	Laki-Laki	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
42	GITHA	Perempuan	17 - 29 Tahun	Wiraswasta
43	NIAR PURNAMASARI	Perempuan	17 - 29 Tahun	Wiraswasta
44	UMRAH	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
45	MUH. YUSUF	Laki-Laki	17 - 29 Tahun	Wiraswasta
46	RUSTIKA	Perempuan	30 - 39 Tahun	Ibu rumah tangga
47	NAFISAH AINIYYAH	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
48	TAUFIK	Laki-Laki	17 - 29 Tahun	Wiraswasta
49	BASIR	Laki-Laki	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
50	ANDI MUSDALIFAH	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
51	ST. RASYIDA RAHIMATUL FITRAH	Perempuan	17 - 29 Tahun	PNS/ASN
52	ATRIANI	Perempuan	17 - 29 Tahun	Wiraswasta
53	BESSE NUR RAHMADHANI SYAM	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
54	MARFHI TRI FAIZIAH	Perempuan	17 - 29 Tahun	Wiraswasta
55	AZRINA ILHAM	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
56	NURUL SYAFITRI	Perempuan	<17 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
57	HERMAN	Laki- laki	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
58	MUHAMMAD SALEH ARIS	Laki- laki	17 - 29 Tahun	Wiraswasta
59	SYAFINA SYARIF	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
60	RISNA	Perempuan	17 - 29 Tahun	PNS/ASN

61	DWIYUNI ZHALSABILLAH	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
62	MUHAMMAD ASWAN	Laki- laki	17 - 29 Tahun	Wiraswasta
63	FIRZAH AMALIAH	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
64	SASKIA AULIYAH YUSRI	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
65	AREENA KASWARHIENA	Perempuan	30 - 39 Tahun	PNS/ASN
66	NURHALIMA AMRI	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
67	RISKA RAHMAYANTI	Perempuan	17 - 29 Tahun	Wiraswasta
68	YUNIAR LESTARI	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
69	KURNIA TRI WULANDARI	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
70	ZULKIFLI ANDIRA	Laki- laki	17 - 29 Tahun	Wiraswasta
71	MUH RUSMAN	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
72	SYULISTIANI	Perempuan	17 - 29 Tahun	PNS/ASN
73	MUHAMMAD PANDI	Laki- laki	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
74	MUHAMMAD MUBDI HARYANSAH	Laki- laki	30 - 39 Tahun	TNI/POLRI
75	ZUL FATHIR FAINUL	Laki- laki	17 - 29 Tahun	Karyawan BUMS
76	ANUGRAH FATIHATUL IDHAM	Laki- laki	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
77	DEDI GUSTIAWAN	Laki- laki	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
78	WIRA ADYA RUPA SAKTI	Laki- laki	17 - 29 Tahun	Wiraswasta
79	AMNDA	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
80	AFDILLAH MAKKARAKA	Laki- laki	17 - 29 Tahun	IRT
81	EFA ARPIANTI	Perempuan	17 - 29 Tahun	Wiraswasta
82	NURALIKA	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
83	MUHAMMAD FEBRIAN AL FALAH	Laki- laki	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
84	YUNITA ANGGRAINI	Perempuan	30 - 39 Tahun	PNS/ASN
85	NURUL ASMA	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
86	MUSTIKA AYU	Perempuan	17 - 29 Tahun	Wiraswasta
87	NURFADILLAH RAMADHANI YUSUF	Perempuan	17 - 29 Tahun	PNS/ASN
88	MUH. YUSUF RUSTAM	Laki- laki	17 - 29 Tahun	TNI/POLRI
89	NURHIKMA	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa

90	HADRAH	Perempuan	17 - 29 Tahun	PNS/ASN
91	NUR FAUZIA	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
92	M.KHALID FATUR RAHMAN JAMIL	Laki- laki	17 - 29 Tahun	Wiraswasta
93	ELMI AMALIA ADJI	Perempuan	17 - 29 Tahun	Wiraswasta
94	WAHYU ANDIKA	Laki- laki	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
95	NURUL HIDAYAT BT JUFRI	Perempuan	17 - 29 Tahun	Wiraswasta
96	NUR MOHAMMAD RAHMAT	Laki- laki	30 - 39 Tahun	Ibu rumah tangga
97	SRI BULAN	Perempuan	17 - 29 Tahun	PNS/ASN
98	FADLI ALAMSYAH	Laki- laki	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
99	MUH. RIZKI FAUZAN	Laki- laki	17 - 29 Tahun	TNI/POLRI
100	PUTRI ZASKIAWATI	Perempuan	17 - 29 Tahun	Pelajar / Mahasiswa



**TABULASI DATA HASIL INSTRUMEN VARIABEL X1 (KUALITAS
PRODUK)**

Respon den	X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	X1. 5	X1. 6	X1. 7	X1. 8	X1. 9	X1. 10	X1. 11	Tot al
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
2	5	5	5	4	4	5	5	5	3	4	5	50
3	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	51
4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	53
5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	50
6	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	38
7	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	52
8	5	5	4	3	3	5	5	5	3	4	4	46
9	5	4	5	2	3	4	5	5	3	4	4	44
10	4	5	4	3	4	3	4	5	3	3	4	42
11	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	53
12	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	47
13	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	53
14	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	48
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
16	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	46
17	5	4	3	5	5	5	5	5	3	3	4	47
18	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	48
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
21	5	5	5	3	4	5	5	5	4	5	3	49
22	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	52
23	4	4	2	2	2	4	3	4	4	5	4	38
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
25	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	3	48
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
27	5	5	5	4	4	5	5	3	2	2	2	42
28	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	51
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55

30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
32	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	15
33	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	53
34	5	5	3	3	3	5	3	5	3	1	5	41
35	5	5	4	3	3	3	4	4	4	3	3	41
36	4	4	3	3	3	5	5	5	4	4	4	44
37	5	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	44
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
40	5	5	3	4	4	4	5	5	4	4	4	47
41	4	3	4	5	4	3	4	5	4	3	4	43
42	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	49
43	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	52
44	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	47
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
46	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	38
47	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	53
48	5	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	44
49	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	54
51	5	5	3	5	4	4	4	3	4	4	3	44
52	5	5	3	3	4	3	5	3	2	3	3	39
53	5	5	3	5	5	4	5	3	3	3	3	44
54	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	36
55	5	4	3	5	4	4	3	3	4	3	4	42
56	5	4	4	5	3	2	3	3	3	4	3	39
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
58	4	4	3	5	4	5	5	2	2	3	4	41
59	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	5	40
60	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	43
61	5	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	35
62	3	3	3	3	1	1	4	3	2	2	2	27
63	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	41
64	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	41
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44

66	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	5	49
67	5	4	3	5	5	5	3	3	5	3	4	45
68	1	1	1	2	2	2	3	3	3	3	3	24
69	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	27
70	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	5	42
71	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	52
72	5	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	43
73	5	4	3	5	5	4	4	3	4	3	5	45
74	4	4	3	5	5	3	5	1	1	4	1	36
75	4	3	4	5	2	5	3	3	4	3	3	39
76	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
77	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	34
78	5	5	3	4	3	4	3	3	5	3	5	43
79	4	4	3	5	4	4	5	1	3	3	4	40
80	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	45
81	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	50
82	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	4	46
83	5	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	40
84	5	5	4	5	5	4	3	4	4	5	4	48
85	5	5	5	5	5	5	3	4	3	3	4	47
86	5	4	2	3	5	4	3	5	5	5	4	45
87	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	16
88	5	5	3	5	5	3	5	2	5	5	4	47
89	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	47
90	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	5	43
91	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	51
92	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
93	4	4	4	4	4	4	4	2	3	2	2	37
94	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	43
95	5	5	3	5	3	4	5	3	3	4	3	43
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
97	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	39
98	5	4	3	5	5	4	4	3	3	4	5	45
99	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	50
100	5	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	41

**TABULASI DATA HASIL INSTRUMEN VARIABEL X2 (METODE
PEMBAYARAN)**

Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total
1	4	4	4	4	4	20
2	5	5	4	5	3	22
3	3	3	3	3	4	16
4	5	5	5	3	5	23
5	4	4	4	4	4	20
6	4	4	4	5	4	21
7	5	5	5	4	5	24
8	3	3	3	4	4	17
9	5	5	5	4	5	24
10	4	3	3	3	3	16
11	4	4	4	3	3	18
12	5	5	5	5	5	25
13	5	5	5	5	5	25
14	5	5	5	4	5	24
15	4	4	4	4	4	20
16	4	3	3	4	3	17
17	4	4	4	4	4	20
18	5	4	4	4	4	21
19	5	5	5	5	5	25
20	3	3	3	3	3	15
21	5	5	5	3	5	23
22	5	5	5	5	5	25
23	5	5	5	5	5	25
24	4	4	4	4	4	20
25	3	5	3	3	4	18
26	4	4	4	4	4	20
27	5	5	5	2	5	22
28	5	5	5	4	5	24
29	5	5	5	5	5	25
30	5	5	5	5	5	25
31	5	5	5	5	5	25

32	1	2	2	1	1	7
33	5	5	5	5	5	25
34	5	5	5	5	5	25
35	4	5	4	5	5	23
36	4	4	4	4	4	20
37	4	4	4	4	4	20
38	5	5	5	5	5	25
39	4	4	4	4	4	20
40	4	5	4	3	4	20
41	4	5	3	3	4	19
42	4	4	3	4	3	18
43	5	5	5	5	5	25
44	4	4	3	4	4	19
45	3	3	3	3	3	15
46	4	4	3	5	5	21
47	5	5	5	5	5	25
48	4	4	4	3	3	18
49	4	4	4	4	4	20
50	4	4	4	4	4	20
51	4	4	5	5	4	22
52	3	3	2	4	5	17
53	4	4	4	4	4	20
54	3	3	3	3	3	15
55	4	4	4	4	4	20
56	4	3	3	4	4	18
57	5	5	5	5	5	25
58	3	3	3	4	4	17
59	3	3	3	3	4	16
60	4	4	4	4	4	20
61	3	3	3	3	3	15
62	1	1	1	3	3	9
63	4	4	4	4	4	20
64	4	4	4	4	4	20
65	3	4	4	4	4	19
66	5	4	5	5	3	22
67	4	4	4	4	5	21

68	3	3	3	2	2	13
69	2	3	2	3	3	13
70	3	3	3	3	4	16
71	5	5	5	5	5	25
72	4	4	4	4	4	20
73	4	3	4	5	4	20
74	3	3	4	5	4	19
75	4	3	3	4	3	17
76	3	4	4	3	3	17
77	3	3	4	3	4	17
78	2	3	3	4	4	16
79	3	3	3	3	3	15
80	3	3	4	4	4	18
81	4	5	5	5	5	24
82	3	3	3	3	3	15
83	4	4	4	4	4	20
84	5	5	4	4	5	23
85	4	4	4	4	4	20
86	4	3	4	4	5	20
87	1	2	3	2	2	10
88	4	3	3	4	4	18
89	4	3	3	4	4	18
90	3	3	5	3	3	17
91	5	5	5	5	5	25
92	1	1	1	1	1	5
93	3	3	3	3	3	15
94	4	4	4	4	4	20
95	3	3	3	5	4	18
96	3	4	4	3	4	18
97	3	3	4	4	4	18
98	4	4	4	5	4	21
99	5	4	4	4	5	22
100	5	5	5	5	2	22

**TABULASI DATA HASIL INSTRUMEN VARIABEL Y (KEPUASAN
KONSUMEN)**

Responden	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Total
1	4	4	4	4	4	4	4	3	31
2	5	4	5	5	4	4	3	4	34
3	4	4	5	5	5	5	3	3	34
4	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	4	4	3	4	3	3	29
6	4	4	4	4	4	4	4	4	32
7	5	5	5	5	5	5	4	3	37
8	5	4	5	4	5	5	3	4	35
9	4	4	5	2	3	2	4	5	29
10	3	4	4	3	3	3	4	3	27
11	4	4	4	4	4	4	4	4	32
12	5	4	4	4	4	5	5	5	36
13	5	5	5	5	5	5	3	3	36
14	4	4	5	4	4	4	4	5	34
15	5	5	5	4	4	4	4	4	35
16	5	5	5	5	5	5	4	3	37
17	3	4	4	4	3	3	4	4	29
18	4	4	5	5	5	5	5	3	36
19	5	5	5	5	5	5	5	5	40
20	3	3	3	3	3	3	3	3	24
21	3	4	4	3	3	3	4	4	28
22	5	5	5	3	3	3	3	3	30
23	5	5	5	5	5	5	1	5	36
24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
25	4	5	5	4	4	4	3	3	32
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	4	5	5	5	5	5	2	1	32
28	5	4	5	5	5	5	5	5	39
29	5	5	5	5	5	5	5	5	40
30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
31	5	5	5	5	5	5	5	5	40

32	1	1	2	3	2	3	2	2	16
33	5	5	5	5	5	5	5	3	38
34	5	5	5	3	5	5	5	5	38
35	4	4	4	3	3	3	5	5	31
36	4	4	5	4	5	5	5	5	37
37	4	4	5	4	4	4	4	4	33
38	5	4	4	5	4	4	4	4	34
39	4	4	4	4	4	4	4	4	32
40	4	4	5	4	4	3	3	3	30
41	4	4	5	3	4	5	5	4	34
42	3	4	4	3	4	4	4	3	29
43	5	5	5	5	5	5	3	3	36
44	4	4	5	4	4	3	4	3	31
45	3	3	3	3	4	3	3	3	25
46	4	4	3	3	3	3	4	3	27
47	5	5	5	5	5	5	5	3	38
48	4	3	4	3	4	4	4	3	29
49	4	4	4	4	4	4	4	4	32
50	5	4	4	5	4	4	4	4	34
51	5	5	5	5	4	4	4	5	37
52	5	5	5	4	5	5	3	5	37
53	2	3	4	3	4	4	3	3	26
54	3	3	3	4	3	4	3	3	26
55	4	4	4	5	3	3	4	4	31
56	5	3	5	4	4	4	2	3	30
57	5	4	5	5	5	4	4	5	37
58	4	4	4	3	2	4	3	4	28
59	4	4	4	4	4	4	3	3	30
60	4	4	4	4	4	4	4	4	32
61	3	4	5	3	4	4	4	4	31
62	3	2	2	2	3	3	2	1	18
63	4	4	4	4	4	2	3	4	29
64	5	4	4	4	4	4	4	4	33
65	3	4	4	4	4	4	4	4	31
66	3	3	4	5	4	4	5	5	33
67	4	3	5	4	4	3	4	4	31

68	2	2	2	2	2	2	3	2	17
69	2	2	2	2	3	1	1	2	15
70	4	4	5	3	4	3	3	3	29
71	5	5	5	5	5	5	5	4	39
72	4	4	5	4	5	4	4	4	34
73	5	4	5	4	4	5	4	3	34
74	5	4	5	5	4	4	3	3	33
75	3	3	2	3	4	3	3	4	25
76	3	4	4	4	4	4	3	3	29
77	4	4	5	4	4	4	4	4	33
78	4	5	5	3	2	3	3	2	27
79	4	3	4	4	4	4	3	3	29
80	5	5	4	4	4	3	3	3	31
81	3	5	5	5	5	5	4	4	36
82	5	4	5	4	4	3	3	3	31
83	4	4	4	4	3	3	3	4	29
84	3	4	5	4	4	3	4	3	30
85	5	4	4	4	5	5	3	3	33
86	4	4	5	3	4	2	4	4	30
87	4	1	1	1	2	3	2	2	16
88	4	3	4	5	4	4	4	3	31
89	4	4	4	4	4	4	2	4	30
90	5	5	5	5	5	5	3	3	36
91	5	5	5	5	5	5	5	3	38
92	1	1	1	1	1	1	1	1	8
93	4	4	4	4	4	4	4	4	32
94	5	4	4	4	4	4	4	4	33
95	5	5	5	3	3	3	3	3	30
96	4	4	4	4	4	4	4	4	32
97	5	4	4	4	4	3	4	3	31
98	4	4	5	4	5	5	3	4	34
99	5	4	5	5	5	5	4	4	37
100	5	5	5	5	4	5	5	4	38

R Tabel

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

F Tabel

Tabel Uji F

$\alpha = 0,05$	$df_1 = (k-1)$							
	$df_2 = (n-k-1)$	1	2	3	4	5	6	7
68	3,982	3,132	2,740	2,507	2,350	2,235	2,148	2,078
69	3,980	3,130	2,737	2,505	2,348	2,233	2,145	2,076
70	3,978	3,128	2,736	2,503	2,346	2,231	2,143	2,074
71	3,976	3,126	2,734	2,501	2,344	2,229	2,142	2,072
72	3,974	3,124	2,732	2,499	2,342	2,227	2,140	2,070
73	3,972	3,122	2,730	2,497	2,340	2,226	2,138	2,068
74	3,970	3,120	2,728	2,495	2,338	2,224	2,136	2,066
75	3,968	3,119	2,727	2,494	2,337	2,222	2,134	2,064
76	3,967	3,117	2,725	2,492	2,335	2,220	2,133	2,063
77	3,965	3,115	2,723	2,490	2,333	2,219	2,131	2,061
78	3,963	3,114	2,722	2,489	2,332	2,217	2,129	2,059
79	3,962	3,112	2,720	2,487	2,330	2,216	2,128	2,058
80	3,960	3,111	2,719	2,486	2,329	2,214	2,126	2,056
81	3,959	3,109	2,717	2,484	2,327	2,213	2,125	2,055
82	3,957	3,108	2,716	2,483	2,326	2,211	2,123	2,053
83	3,956	3,107	2,715	2,482	2,324	2,210	2,122	2,052
84	3,955	3,105	2,713	2,480	2,323	2,209	2,121	2,051
85	3,953	3,104	2,712	2,479	2,322	2,207	2,119	2,049
86	3,952	3,103	2,711	2,478	2,321	2,206	2,118	2,048
87	3,951	3,101	2,709	2,476	2,319	2,205	2,117	2,047
88	3,949	3,100	2,708	2,475	2,318	2,203	2,115	2,045
89	3,948	3,099	2,707	2,474	2,317	2,202	2,114	2,044
90	3,947	3,098	2,706	2,473	2,316	2,201	2,113	2,043
91	3,946	3,097	2,705	2,472	2,315	2,200	2,112	2,042
92	3,945	3,095	2,704	2,471	2,313	2,199	2,111	2,041
93	3,943	3,094	2,703	2,470	2,312	2,198	2,110	2,040
94	3,942	3,093	2,701	2,469	2,311	2,197	2,109	2,038
95	3,941	3,092	2,700	2,467	2,310	2,196	2,108	2,037
96	3,940	3,091	2,699	2,466	2,309	2,195	2,106	2,036
97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308	2,194	2,105	2,035
98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307	2,193	2,104	2,034
99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306	2,192	2,103	2,033
100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191	2,103	2,032

T tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198

HASIL PERHITUNGAN SPSS

Uji Validitas

		Correlations											KUALITAS_PR ODUK
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	
X1.1	Pearson Correlation	1	.857**	.644**	.631**	.642**	.614**	.538**	.476**	.465**	.514**	.579**	.823**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.857**	1	.687**	.564**	.612**	.656**	.609**	.508**	.464**	.558**	.603**	.841**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.644**	.687**	1	.489**	.474**	.590**	.523**	.592**	.461**	.522**	.518**	.773**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.631**	.564**	.489**	1	.676**	.540**	.453**	.165	.382**	.447**	.504**	.691**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	.100	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.642**	.612**	.474**	.676**	1	.610**	.513**	.322**	.453**	.538**	.559**	.756**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.614**	.656**	.590**	.540**	.610**	1	.586**	.569**	.557**	.559**	.663**	.823**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.538**	.609**	.523**	.453**	.513**	.586**	1	.461**	.343**	.556**	.415**	.708**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	.476**	.508**	.592**	.165	.322**	.569**	.461**	1	.621**	.565**	.583**	.701**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	.100	.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.9	Pearson Correlation	.465**	.464**	.461**	.382**	.453**	.557**	.343**	.621**	1	.701**	.660**	.728**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.10	Pearson Correlation	.514**	.558**	.522**	.447**	.538**	.559**	.556**	.565**	.701**	1	.632**	.784**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.11	Pearson Correlation	.579**	.603**	.518**	.504**	.559**	.663**	.415**	.583**	.660**	.632**	1	.799**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KUALITAS_PRODUK	Pearson Correlation	.823**	.841**	.773**	.691**	.756**	.823**	.708**	.701**	.728**	.784**	.799**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	METODE_PEM BAYARAN
X2.1	Pearson Correlation	1	.859**	.812**	.658**	.685**	.926**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.859**	1	.824**	.565**	.686**	.906**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.812**	.824**	1	.595**	.635**	.890**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.658**	.565**	.595**	1	.632**	.791**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.685**	.686**	.635**	.632**	1	.834**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100	100
METODE_PEMBAYARAN	Pearson Correlation	.926**	.906**	.890**	.791**	.834**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	KEPUASAN_K ONSUMEN
Y.1	Pearson Correlation	1	.701**	.651**	.601**	.591**	.571**	.364**	.401**	.783**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.701**	1	.805**	.631**	.614**	.570**	.453**	.423**	.832**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.651**	.805**	1	.640**	.674**	.572**	.452**	.445**	.840**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.601**	.631**	.640**	1	.737**	.701**	.415**	.384**	.820**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	.591**	.614**	.674**	.737**	1	.772**	.415**	.409**	.834**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.6	Pearson Correlation	.571**	.570**	.572**	.701**	.772**	1	.437**	.358**	.801**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.7	Pearson Correlation	.364**	.453**	.452**	.415**	.415**	.437**	1	.589**	.667**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.8	Pearson Correlation	.401**	.423**	.445**	.384**	.409**	.358**	.589**	1	.647**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KEPUASAN_KONSUMEN	Pearson Correlation	.783**	.832**	.840**	.820**	.834**	.801**	.667**	.647**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.929	11

Reliability Statistics

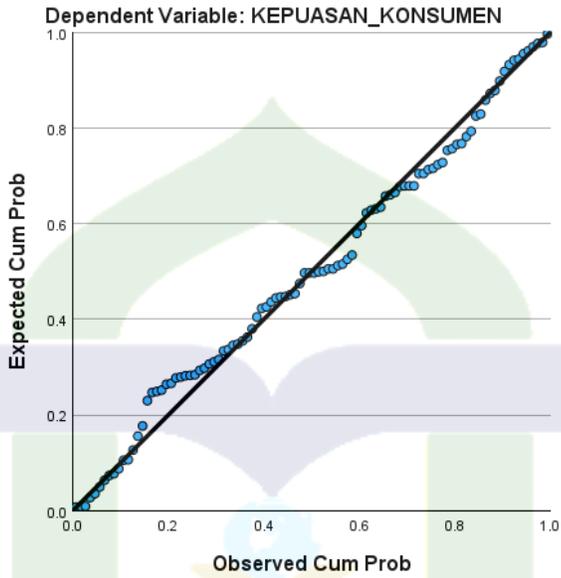
Cronbach's Alpha	N of Items
.920	5

Reliability Statistics

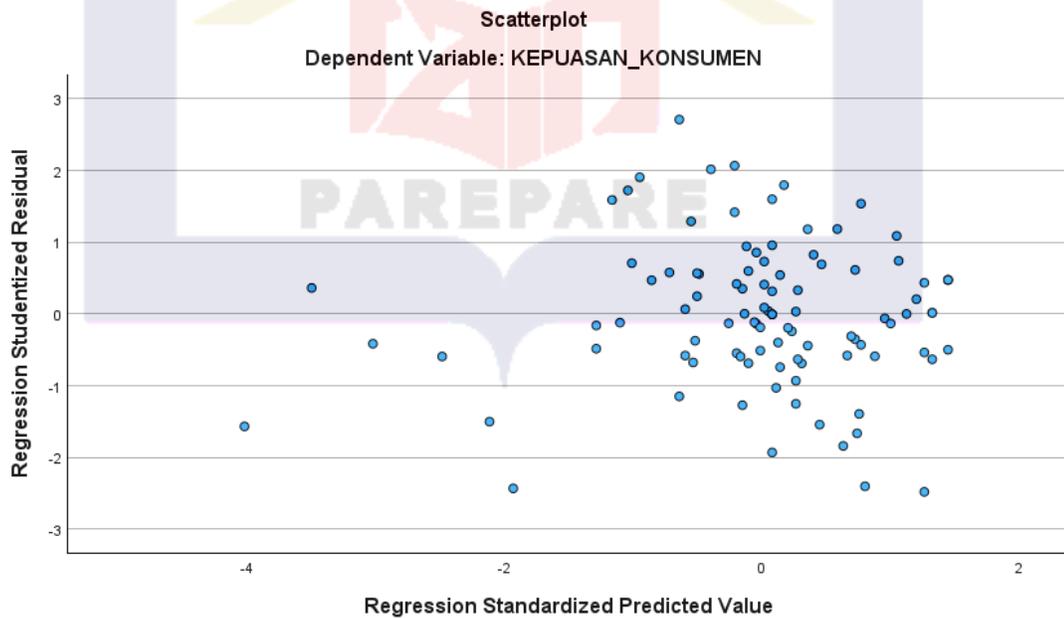
Cronbach's Alpha	N of Items
.906	8

Uji Reliabilitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Uji Heteroskedastisitas



Uji Multikoleniaritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.940	1.742		3.409	<.001		
	KUALITAS_PRODUK	.293	.061	.421	4.785	<.001	.396	2.528
	METODE PEMBAYARAN	.659	.124	.468	5.324	<.001	.396	2.528

a. Dependent Variable: KEPUASAN_KONSUMEN

Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.940	1.742		3.409	<.001		
	KUALITAS_PRODUK	.293	.061	.421	4.785	<.001	.396	2.528
	METODE PEMBAYARAN	.659	.124	.468	5.324	<.001	.396	2.528

a. Dependent Variable: KEPUASAN_KONSUMEN

Uji Koefisien determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.838 ^a	.703	.697	3.132

a. Predictors: (Constant), METODE PEMBAYARAN, KUALITAS_PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUASAN_KONSUMEN

Uji T (Partial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.940	1.742		3.409	<.001		
	KUALITAS_PRODUK	.293	.061	.421	4.785	<.001	.396	2.528
	METODE PEMBAYARAN	.659	.124	.468	5.324	<.001	.396	2.528

a. Dependent Variable: KEPUASAN_KONSUMEN

Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2252.256	2	1126.128	114.826	<.001 ^b
	Residual	951.304	97	9.807		
	Total	3203.560	99			

a. Dependent Variable: KEPUASAN_KONSUMEN

b. Predictors: (Constant), METODE PEMBAYARAN, KUALITAS_PRODUK

Surat Izin Melaksanakan Penelitian dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Parepare



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-6823/In.39/FEBI.04/PP.00.9/12/2023 21 Desember 2023
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. WALIKOTA PAREPARE
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
di
KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama	: FADMAVATI SULAIMAN
Tempat/Tgl. Lahir	: PARE-PARE, 08 Pebruari 2001
NIM	: 19.2300.103
Fakultas / Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah
Semester	: I (Satu)
Alamat	: BTN JAWI-JAWI BLOK B/22 KEL. LAPADDE KEC. UJUNG KOTA PAREPARE

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah WALIKOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RISOLLE INDONESIA DI KOTA PAREPARE

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Desember sampai selesai.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare

Surat Rekomendasi Melaksanakan Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare

	SRN IP0001057
PEMERINTAH KOTA PAREPARE DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU <i>Jl. Bandar Madani No. 1 Telp (0421) 23594 Faksimile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmpstp@pareparekota.go.id</i>	
REKOMENDASI PENELITIAN Nomor : 1057/IP/DPM-PTSP/12/2023	
Dasar : <ol style="list-style-type: none">1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.3. Peraturan Walikota Parepare No. 23 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.	
Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :	
M E N G I Z I N K A N	
KEPADA NAMA	: FADMA VATI SULAIMAN PUTRI
UNIVERSITAS/ LEMBAGA	: INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE
Jurusan	: PERBANKAN SYARIAH
ALAMAT	: BTN JAWI-JAWI BLOK B No. 22 PAREPARE
UNTUK	: melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :
JUDUL PENELITIAN	: PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RISOLLE INDONESIA DI KOTA PAREPARE
LOKASI PENELITIAN	: PIMPINAN RISOLLE INDONESIA KOTA PAREPARE
LAMA PENELITIAN	: 28 Desember 2023 s.d 28 Januari 2024
a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung	
b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan	
Dikeluarkan di: Parepare Pada Tanggal : 29 Desember 2023	
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KOTA PAREPARE	
	
Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM Pembina Tk. 1 (IV/b) NIP. 19741013 200604 2 019	
Biaya : Rp. 0.00	

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1
- Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan **BSrE**
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPSTP Kota Parepare (scan QRCode)



Surat Keterangan telah Meneliti dari Risolle Indonesia Parepare

RISOLLÉ

RISOLLE INDONESIA
Jl. Messang Bau Maseppe no 7 Kp. Pisang
Kota Parepare, SUL-SEL
Telp. 0853-4156-1191 | Ig : @risolle.indonesia

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini Pimpinan RISOLLE INDONESIA Kota Parepare dengan ini menyatakan bahwa:

Nama : Fadmavati Sulaiman Putri
NIM : 19.2300.103
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Perguruan Tinggi : Institu Agama Islam Negeri Parepare

Yang bersangkutan diatas benar telah melakukan penelitian di RISOLLE INDONESIA Kota Parepare dalam rangka penyusunan Tugas Akhir Skripsi dengan judul :

“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN METODE PEMBAYARAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RISOLLE INDONESIA DI KOTA PAREPARE”

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya dan diberikan kepada yang bersangkutan agar dipergunakan dengan semestinya.

Parepare, 15 Januari 2024

Pimpinan RISOLLE INDONESIA Kota
Parepare

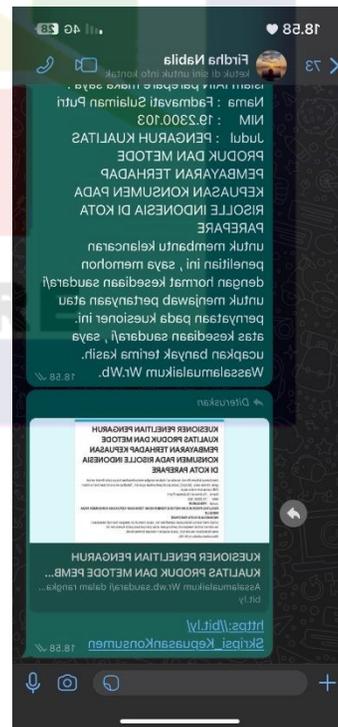
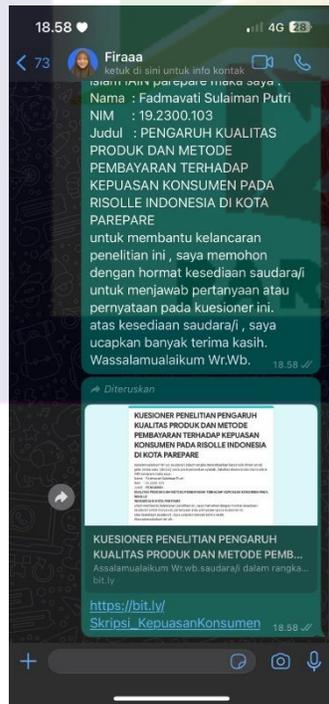
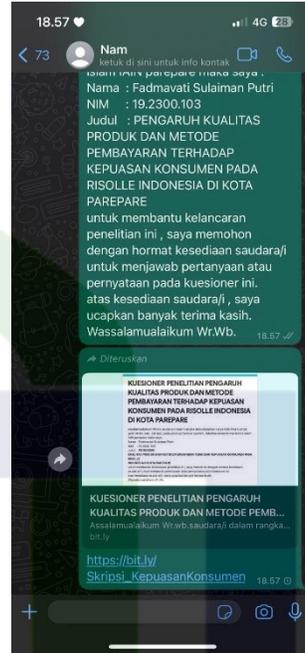
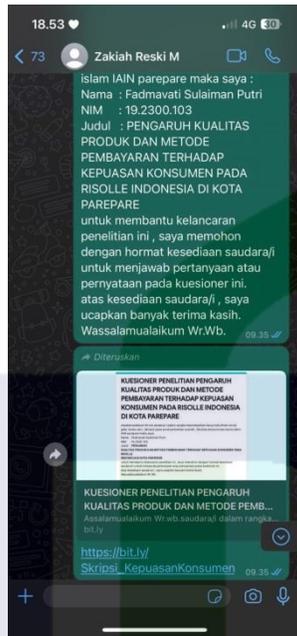


FITRI SYAHRIR

Dokumentasi Penelitian



Pengambilan Sampel Secara Online Melalui Google Form



BIODATA PENULIS



Fadmavati Sulaiman Putri, lahir pada tanggal 08 Februari 2001 di Parepare. Penulis merupakan anak ketiga dari empat bersaudara dari pasangan Bapak H.Sulaiman dan Ibu Hj. Ariyani Achmad. Penulis bertempat tinggal di BTN Jawi-Jawi Blok B/22, Kecamatan Soreang, Kota Parepare, Sulawesi Selatan. Penulis berkebangsaan Indonesia dan Beragama Islam. Adapun riwayat pendidikan penulis yaitu mulai masuk pendidikan formal pada Sekolah Dasar Negeri (SDN) 3 Parepare pada tahun 2007-2013, Kemudian melanjutkan ke Madrasah Tsanawiyah (MTS) DDI-AD Mangkoso, pada tahun 2013-2016, Kemudian melanjutkan lagi ke Sekolah Menengah Atas (SMA) 2 Parepare pada tahun 2016-2019. Kemudian pada tahun 2019 penulis melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan mengambil Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Perbankan Syariah. Penulis Merupakan Anggota dari Dewan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada tahun 2021 dan Anggota dari Senat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada tahun 2022, untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi penulis mengajukan skripsinya dengan judul *“Pengaruh Kualitas Produk dan Metode Pembayaran terhadap Kepuasan Konsumen pada Risolle Indonesia di Kota Parepare.”*