

## PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOKO AREI OUTDOOR GEAR CABANG SINTANG

Yohanes Nepo Musenus<sup>1\*</sup>, Lin Magdalena<sup>2\*</sup>

<sup>1\*</sup> Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kapuas, Jl. Y.C. Oevang Oeray No. 92, Sintang, Indonesia, email: yohanesepo96@gmail.com

<sup>2\*</sup> Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kapuas, Jl. Y.C. Oevang Oeray No. 92, Sintang, Indonesia, email: linmagdalena@gmail.com

**Abstract:** *The aim of this research is to determine the influence of product quality on customer satisfaction at the Arei Outdoor Gear Shop, Sintang Branch. Type of quantitative research with a population of customers who shop at the Arei Outdoor Gear Shop, Sintang Branch. The number of samples was 96 respondents. There are two research variables, namely the independent variable X (Product Quality) and the dependent variable Y (Customer Satisfaction). The data collection instrument is a questionnaire, measured using a Likert scale. Data collection techniques use questionnaires, observation and documentation. The data analysis technique uses quantitative data analysis. Data analysis: validity test, reliability test and hypothesis test consisting of simple linear regression test, correlation test (r), t test, coefficient of determination test (R<sup>2</sup>). Research results: all variables tested obtained valid results. The instrument used is reliable because the Cronbach Alpha value for variable X is 0.940 > 0.6 and the Cronbach Alpha for variable Y is 0.813 > 0.6. Simple linear regression test with the equation  $Y = 5.075 + 0.488X$ . The constant b is the regression coefficient number which has a value of 0.488. The correlation test for variables X and Y has a very strong relationship with a correlation result of 0.909. T test results with calculated value 21,182 > table 1.985. So H<sub>0</sub> is rejected and H<sub>a</sub> is accepted. The R test result is 0.827, meaning that variable X influences variable Y by 82.7%, while 17.3% is influenced by other variables.*

**Keywords:** *Product Quality, Customer Satisfaction.*

**Abstrak:** Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Arei Outdoor Gear Cabang Sintang. Jenis penelitian kuantitatif dengan populasi pelanggan yang berbelanja di Toko Arei Outdoor Gear Cabang Sintang. Jumlah sampel adalah 96 orang responden. Variabel penelitian ada dua yaitu variabel bebas X (Kualitas Produk) dan variabel terikat Y (Kepuasan Pelanggan). Instrumen pengumpulan data adalah kuesioner, diukur menggunakan skala likert. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis data kuantitatif. Analisis data: uji validitas, uji reliabilitas dan uji hipotesis terdiri dari uji regresi linier sederhana, uji korelasi (r), uji t, uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>). Hasil penelitian: semua variabel yang diuji mendapatkan hasil valid. Instrumen yang digunakan reliabel karena nilai Cronbach Alpha variabel X adalah 0,940 > 0,6 dan Cronbach Alpha pada variabel Y adalah 0,813 > 0,6. Uji regresi linier sederhana dengan persamaan  $Y = 5,075 + 0,488X$ . Konstanta b adalah angka koefisien regresi memiliki nilai sebesar 0,488. Uji korelasi variabel X dan Y memiliki hubungan sangat kuat dengan hasil korelasi sebesar 0,909. Hasil uji t dengan nilai 'hitung 21.182 > 'tabel 1,985. Maka H<sub>0</sub> di tolak dan H<sub>a</sub> diterima. Hasil uji R sebesar 0,827 artinya variabel X mempengaruhi variabel Y sebesar 82,7%, sedangkan sebesar 17,3% dipengaruhi oleh variabel lain.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan.

## PENDAHULUAN

Arei Outdoor Gear merupakan salah satu produsen lokal yang memproduksi peralatan pecinta alam dan traveler. Perusahaan Arei memiliki tujuan untuk mendukung kegiatan masyarakat pecinta alam dengan memproduksi produk yang sangat menunjang berbagai kegiatan para penggiat alam maupun yang berkegiatan di alam luar.

Arei Outdoor Gear semakin dikenal masyarakat luas karena menawarkan beragam produk dengan harga yang terjangkau. Meningkatnya minat masyarakat terhadap produk tersebut mendorong pihak Arei Outdoor Gear membuka cabang di berbagai daerah, salah satunya adalah di kota Sintang dengan nama toko Arei Outdoor Gear. Toko Arei Outdoor Gear cabang Sintang menyediakan beragam produk antara lain tas, sepatu, jaket, celana, baju dan perlengkapan berkemah.

Berikut adalah hasil survei di toko Arei Outdoor Gear Cabang Sintang dengan merek Eiger yang ada di kota Sintang pada tahun 2022. Untuk lebih jelasnya di bawah ini ditampilkan tabel perbandingan harga perlengkapan outdoor sebagai berikut:

Tabel 1.1. Perbandingan Harga  
Perlengkapan *Outdoor*  
Tahun 2023

NO	MEREK	TAS GUNUNG	KAOS	TOPI	JAKET	SANDAL
1	AREI	Rp 750,000	Rp 130,000	Rp 100,000	Rp 350,000	Rp 110,000
2	EIGER	Rp 1,580,000	Rp 180,000	Rp 100,000	Rp 530,000	Rp 160,000

Sumber: Toko Arei Outdoor Gear Cabang Sintang Tahun 2023

Berdasarkan tabel 1.1 tersebut terdapat perbedaan harga produk antara merek Arei dengan merek Eiger. Kedua merek tersebut sama-sama menawarkan produk perlengkapan outdoor yang beragam dengan kualitas yang sama, namun merek Arei memiliki harga yang lebih murah jika dibandingkan dengan merek Eiger.

Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk mengetahui yang terkait dengan keputusan pembelian produk outdoor di toko Arei Outdoor Gear Cabang Sintang. Dengan demikian maka peneliti ingin melakukan sebuah penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Arei Outdoor Gear Cabang Sintang".

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah "Apakah Terdapat Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Arei Outdoor Gear Cabang Sintang?".

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka yang menjadi tujuan penelitian diatas Adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Arei Outdoor Gear Cabang Sintang.

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memperkaya dan mengembangkan ilmu pengetahuan tentang teori-teori yang berkaitan dengan teori perilaku konsumen.

### 2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi toko Arei Outdoor Gear Cabang Sintang untuk meningkatkan kualitas produk sehingga dapat bersaing dengan produk-produk sejenis dari berbagai merek.

Landasan teori dalam penulisan penelitian sangat penting karena akan digunakan sebagai arahan bagi peneliti supaya tetap fokus pada apa yang akan diteliti. Produk merupakan hasil akhir dari rangkaian kegiatan perusahaan untuk mencapai tujuan yaitu meraih keuntungan. Kepuasan konsumen sangat tergantung kepada produk yang ditawarkan. Menurut

Shinta (2011:81) “produk adalah sesuatu yang ditawarkan pada pasar baik produk nyata ataupun produk tidak nyata (jasa) sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan pasar”.

Menurut Purwadinata (Ahyari, 2020:120) Produk adalah “suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen secara memuaskan”. Menurut Khalik (Kotler dan Amstrong, 2022:74) produk adalah: merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Selain dari pada itu pengertian produk secara luas meliputi objek secara fisik, jasa orang, tempat, organisasi, ide atau bauran dari semua bentuk-bentuk tadi.

Kualitas produk merupakan standar yang harus dipenuhi oleh perusahaan dalam menciptakan sebuah produk jika ingin mendapatkan keuntungan. Pelanggan cenderung memilih produk yang mampu menawarkan produk berkualitas, bahkan konsumen berharap bahwa sebuah produk dapat memberikan kepuasan melebihi apa yang diharapkan.

Menurut Harjadi & Iqbal Arraniri (Assauri, 2021:35) bahwa faktor yang mempengaruhi kualitas produk adalah:

1. Fungsi suatu produk, yaitu fungsi untuk apa produk tersebut digunakan atau dimaksudkan.
2. Wujud luar, yaitu faktor wujud luar yang terdapat dalam suatu produk tidak hanya terlihat dari bentuk tetapi warna dan pembungkusnya.
3. Biaya produk bersangkutan, merupakan biaya untuk perolehan suatu barang, misalnya harga barang serta biaya untuk barang sampai kepada pembeli.

Untuk mengetahui kualitas produk barang ataupun jasa ada indikator yang dapat dilihat, sebagai batasan-batasan

tentang kebenaran apakah benar berkualitas dari sudut pandang konsumen. Menurut Tonce (Tjiptono, 2022:24) bahwa indikator kualitas produk terdiri dari:

1. Kinerja (*Performance*)
2. Ciri-ciri ataupun keistimewaan tambahan (*Features*)
3. Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to Specifications*)
4. Keandalan (*Reliability*)
5. Daya tahan (*Durability*)
6. Estetika (*aesthetics*)
7. Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*)

Produk yang mampu memenuhi keinginan konsumen atau sesuai dengan harapan konsumen seperti fungsi produk, wujud luar, harga produk, merupakan produk yang memiliki kualitas. Kualitas produk ditentukan dari dimensi-dimensinya, seperti yang dikemukakan oleh Harjadi & Iqbal Arraniri (Gaspersz, 2021:36) bahwa dimensi dari kualitas produk ini meliputi delapan dimensi yaitu:

1. *Performance.*
2. *Reliability.*
3. *Features.*
4. *Conformance*
5. *Durability*
6. *Service Ability*
7. *Aesthetics*
8. *Customer Perceived Quality*

Selanjutnya menurut Harjadi & Iqbal Arraniri (Kotler, 2021:38) menjelaskan bahwa dimensi dari kualitas produk ini meliputi lima dimensi, diantaranya: Dimensi bentuk (*aesthetic*). *Aesthetic* adalah dimensi kualitas yang berkaitan dengan tampilan, bunyi, rasa, maupun bau suatu produk. Pada dasarnya *aesthetics* merupakan elemen yang melengkapi fungsi dasar suatu produk sehingga *performance* sebuah produk akan menjadi lebih baik di hadapan pelanggan.

1. Dimensi ketahanan (*durability*)
2. Dimensi keandalan (*reliability*)

3. Dimensi kemudahan penggunaan (*ease*)
4. Dimensi desain (*design*)

Pelanggan merupakan faktor yang mempengaruhi perusahaan secara signifikan dalam mempertahankan usahanya. Pelanggan tidak hanya berupa individu tetapi juga sekelompok orang atau berupa lembaga. Menurut Candrianto (Greenberg, 2021:2) “pelanggan adalah seorang individu atau kelompok yang membeli produk fisik atau jasa dengan mempertimbangkan berbagai macam faktor seperti harga, kualitas, tempat, pelayanan dan lain sebagainya berdasarkan keputusan mereka sendiri”.

Kemampuan perusahaan untuk dapat mengenali, memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggan dengan baik, merupakan strategi pada setiap perusahaan. Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis. Menurut Suryati (Jahanshani *at al*, 2019:84) bahwa: kepuasan pelanggan telah ditetapkan dalam beberapa cara, namun secara konseptual, kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang pelanggan ketika apa yang mereka harapkan sama dengan apa yang mereka terima. Siapa pun yang terlibat dalam bisnis, sudah pasti mempunyai tanggung jawab terhadap kepuasan pelanggan. Bahkan, apabila seorang top manajemen yang tidak pernah bertemu dengan pelanggan, pelanggan akan tetap mengenal kontribusi top manajemen melalui produk yang mereka konsumsi atau jasa yang digunakan.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu evaluasi purna beli, jika kepuasan pelanggan tercapai maka akan timbul loyalitas dari pelanggan, oleh karena itu kepuasan pelanggan merupakan hal penting bagi perusahaan. Menurut Hidayati *at al* (Griffin, 2021:11) bahwa: “loyalitas pelanggan memiliki peran yang sangat penting untuk mempertahankan dan

meningkatkan kinerja kelangsungan hidup perusahaan. Pelanggan yang loyal adalah orang yang melakukan pembelian berulang secara teratur/antar lini produk, mereferensikan kepada orang lain yang menunjukkan kekebalan terhadap produk pesaing”.

Loyalitas pelanggan terjadi karena pelanggan merasa sangat puas dengan produk atau layanan yang diberikan, yang kemudian menimbulkan keinginan pelanggan untuk kembali membeli produk. Menurut Suryati (Yazid, 2019:85) bahwa “kepuasan pelanggan adalah ketiadaan perbedaan antara harapan yang dimiliki dan untuk kerja yang senyatanya diterima. Apabila harapan tinggi, sementara unjuk kerjanya biasa-biasa saja, kepuasan tidak akan tercapai (sangat mungkin konsumen akan merasa kecewa)”.

Kepuasan pelanggan menjadi penting untuk dipertahankan dan bahkan ditingkatkan supaya tingkat loyalitas pelanggan semakin tinggi, karena kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor yang menjadikan perusahaan tetap berjalan. Selain itu menurut Sudarmanto, *at al* (Tjiptono, 2022:134) terdapat beberapa manfaat kepuasan konsumen bagi perusahaan yang mampu memaksimalkan tingkat kepuasan konsumen, yaitu sebagai berikut:

1. Hubungan antara pelanggan dan perusahaan dapat berlangsung dalam jangka panjang.
2. Adanya pertumbuhan bisnis yang terbuka dengan cara cross selling, up-selling, dan pembelian secara ulang.
3. Dengan kepuasan konsumen loyalitas konsumen terhadap perusahaan akan dapat terbentuk.
4. Rekomendasi dari orang lain secara positif dari mulut ke mulut berguna untuk mendapatkan konsumen baru dan menciptakan keuntungan bagi



- perusahaan.
5. Perusahaan mendapatkan citra yang baik dari konsumen, dan
  6. Perusahaan mendapatkan kenaikan keuntungan.

Banyak manfaat yang didapatkan oleh perusahaan dengan adanya kepuasan pelanggan terhadap produk atau layanan perusahaan. Perusahaan perlu mengetahui apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan supaya dapat memutuskan strategi yang akan digunakan supaya mampu bersaing dalam bisnis. Menurut Purboyo, *et al* (2021:71) menyatakan bahwa: Apabila faktor-faktor tersebut dapat dipenuhi dengan baik, maka tidak hanya kepuasan tetapi loyalitas pelanggan pun tercipta sehingga pendapatan bisnis pun meningkat. Bahkan di tengah persaingan bisnis yang kian ketat, perusahaan-perusahaan yang dengan baik mengelola faktor-faktor yang dimaksud akan tetap mampu bertahan dan unggul karena pelanggan merasa mendapatkan pelayanan yang diinginkan.

Selanjutnya menurut Purboyo, *et al* (2021:71) ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu:

1. Produk yang dihasilkan
2. Pelayanan
3. Faktor emosional
4. Iklan
5. Memberikan kemudahan

Selanjutnya Purboyo, *et al* (Zeithaml dan Bitner, 2021:73) konsumen baik dan mudah mendapatkan produk, maka loyalitas konsumen akan terwujud. Sementara itu, berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Terdapat lima hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu:

1. *Product and Service Features*
2. *Consumer Emotion*
3. *Attribution for Service Success or Failure*
4. Kegiatan pelanggan dalam mencari tahu

penyebab suatu kesuksesan dan/atau kegagalan

5. *Other Consumer, Family Member, and Coworkers*

Keinginan konsumen sangat beragam dan terus berkembang seiring dengan berbagai perubahan yang ada dalam masyarakat. Perkembangan tersebut tentu harus selalu diikuti oleh semua perusahaan demi kepuasan konsumen supaya mampu bertahan, bertumbuh dan bersaing dalam bisnis.

Menurut Indrasari (Tjiptono, 2019:92) kepuasan pelanggan memiliki beberapa indikator-indikator yakni: "a. Kesesuaian harapan; b. Minat berkunjung kembali; c. Kesiapan merekomendasikan". Sedangkan Menurut Sahir (Griffin, 2021:42) loyalitas pelanggan memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Melakukan pembelian secara teratur (*makes regular repeat purchases/ Repetition*)
2. Membeli diluar lini produk atau jasa (*purchases across product and service lines/Referral*).
3. Mereferensikan produk perusahaan kepada orang lain (*Refers other*).
4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*Demonstrates an immunity to the full of the competition/Retention*).

Konsumen yang puas dengan kualitas produk cenderung melakukan pembelian yang berulang dan tetap setia menggunakan produk tersebut. Selain itu konsumen selalu mengatakan hal-hal baik kepada orang lain dan sering kali tidak terpengaruh dengan harga atau pun tergiur dengan merek produk lain yang sejenis.

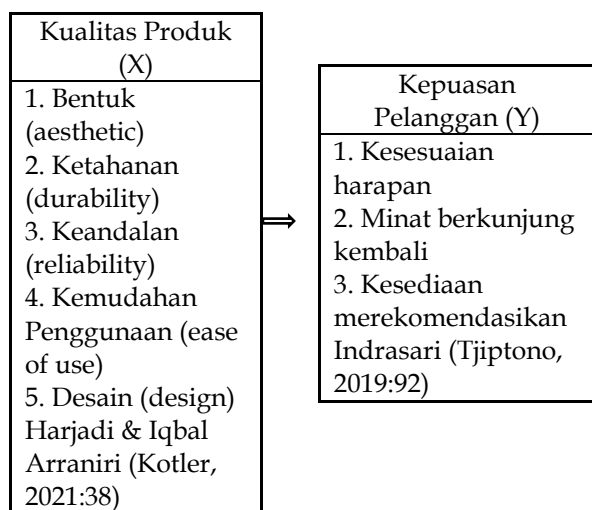
Menurut Puspaningrum (2017:86) bahwa: Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan pelanggan berarti meningkatkan kinerja perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah

perusahaan untuk menarik dan mempertahankan.

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Menurut Nurdin (Widayat dan Amirullah, 2019:125) kerangka berpikir atau juga disebut sebagai kerangka konseptual adalah: merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

Adapun kerangka berpikir yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1. Kerangka Berpikir



Hipotesis dalam penelitian merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang akan diteliti. Menurut Anshori (Arikunto, 2017:46): hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap masalah, selanjutnya dijelaskan bahwa, pada umumnya hipotesis dirumuskan untuk menggambarkan hubungan antara dua variabel, yaitu variabel penyebab dan variabel akibat, dan ada yang menggambarkan perbandingan satu variabel dari dua sampel.

Berdasarkan kerangka pemikiran teoritis yang telah digambarkan diatas maka

hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H0: Tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di toko Arei Outdoor Gear Cabang Sintang.

Ha: Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di toko Arei Outdoor Gear Cabang Sintang.

### OBJEK DAN METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Toko AREI Outdoor Gear Cabang Sintang, dengan alamat jalan Lintas Melawi Sintang, Kabupaten Sintang propinsi Kalimantan Barat. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut Djaali (2020:3) Penelitian kuantitatif adalah “penelitian yang bersifat inferensial dalam arti mengambil kesimpulan berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara statistika, dengan menggunakan data empirik hasil pengumpulan data melalui pengukuran”.

populasi merupakan objek yang akan diteliti untuk mendapatkan data penelitian. Menurut Nurdin (Arikunto, 2019:91) pengertian populasi adalah: “objek yang secara keseluruhan digunakan untuk penelitian. Jadi apabila ada seseorang yang hendak meneliti semua karakteristik dan elemen dalam suatu wilayah penelitian, tentu saja penelitian tersebut termasuk dalam penelitian populasi”. Populasi penelitian adalah semua pelanggan di toko Arei Outdoor Gear Cabang Sintang.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang akan diteliti untuk mendapatkan data-data yang berkaitan dengan permasalahan penelitian. Menurut Nurdin (Sugiyono, 2019:95) sampel adalah: Bagian atau jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus sebagai berikut, menurut Nurdin (Sugiyono, 2019:95):

$$n = \frac{Z^2 1 - \alpha / 2^P (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95 % = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10 %

Berdasarkan rumus di atas maka jumlah sampel yang akan diambil sesuai dengan hasil perhitungan di bawah ini:

$$n = \frac{Z^2 1 - \alpha / 2^P (1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 orang.

Variabel penelitian memiliki ciri khas atau karakteristik yang dapat dipahami dan diukur secara empiris. Variabel menurut Duli (Kumar, 2019:45) adalah: secara umum variabel dipahami sebagai sesuatu yang dapat berubah dan atau dapat memiliki lebih dari satu nilai. Penelitian ini menggunakan variabel bebas dan variabel terikat. Menurut Amruddin et al (Yusuf, 2022:399) variabel bebas (independent variable) adalah "variabel yang memengaruhi, menjelaskan, atau menerangkan variabel yang lain". Amruddin menjelaskan bahwa "variabel-variabel yang peneliti pilih untuk dipelajari (dan sering dimanipulasi) untuk menilai kemungkinan efeknya pada satu atau lebih variabel lain. Biasanya variabel yang dipengaruhi adalah variabel terikat. Variabel bebas biasanya disimbolkan dengan (X)". Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah: kualitas produk (X).

Selanjutnya dijelaskan tentang variabel terikat (dependent variable). Menurut Amruddin et al (2022:399), variabel terikat adalah "faktor yang diamati dan diukur untuk menentukan ada tidaknya pengaruh dari variabel lain. Variabel lain yang mempengaruhi variabel terikat yang dimaksud adalah variabel bebas. Variabel terikat biasanya disimbolkan dengan (Y)". Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan pelanggan (Y).

Menurut Kurniawan (Sugiyono, 2021:1) menyatakan bahwa "instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk melihat dan mengukur Suatu fenomena alam maupun sosial yang diamati". Selanjutnya Kurniawan (2021:1) menjelaskan bahwa "instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, mengukur fenomena, dan menganalisis data yang sesuai dengan masalah yang dihadapi pada subjek atau sampel yang diamati".

Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert. Skala penilaian ini digunakan untuk mengklasifikasi variabel yang akan diukur supaya tidak terjadi kesalahan dalam menentukan analisis data. Menurut Herlina (2019:7):

Skala Likert digunakan untuk mengukur kesetujuan dan ketidaksetujuan seseorang terhadap sesuatu objek, yang jenjangnya bisa tersusun atas berikut ini:

Tabel 3.1 Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Kurang Setuju	2
Sama Sekali tidak setuju	1

Sumber: Herlina (2019:7)

Menurut Sudarmanto *et al* (2021:150): Pengumpulan data dilakukan untuk

memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Teknik pengumpulan data merupakan bagian vital dalam sebuah proses penelitian. Untuk mendapatkan hasil penelitian yang kredibel atau dapat dipercaya, maka data yang terkumpul harus valid dan reliabel. Untuk itu, seorang peneliti harus menggunakan teknik atau metode penelitian yang tepat dalam mendapatkan atau mengumpulkan berbagai data penelitian dari lapangan.

Selanjutnya Sudarmanto *et al* (2021:150) menjelaskan bahwa: teknik pengumpulan data penelitian pada pendekatan kuantitatif berbeda dengan penelitian kualitatif. Pada penelitian kualitatif, peneliti merupakan instrumen utama (key instrument), artinya peneliti harus langsung sebagai pengumpul data dan wajib hadir di lapangan penelitian bertemu langsung dengan para informan penelitian, sedangkan pada penelitian kuantitatif peneliti tidak wajib hadir dan bertemu langsung dengan responden, tetapi bisa menggunakan/memanfaatkan orang lain untuk mengumpulkan data melalui angket atau kuesioner. Untuk mendapatkan data-data yang berkaitan dengan permasalahan, maka penulis melakukan pengumpulan data menggunakan:

#### 1. Kuesioner

Dalam penelitian ini penulis akan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan yang ada di toko Arei Outdoor Gear Cabang Sintang, dengan meminta pelanggan yang bersedia mengisi kuesioner langsung mengisi ditempat.

#### 2. Observasi

Pengumpulan data dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data melalui observasi guna melengkapi data-data penelitian. Menurut Mubarak (2021:28) observasi adalah: Merupakan pengamatan atau inspeksi terhadap suatu objek/

kegiatan/ peristiwa/ perilaku yang biasanya dilengkapi dengan instrumen perekam data untuk memperoleh keterangan atau fakta yang natural tanpa interferensi/ kontrol/ simulasi.

#### 3. Dokumentasi

Menurut Riyanto dan Aglis Andhita Hatnawan (2020:28) dokumentasi adalah “data yang terkumpul atau dikumpulkan dari peristiwa masa lalu. Data dokumentasi dapat berbentuk tulisan gambar, karya, hasil observasi atau wawancara dan sebagainya. Data yang diperoleh dari dokumentasi kebanyakan berupa data sekunder dan data tersebut telah memiliki makna untuk diinterpretasikan”.

Analisis data adalah suatu proses atau upaya untuk mengolah data menjadi informasi baru sehingga karakteristik data menjadi lebih mudah di pahami dan berguna untuk solusi masalah, terutama yang terkait dengan penelitian. Menurut Purba *et al* (Didas, 2021:94) analisis data adalah: Suatu proses dalam menemukan dan mengatur secara sistematis data yang diperoleh, lalu mengajarkannya unit, memilih data yang digunakan dalam menentukan kesimpulan yang dimengerti oleh peneliti dan orang lainnya.

Langkah-langkah analisis data yang di lakukan dalam penelitian ini akan menggunakan analisis data kuantitatif.

#### 1. Uji Validitas

Menurut Sufren dan Yonathan Natanael (2013:53) “validitas terkait dengan keabsahan; apakah butir-butir pertanyaan alat ukur secara tepat mengukur apa yang hendak kita ukur”. Selanjutnya Gunawan (Ghozali, 2020:88) menjelaskan bahwa “uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dalam kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut”.



Dalam penelitian ini penulis menggunakan pengujian validitas item menggunakan korelasi pearson menggunakan alat bantu program SPSS 26 seperti yang dikutip dari Gunawan (2020:88), yaitu dilakukan dengan cara mengorelasikan skor item dengan total item skor nya. Total item skor merupakan jumlah seluruh item pernyataan yang ada pada suatu variabel. Selanjutnya pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel pada taraf jika r hitung > r tabel maka item dinyatakan valid sebaliknya jika r hitung < r tabel maka item dinyatakan tidak valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Menurut Darma (2021:17) konsep dalam reliabilitas adalah: Sejauh mana hasil suatu pengukuran yang digunakan bersifat tetap terpercaya serta terbebas dari galat pengukuran (*measurement error*). Uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai Cronbach's alpha dengan tingkat/taraf signifikan yang digunakan. Tingkat/taraf signifikan yang digunakan bisa 0,5; 0,6; hingga 0,7; tergantung kebutuhan dalam penelitian.

## 3. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan tahapan analisis sebagai berikut:

### a) Uji Linier Sederhana

Model Persamaan Regresi Linear Sederhana adalah seperti berikut ini, menurut Sari (2018:51):

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel Response atau Variabel Akibat (Dependent)

X = Variabel Predictor atau Variabel Faktor Penyebab (Independent)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi (kemiringan); besaran Response yang ditimbulkan oleh Predictor.

Langkah-langkah analisis regresi

linear berganda dalam penelitian dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan program SPSS 26 (*Statistical Program for Social Science*) atau Program Statistik untuk Ilmu Sosial.

### b) Uji Korelasi (r)

Menurut Siregar (2013:250) analisis hubungan (korelasi) adalah "suatu bentuk analisis data dalam penelitian yang bertujuan untuk mengetahui kekuatan atau bentuk arah hubungan di antara dua variabel atau lebih, dan besarnya pengaruh yang disebabkan oleh variabel yang satu (variabel bebas) terhadap variabel lain nya (variabel terikat).

Menurut Riyanto dan Andi Rahman Putera (2022:113) bahwa: Korelasi tidak menunjukkan fungsional atau kata lain analisis korelasi tidak membedakan antara variabel dependen dengan variabel independen. Koefisien korelasi dilambangkan (r) adalah suatu ukuran arah dan kekuatan hubungan linier antara dua variabel, dengan ketentuan nilai r berkisar dari harga (-1' r +1). Apabila nilai r = -1 artinya korelasi nya negatif sempurna (menyatakan arah hubungan antara X dan Y adalah negatif dan sangat kuat), r = 0 artinya tidak ada korelasi, r = 1 berarti Korelasi nya sangat kuat dengan arah yang positif. Sedangkan arti harga r akan dikonsultasikan dengan tabel. Adapun pedoman tabel untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Nilai Korelasi Dan Tingkat Interval

NO	NILAI KORELASI (r)	TINGKAT HUBUNGAN
1	0,00 -0,199	Sangat rendah
2	0,20 - 0,399	Rendah
3	0,40 - 0,599	Sedang
4	0,60 - 0,799	Kuat
5	0,80 - 0,999	Sangat kuat
6	1,000	Sempurna

Sumber: Riyanto dan Andi Rahman Putera (Sugiyono, 2022:113).

Untuk mengetahui hasil uji korelasi

maka penulis akan melakukan penghitungan menggunakan program SPSS 26 (Statistical Program for Social Science) atau Program Statistik untuk Ilmu Sosial.

c) Uji t (Pengujian secara parsial)

Adapun rumus untuk t menurut Lind *et al* (2008:71) adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

atau menjelaskan variabel Y.

Nilai  $R^2$  akan berkisar 0 sampai 1. Nilai  $R^2 = 1$  menunjukkan bahwa 100% total variasi diterangkan oleh varian persamaan regresi atau variabel bebas (X) mampu menerangkan variabel Y sebesar 100%. Sebaliknya apabila nilai  $R^2 = 0$  menunjukkan bahwa tidak ada total varian yang diterangkan oleh varian bebas (X) dari persamaan regresi. Dalam penelitian ini penulis akan menghitung nilai  $R^2$  menggunakan program SPSS 26 (Statistical Program for Social Science) atau Program Statistik untuk Ilmu Sosial.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Toko Arei Outdoor Gear cabang Sintang yang terletak di Jalan Lintas Melawi dibuka sejak tahun 2019. Toko Arei Outdoor Gear menjual produk-produk khusus untuk mendukung kegiatan outdoor yaitu perlengkapan kemping dan aksesories seperti tenda, tas, sepatu, pakaian, kantong tidur, jam tangan, dan lain-lain.

Menurut pemilik toko Arei Outdoor Gear Cabang Sintang, pendapatan penjualan produk per bulan pada tahun 2022 rata-rata sebesar Rp 80.000.000 sampai dengan Rp 125.000.000. Pemilik toko tidak mengatakan secara rinci tentang jumlah pendapatannya dengan alasan *privasi*.

Kelayakan instrumen penelitian harus diuji apakah layak atau tidak layak digunakan dalam sebuah penelitian. Untuk mengetahui valid atau tidak valid instrumen penelitian dapat diketahui dengan membandingkan  $R^{\text{hitung}}$  dengan  $R^{\text{tabel}}$ . Dinyatakan valid apabila  $R^{\text{hitung}} > R^{\text{tabel}}$ . Dalam penelitian ini  $R^{\text{tabel}}$  menggunakan  $df=n-2 = 96-2=94$  dengan  $\alpha = 5\% = 0,200$ . Berikut adalah tabel rangkuman uji validitas terhadap Variabel X (Kualitas Produk) yang dihitung menggunakan program SPSS 26.

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas

Terhadap Variabel X (Kualitas Produk)

NO	PERTANYAAN	$R^{\text{Hitung}}$	$R^{\text{Tabel}}$	KETERANGAN
1	X1.1	0,949	0,200	Valid
2	X1.2	0,800	0,200	Valid
3	X1.3	0,555	0,200	Valid
4	X1.4	0,664	0,200	Valid
5	X1.5	0,875	0,200	Valid
6	X1.6	0,903	0,200	Valid
7	X1.7	0,807	0,200	Valid
8	X1.8	0,718	0,200	Valid
9	X1.9	0,918	0,200	Valid
10	X1.10	0,862	0,200	Valid

Sumber: Data Olahan Menggunakan Program SPSS 26, Tahun 2023.

Selanjutnya dilakukan pengujian terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan).

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)

NO	PERTANYAAN	$R^{\text{Hitung}}$	$R^{\text{Tabel}}$	KETERANGAN
1	Y1.1	0,734	0,200	Valid
2	Y1.2	0,619	0,200	Valid
3	Y1.3	0,697	0,200	Valid
4	Y1.4	0,619	0,200	Valid
5	Y1.5	0,802	0,200	Valid
6	Y1.6	0,843	0,200	Valid

Sumber: Data Olahan Menggunakan Program SPSS 26, Tahun 2023.

Berdasarkan tabel 4.9 dan Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa semua

variabel yang diuji mendapatkan hasil valid.

Uji reliabilitas memiliki koefisien reliabilitas sama dengan atau lebih besar dari 0,6 (Cronbach Alpha  $\geq$  0,6). Rangkuman hasil uji reliabilitas instrumen terhadap variabel Kualitas Produk (X) Dan Kepuasan Pelanggan (Y) yang dihitung menggunakan program SPSS 26. Pada tabel berikut ini dapat dilihat rinciannya.

Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabel Terhadap Variabel Kualitas Produk (X) Dan Kepuasan Pelanggan (Y)

VARIABEL	CRONBACH'S ALPHA	KETERANGAN
Kualitas Produk (X)	0.94	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.813	Reliabel

Sumber: Data Olahan Menggunakan Program SPSS 26, Tahun 2023.

Diketahui bahwa instrumen yang digunakan pada penelitian ini adalah reliabel (dapat dipercaya) karena telah memenuhi syarat yaitu Cronbach Alpha sama dengan atau lebih besar dari 0,6. Adapun nilai Cronbach Alpha pada variabel Kualitas Produk (X) adalah 0,940 > 0,6 dan Cronbach Alpha pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) adalah 0,813 > 0,6.

Penelitian ini hanya menggunakan dua variabel yaitu satu variabel bebas adalah Kualitas Produk (X) dan satu variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan (Y). Pada tabel berikut dapat dilihat hasil uji regresi linier sederhana yang dihitung menggunakan program SPSS 26.

Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	5.075		
	TOTAL_X	.488	.023	.909	21.182	.000

a. Dependent Variable: Total X (Kualitas Produk)

Sumber: Data Olahan Menggunakan Program SPSS 26, Tahun 2023.

Pada tabel 4.12 diperoleh hasil uji regresi linier sederhana dengan persamaan sebagai berikut:  $Y = 5,075 + 0,488X$ . Nilai konstan pada tabel uji regresi linier sederhana adalah 5,075 yang mempunyai arti bahwa jika tidak ada Kualitas Produk (X) maka nilai konsisten Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 5,075. Konstanta b adalah angka koefisien regresi yang memiliki nilai sebesar 0,488. Nilai tersebut berarti setiap penambahan satu persen Kualitas Produk (X) maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,488.

Berdasarkan hasil uji tersebut dapat diketahui bahwa semakin tinggi kualitas produk maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan terhadap produk yang digunakan.

Karena nilai koefisien regresi bernilai positif, maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Uji korelasi dilakukan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Dalam penelitian ini uji korelasi dihitung menggunakan program SPSS 26 seperti pada tabel berikut ini.

Tabel 4.13 Hasil Uji Korelasi Variabel Kualitas Produk (X) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Correlations			
		TOTAL_X	TOTAL_Y
TOTAL_X	Pearson Correlation	1	.909**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	96	96
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.909**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	96	96

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).  
Sumber: Data Olahan Menggunakan Program SPSS 26, Tahun 2023.

Hasil uji korelasi pada tabel 4.13 dapat diketahui bahwa antara variabel kualitas produk (X) dengan kepuasan pelanggan (Y) memiliki hubungan sangat kuat karena nilai korelasi adalah sebesar 0,909. Hasil uji r ini menunjukkan bahwa kualitas produk pada toko Arei Outdoor Gear cabang Sintang sangat kuat kaitannya dengan kepuasan pelanggan, sehingga penting bagi pemilik untuk mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas produk.

Uji t dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian mengenai pengaruh dari variabel bebas X (kualitas produk) secara parsial terhadap variabel terikat Y (kepuasan pelanggan). Untuk mengetahui hasil uji t dapat dilihat pada tabel berikut. Tabel 4.14 Hasil Uji t

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.075	1.041		4.875	.000
	TOTAL_X	0.488	0.023	0.909	21.182	.000

a. Dependent Variable: Total X (Kualitas Produk)  
Sumber: Data Olahan Menggunakan Program SPSS 26, Tahun 2023.

Berdasarkan tabel 4.14 dapat diketahui bahwa hasil uji t dengan nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel (t hitung 21.182 > t tabel 1,985). Maka bisa disimpulkan bahwa hipotesis nya adalah H0 di tolak dan Ha diterima, yang berarti terdapat pengaruh variabel kualitas produk (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil uji t tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk pada toko Arei

Outdoor Gear cabang Sintang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Oleh sebab itu semakin baik kualitas produk maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan dan semakin sering pelanggan berbelanja kembali ke toko Arei Outdoor Gear cabang Sintang.

Uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) mengukur seberapa besar variabel bebas (X) mempengaruhi variabel terikat (Y). Pada tabel berikut ini dapat dilihat hasil uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>).

Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square/ R<sup>2</sup>)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.909 <sup>a</sup>	.827	.825	.90638

a. Predictors: (Constant), TOTAL\_X  
Sumber: Data Olahan Menggunakan Program SPSS 26, Tahun 2023.

Berdasarkan tabel 4.15 dapat dilihat bahwa nilai R Square sebesar 0,827 atau 82,7%, artinya bahwa variabel bebas (X=kualitas produk) mempengaruhi variabel terikat (Y=kepuasan pelanggan) sebesar 82,7%. Sedangkan sebesar 17,3% dipengaruhi oleh variabel lain. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kualitas produk yang dijual pada toko Arei Outdoor Gear cabang Sintang sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas produk sangat penting bagi pelanggan pada toko Arei Outdoor Gear cabang Sintang, karena produk-produk tersebut sebagian besar digunakan untuk kegiatan-kegiatan luar ruangan yang memerlukan ketahanan tinggi untuk menunjang aktivitas.

**KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada toko Arei Outdoor Gear cabang



Sintang, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil uji validitas pada tabel 4.9 dapat diketahui bahwa semua variabel yang diuji mendapatkan hasil valid karena  $R^2_{hitung}$  lebih besar dari  $R^2_{tabel}$  ( $R^2_{hitung} > R^2_{tabel}$ ). Ini berarti instrumen penelitian variabel X (Kualitas Produk) dalam penelitian ini layak digunakan.
2. Hasil uji reliabilitas pada tabel 4.11 diketahui bahwa instrumen yang digunakan pada penelitian ini adalah reliabel (dapat dipercaya) karena telah memenuhi syarat minimal. Adapun nilai Cronbach Alpha pada variabel Kualitas Produk (X) adalah  $0,940 > 0,6$  dan Cronbach Alpha pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) adalah  $0,813 > 0,6$ .
3. Hasil uji regresi linier sederhana dengan persamaan sebagai berikut:  $Y = 5,075 + 0,488X$ . Nilai konstan pada tabel uji regresi linier sederhana adalah 5,075 yang mempunyai arti bahwa jika tidak ada Kualitas Produk (X) maka nilai konsisten Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 5,075. Konstanta b adalah angka koefisien regresi yang memiliki nilai sebesar 0,488. Nilai tersebut berarti setiap penambahan satu persen Kualitas Produk (X) maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,488.
4. Hasil uji korelasi pada tabel 4.13 diketahui bahwa  $R^2_{hitung}$  adalah 0,909. Jika dibandingkan dengan  $R^2_{tabel}$  maka  $R^2_{hitung} > R^2_{tabel}$  ( $0,909 > 0,200$ ). Jadi bisa disimpulkan bahwa antara variabel kualitas produk (X) dengan kepuasan pelanggan (Y) memiliki hubungan sangat kuat dengan hasil korelasi sebesar 0,909.
5. Berdasarkan tabel 4.14 dapat diketahui bahwa hasil uji t dengan nilai  $t_{hitung}$

lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  ( $t_{hitung} 21,182 > t_{tabel} 1,985$ ). Maka bisa disimpulkan bahwa hipotesis nya adalah  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti terdapat pengaruh variabel kualitas produk (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

6. Berdasarkan tabel 4.15 dapat dilihat bahwa nilai R Square sebesar 0,827 atau 82,7%, artinya bahwa variabel bebas (X=kualitas produk) mempengaruhi variabel terikat (Y=kepuasan pelanggan) sebesar 82,7%. Sedangkan sebesar 17,3% dipengaruhi oleh variabel lain.

Berdasarkan hasil penelitian ini maka penulis menyarankan kepada pemilik toko Arei Outdoor Gear cabang Sintang diharapkan dapat mempertahankan kualitas produk yang dijual, bahkan meningkatkan kualitas produk supaya kepuasan pelanggan semakin meningkat. Karena diketahui dari hasil penelitian ini bahwa sebagian besar kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas produk.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Djaali. 2020. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Duli, Nikolaus. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish.
- Gunawan, Ce. 2020. *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition Buku Untuk Orang Yang (Merasa) Tidak Bisa Dan Tidak Suka Statistika*. Yogyakarta: Deepublish.
- Harjadi, Didik & Iqbal Arraniri. 2021. *Experiental Marketing & Kualitas Produk Dalam Kepuasan*

- Pelanggan Generasi Milenial*. Cirebon: Insania.
- Hidayati, Aprihatiningrum, *at al.* 2021. *Loyalitas dan Kepuasan Konsumen: Tinjauan Teoritik*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Khalik, Idham. 2022. *Penetapan Atribut Produk Dan Harga Terhadap Penciptaan Nilai Serta Dampaknya Pada Kinerja Pemasaran*. Cirebon: Insania.
- Kurniawan, Heru. 2021. *Pengantar Praktis Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Lind, A, Douglas *et all.* 2008. *Teknik-teknik Statistika dalam Bisnis dan Ekonomi Menggunakan Kelompok Data Global, Edisi 13 Buku 2 (Edisi Terjemahan)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nurdin, Ismail. 2019. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Puspaningrum, Astrid. 2017. *Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Kajian Perilaku Pelanggan Hypermarket*. Malang: Media Nusa Creative.
- Riyanto, Slamet, dan Aglis Andhita Hatnawan. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Riyanto, Slamet dan Andi Rahman Putera. 2022. *Metode Riset Penelitian Kesehatan & Sains*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sahir, Hafni, Syafrida. 2021. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Sari, Febrina. 2018. *Metode Dalam Pengambilan Keputusan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Siregar, Syofian. 2015. *Statistika Terapan Untuk Perguruan Tinggi*. Jakarta: Kencana.
- Sufren dan Yonathan Natanael. 2013. *Mahir Menggunakan SPSS secara Otodidak*. Jakarta: PT Flex Media Komputindo.
- Sudarmanto, Eko, *at al.* 2022. *Total Quality Management*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Suryati, Lili. 2019. *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Purba, Elidawaty, *et all.* 2021. *Metode Penelitian Ekonomi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Purboyo, *et all.* 2021. *Perilaku Konsumen (Tinjauan Kosenptual Dan Praktis)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Purwadinata, Subhan dan Ridolof Wenan Batilmurik. 2020. *Pengantar Ilmu Ekonomi: Kajian Teoritis dan Praktis Mengatasi Masalah Pokok Perekonomian*. Batu: Literasi Nusantara.