



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DI L'GS CASUAL**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains
Universitas Pembangunan Panca Budi

Oleh:

**BERKAT TELAUMBANUA
NPM. 1715310069**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI**

2021



**FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN**

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : BERKAT TELAUMBANUA
NPM : 1715310069
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JENJANG : S1 (STRATA SATU)
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
L'GS CASUAL

MEDAN, Mei 2021

KETUA PROGRAM STUDI

DEKAN

(HUSNI MUHARRAM RITONGA, BA., MSc.M)



(Dr. ONNY MEDALINE, S..H, M.Kn)

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

(MIFTAH ELFIKRI S. E., M.SI)

(DEWI NURMASARI PANE S.E, M.M)



**FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN**

**SKRIPSI DITERIMA DAN DISETUJUI OLEH PANITIA UJIAN SARJANA
Lengkap FAKULTAS SOSIAL SAINS UNIVERSITAS
PEMBANGUNAN PANCA BUDI MEDAN**

PERSETUJUAN UJIAN

NAMA : BERKAT TELAUMBANUA
NPM : 1715310069
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JENJANG : S1 (STRATA SATU)
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGAN DI
L'GS CASUAL

MEDAN, MEI 2021

KETUA

(Bambang Suwarno, SE., MM)

ANGGOTA I

(Miftah Elfikri S.E., M.Si)

ANGGOTA II

(Dewi Nurmasari Pane S. E., M.M)

ANGGOTA III,

(Hasrul Azwar Hasibuan, SE., MM)

ANGGOTA IV

(Juniarti, SE., MM)

BERKAT TELAUMBANUA_1715310069_Manajemen.docx

Report file name: integrity report 31.12.2021 8:42 - BERKAT TELAUMBANUA_1715310069_Manajemen.docx.html
Report location: C:\Users\Adrian\Documents\Progress\Detector\reports\integrity report 31.12.2021 8:42 - BERKAT TELAUMBANUA_1715310069_Manajemen.docx.html


Back to Reports

Plagiarism Detector v. 1921 - Originality Report 12/31/2021 8:39:58 AM

Analyzed document: BERKAT TELAUMBANUA_1715310069_MANAJEMEN.docx Claimed to: Universitas Pembangunan Panca Budi_License03


- 1. Comparison: Plagiat, Rewrite
- 2. Detected language: id
- 3. Check type: Internet Check

[file_and_enc_string] [file_and_enc_value]




Detailed document body analysis

- 1. Relations chart



- 2. Distribution graph



SURAT KETERANGAN PLAGIAT CHECKER

Dengan ini saya Ka.LPMU UNPAB menerangkan bahwa surat ini adalah bukti pengesahan dari LPMU sebagai pengesah proses plagiat checker Tugas Akhir/ Skripsi/Tesis selama masa pandemi *Covid-19* sesuai dengan edaran rektor Nomor : 7594/13/R/2020 Tentang Pemberitahuan Perpanjangan PBM Online.

Demikian disampaikan,

NB: Segala penyalahgunaan/pelanggaran atas surat ini akan di proses sesuai ketentuan yang berlaku UNPAB.


Ka.LPMU
LEMBAGA PENJAMINAN MUTU UNIVERSITAS
UNPAB
EREP
PEMBANGUNAN PBM

Fasli Muhtarritong, BA., MSc

No. Dokumen : PM-UJMA-06-02	Revisi : 00	Tgl Eff : 23 Jan 2019
-----------------------------	-------------	-----------------------

SURAT PERNYATAAN PENULIS SKRIPSI

NAMA (PENULIS) : BERKAT TELAUMBANUA
NPM : 1715310069
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JENJANG : S-1 (STRATA SATU)
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DI L'GS CASUAL.

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain.
2. Memberikan izin hak bebas *Royability Non-Eksklusif* kepada UNPAB untuk menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola, mendistribusi dan mempublikasikan karya skripsinya melalui internet atau media lain bagi kepentingan akademis.

Pernyataan ini saya perbuat dengan penuh tanggungjawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

1, Oktober 2021
t saya

BERKAT TELAUMBANUA



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : BERKAT TELAUMBANUA

Tempat/Tanggal Lahir : Hiligo'o/ 03 Juni 1996

NPM : 1715310069

Fakultas : Sosial Sains

Program Studi : Manajemen

Alamat : Dusun I Desa Sifalaeteulu

Dengan ini mengajukan permohonan untuk mengikuti ujian sarjana lengkap pada Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi.

Sehubungan dengan hal ini tersebut, maka saya tidak akan lagi ujian perbaikan nilai dimasa yang akan datang.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, Oktober 2021

Hormat saya



BERKAT TELAUMBANUA
NPM.1715310069



YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

JL. Jend. Gatot Subroto KM 4,5 PO. BOX 1099 Telp. 061-30106057 Fax. (061) 4514808 MEDAN - INDONESIA
Website : www.pancabudi.ac.id - Email : admin@pancabudi.ac.id

LEMBAR BUKTI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : BERKATTELAUMBANUA
NPM : 1715310069
Program Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata Satu
Dosen Pembimbing : Dewi Nurmasari Pane, SE., MM
Judul Skripsi : Kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di L'Gs casual

Tanggal	Pembahasan Materi	Status	Keterangan
29 April 2021	COver, dapus dan format kayknya bukan punya UNPAB itu bnyak yang hilang hal byk yg hilang	Revisi	
19 Mei 2021	cover dapus ... berantakan itu populasi kok karyawan,,, SDM apa pemasaran?? ... cekj grup sya selalu ngasih contoh skripsi disitu..ikutin ...jgn pake format kampus lain	Revisi	
19 Mei 2021	file	Revisi	
11 Juni 2021	Assalamualaikum, udah gimana dek kelanjutan skripsinya...kok gak ada lagi menghubungi saya, apa masalahnya? jgn lama kali istirahatnya	Revisi	
16 Juni 2021	Masih bnyak yang salah dek perbaikilah	Revisi	
06 Juli 2021	Selamat ya dek, tapi adek harus tetap banyak belajar	Revisi	
06 Juli 2021	Berita acara	Revisi	
21 Juli 2021	Assalamualaikum deku..... giman progressnya. ...di tanyain ke prodi kapan sempronya dek	Revisi	
12 Oktober 2021	Selamat ya dek	Revisi	
12 Oktober 2021	Berita acara	Revisi	
18 Februari 2022	Acc	Disetujui	

Medan, 19 Februari 2022
Dosen Pembimbing,



Miftah El Fikri, S.E., M.Si



YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

JL. Jend. Gatot Subroto KM 4,5 PO. BOX 1099 Telp. 061-30106057 Fax. (061) 4514808 MEDAN - INDONESIA
Website : www.pancabudi.ac.id - Email : admin@pancabudi.ac.id

LEMBAR BUKTI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : BERKATTELAUMBANUA
NPM : 1715310069
Program Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata Satu
Dosen Pembimbing : Dewi Nurmasari Pane, SE., MM
Judul Skripsi : Kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di L'Gs casual

Tanggal	Pembahasan Materi	Status	Keterangan
15 Juli 2021	Acc sempro	Disetujui	
16 Juli 2021	Acc sempro	Disetujui	
18 Oktober 2021	acc sidang	Disetujui	
19 Februari 2022	acc lux	Disetujui	

Medan, 20 Februari 2022
Dosen Pembimbing,



Dewi Nurmasari Pane, SE., MM



YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA
PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
Jl. Jend. Gatot Subroto KM. 4,5 Medan Sunggal, Kota Medan Kode Pos 20122

SURAT BEBAS PUSTAKA
NOMOR: 747/PERP/BP/2021

Kepala Perpustakaan Universitas Pembangunan Panca Budi menerangkan bahwa berdasarkan data pengguna perpustakaan atas nama saudara/i:

Nama : BERKAT TELAUMBANUA
N.P.M. : 1715310069
Tingkat/Semester : Akhir
Fakultas : SOSIAL SAINS
Jurusan/Prodi : Manajemen

Bahwasannya terhitung sejak tanggal 19 Oktober 2021, dinyatakan tidak memiliki tanggungan dan atau pinjaman buku sekaligus tidak lagi terdaftar sebagai anggota Perpustakaan Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.

Medan, 19 Oktober 2021
Diketahui oleh,
Kepala Perpustakaan


Rahmad Budi Utomo, ST., M.Kom

No. Dokumen : FM-PERPUS-06-01
Revisi : 01
Tgl. Efektif : 04 Juni 2015

Hal : Permohonan Meja Hijau

Medan, 03 Januari 2022
 Kepada Yth : Bapak/Ibu Dekan
 Fakultas SOSIAL SAINS
 UNPAB Medan
 Di -
 Tempat

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : BERKAT TELAUMBANUA
 Tempat/Tgl. Lahir : HELIG'O O /
 Nama Orang Tua : MELIUS TELAUMBANUA
 N. P. M : 1715310069
 Fakultas : SOSIAL SAINS
 Program Studi : Manajemen
 No. HP : 085359242569
 Alamat :

Datang bermohon kepada Bapak/Ibu untuk dapat diterima mengikuti Ujian Meja Hijau dengan judul **Kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di L'Gs casual**. Selanjutnya saya menyatakan :

1. Melampirkan KKM yang telah disahkan oleh Ka, Prodi dan Dekan
2. Tidak akan menuntut ujian perbaikan nilai mata kuliah untuk perbaikan indeks prestasi (IP), dan mohon diterbitkan ijazahnya setelah lulus ujian meja hijau.
3. Telah tercap keterangan bebas pustaka
4. Terlampir surat keterangan bebas laboratorium
5. Terlampir pas photo untuk ijazah ukuran 4x6 = 5 lembar dan 3x4 = 5 lembar Hitam Putih
6. Terlampir foto copy STTB SLTA dilegalisir 1 (satu) lembar dan bagi mahasiswa yang lanjutan D3 ke S1 lampirkan ijazah dan transkripnya sebanyak 1 lembar.
7. Terlampir pelunasan kwintasi pembayaran uang kuliah berjalan dan wisuda sebanyak 1 lembar
8. Skripsi sudah dijilid lux 2 exemplar (1 untuk perpustakaan, 1 untuk mahasiswa) dan jilid kertas jeruk 5 exemplar untuk penguji (bentuk dan warna penjiilidan diserahkan berdasarkan ketentuan fakultas yang berlaku) dan lembar persetujuan sudah di tandatangani dosen pembimbing, prodi dan dekan
9. Soft Copy Skripsi disimpan di CD sebanyak 2 disc (Sesuai dengan Judul Skripsinya)
10. Terlampir surat keterangan BKKOL (pada saat pengambilan ijazah)
11. Setelah menyelesaikan persyaratan point-point diatas berkas di masukan kedalam MAP
12. Bersedia melunaskan biaya-biaya uang dibebankan untuk memproses pelaksanaan ujian dimaksud, dengan perincian sbb :

1. [102] Ujian Meja Hijau	: Rp.	1,000,000
2. [170] Administrasi Wisuda	: Rp.	1,750,000
Total Biaya	: Rp.	2,750,000

Ukuran Toga :

Diketahui/Disetujui oleh :



Dr. Onny Medaline SH, M.Kn
 Dekan Fakultas SOSIAL SAINS

Hormat saya



BERKAT TELAUMBANUA
 1715310069

Catatan :

- 1. Surat permohonan ini sah dan berlaku bila ;
 - a. Telah dicap Bukti Pelunasan dari UPT Perpustakaan UNPAB Medan.
 - b. Melampirkan Bukti Pembayaran Uang Kuliah aktif semester berjalan
- 2. Dibuat Rangkap 3 (tiga), untuk - Fakultas - untuk BPAA (asli) - Mhs.ybs.



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
FAKULTAS SOSIAL SAINS
Fax (061) 8458077 PO.BOX : 1099 MEDAN

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI AKUNTANSI	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI ILMU HUKUM	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI PERPAJAKAN	(TERAKREDITASI)

PERMOHONAN JUDUL TESIS / SKRIPSI / TUGAS AKHIR *

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Lengkap : BERKAT TELAUMBANUA
Tempat/Tgl. Lahir : HILIGO / 03 Juni 1996
Nomor Pokok Mahasiswa : 1715310069
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Jumlah Kredit yang telah dicapai : 134 SKS, IPK 3,36
Nomor Hp : 085359242569

Dengan ini mengajukan judul sesuai bidang ilmu sebagai berikut :

No.	Judul
1.	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Pelanggan di LG'S casual

Catatan : Diisi Oleh Dosen Jika Ada Perubahan Judul

*Coret Yang Tidak Perlu



Rektor I.
(Cahyo Pramono, S.E., M.M.)

Medan, 16 Juli 2021

Pemohon

(Berkat Telaumbanua)

Tanggal :
Disetujui Oleh :
Dekan

(Dr. Onny Mokdane, SFL, M.Kn)

Tanggal :
Disetujui Oleh :
Ka. Prodi Manajemen :

(Husni Muharram Rongga, BA., M.Sc.M)

Tanggal : 1 Maret 2021
Disetujui oleh
Dosen Pembimbing I

(Alifah El Fani, S.E., M.S)

Tanggal :
Disetujui
Oleh Pembimbing II :

(Dewi Nurmasari Pane, S.E., MM)

ABSTRAK

Analisis penelitian bertujuan untuk mengetahui apakah secara simultan dan parsial kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di L'GS Casual. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan bantuan program SPSS Versi 20.5. Metode Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 80 responden. Pengambilan data primer menggunakan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada merek L'GS Casual dimana $t_{hitung} (2,020) > t_{tabel} (1,664)$ dan signifikan $(0,00) < 0,05$. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada merek L'GS Casual dimana $t_{hitung} (16,257) > t_{tabel} (1,664)$ atau probabilitas sig $(0,00) < 0,05$. Hasil dari gabungan variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (nilai koefisien $F_{hitung} (33,595) > F_{tabel} (3,11)$ atau probabilitas sig $(0,000) < 0,05$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak serta nilai angka adjusted R Square 0,770 yang dapat disebut koefisien determinasi yang dalam hal ini berarti 77% kepuasan pelanggan dapat diperoleh dan dijelaskan oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya $100\% - 77\% = 23\%$ dijelaskan oleh faktor lain atau variabel diluar model, seperti faktor kepercayaan, harga dan citra merek.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

The research analysis aims to determine whether the product quality and quality are simultaneous and partial. The data analysis technique used is a quantitative method with the help of the SPSS Veri, 20.5 program. This research method uses 80 respondents. The primary data was collected using a questionnaire. The results showed that the quality of the partial method had a positive and significant impact on customer satisfaction with the brand L'GS Casual where $t_{count} (2,020) > t_{table} (1,664)$ and significant $(0,00) < 0,0$. Service quality partially has a positive and significant effect on customer satisfaction in brand L'GS Casual where $t_{count} (16,257) > t_{table} (1,664)$ atau probabilitas sig $(0,00) < 0,05$. The results of the combined product quality and service quality variables together (simultaneously) have a positive and significant effect on customer satisfaction (coefficient value $F_{count} (33,595) > F_{table} (3,11)$ or sig probability $(0,000) < 0,05$ then H_1 is accepted and H_0 is rejected and the value of the adjusted R Square 0,770 which can be called the coefficient of determination which in the case means that 77% of customer satisfaction can be obtained and explained quality and service quality while the remaining $100\% - 77\% = 23\%$ is explained by other factors or variable outside the model, such as trust factor, price and brand image.

Keywords: Product Quality, Service Quality and Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, atas segala kuasa dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Adapun judul skripsi ini yaitu Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di L'GS Casual. Maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya dengan tulus dan ikhlas kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Isa Indrawan, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
2. Ibu Dr. Onny Medaline, S.H, M.Kn selaku Dekan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
3. Bapak Husni Muharram Ritonga, BA.,MSc.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
4. Bapak Miftah Elfikri S.E.,M.Si selaku pembimbing I saya yang telah sabar dan cermat memberikan pengarahan dan bimbingan dalam proses penyusunan Skripsi ini.
5. Ibu Dewi Numasari Pane S. E.,M.Si selaku pembimbing II saya yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dengan teliti dalam proses penyusunan Skripsi ini.
6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama penulis dibangku kuliah sampai dengan selesai.

7. Pimpinan L'GS Casual Medan, yang telah memberikan waktunya dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan penulis.
8. Seluruh keluarga dan rekan-rekan yang telah memberikan dukungan dalam menyelesaikan studi di Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran untuk menyempurnakan penulisan ini. Semoga Tuhan yang Maha Esa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua Amin.

Medan, Oktober 2021
Penulis

BERKAT TELAUMBANUA
NPM.1715310069

DAFTAR GAMBAR

	HALAMAN
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual	22
Gambar 4.1. Struktur Organisasi L'GS Casual Medan.....	44
Gambar 4.2. Histogram Uji Normalitas	57
Gambar 4.3. Scatterplot Uji PP Plot Uji Normalitas.....	58
Gambar 4.4. Scatterplot Uji Heteroskedastisitas.....	61

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN	ii
SURAT PERNYATAAN PENULIS SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1. Tujuan	6
2. Manfaat Penelitian	6
F. Keaslian Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teoritis	9
1. Kualitas Produk	9
2. Kualitas Pelayanan	12
3. Kepuasan Pelanggan	15
B. Penelitian Terdahulu	19
C. Kerangka Konseptual	21
1. Pengaruh Kualitas Produk Dengan Kepuasan Pelanggan	21
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan	21
3. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan	21
D. Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Pendekatan Penelitian	24
B. Lokasi dan waktu Penelitian	24
1. Lokasi Penelitian	24
2. Waktu Penelitian	24
C. Defenisi Operasional Variabel Penelitian	25
1. Variabel Penelitian	25
2. Defenisi Operasional	26
D. Populasi dan Sampel/Jenis dan Sumber Data	29
1. Populasi	29
2. Sampel	30
3. Jenis Data	31

4. Sumber Data	32
E. Teknik Pengumpulan Data	32
F. Teknik Analisa Data	33
1. Uji Kualitas Data	33
2. Uji Asumsi Klasik	35
3. Analisis Regresi Linear	38
4. Uji Kesesuaian (<i>Test Goodness Of Fit</i>)	39
5. Uji Koefisien Determinasi	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	42
1. Visi dan Misi	43
2. Struktur Organisasi dan Tanggung Jawab	43
B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	45
1. Berdasarkan Jenis Kelamin dan Status Pernikahan.....	45
2. Berdasarkan Usia Dan Pendapatan Perbulan.....	46
3. Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	47
C. Deskripsi Variabel Penelitian.....	48
1. Kualitas Produk	48
2. Kualitas Pelayanan	49
3. Kepuasan Pelanggan.....	50
D. Uji Kualitas Data.....	51
a) Uji Validitas.....	51
b) Uji Reabilitas	55
E. Uji Asumsi Klasik.....	56
1. Uji Normalitas Data.....	56
2. Uji Multikolinearitas	59
3. Uji Heterokedasitas.....	60
F. Uji Kesesuaian (<i>Test Goodness Of Fit</i>).....	61
1. Regresi Linier Berganda.....	61
2. Uji Hipotesis	63
3. Uji Derteminasi	65
G. Pembahasan.....	65
1. Hubungan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Pelanggan.....	66
2. Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan.....	66
3. Hubungan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan.....	67
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	69
A. Simpulan	69
B. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	HALAMAN
Tabel 1.1. Data Penjualan L'GS Casual dari Tahun 2018-2020.....	3
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1. Skedul Proses Penelitian	25
Tabel 3.2. Defenisi Operasional Variabel Penelitian	26
Tabel 3.3. Skala <i>Likert</i>	31
Tabel 4.1. Jenis Kelamin * Status Pernikahan	46
Tabel 4.2. Usia Responden * Pendapatan Perbulan.....	46
Tabel 4.3. Tingkat Pendidikan * Pekerjaan	47
Tabel 4.4. Pernyataan Variabel Kualitas Produk (X ₁)	48
Tabel 4.5. Pernyataan Variabel Kualitas Pelayanan (X ₂)	49
Tabel 4.6. Pernyataan Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	50
Tabel 4.7. Uji Validitas Kualitas Produk Item-Total Statistics.....	51
Tabel 4.8. Uji Validitas Kualitas Pelayanan Item-Total Statistics.....	53
Tabel 4.9. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan Item-Total Statistics	54
Tabel 4.10. Uji Reabilitas Kualitas Produk	55
Tabel 4.11. Uji Reabilitas Kualitas Pelayanan.....	55
Tabel 4.12. Uji Reabilitas Kepuasan Pelanggan.....	55
Tabel 4.13. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	59
Tabel 4.14. Uji Multikolinearitas	59
Tabel 4.15. Regresi Linier Berganda	62
Tabel 4.16. Uji Parsial.....	63
Tabel 4.17. Hasil Uji F.....	64
Tabel 4.18. Uji Koefisien Determinasi.....	65

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Globalisasi saat ini banyak sekali kemajuan dan perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis modern. Perubahan yang terjadi ditandai dengan pola pikir masyarakat yang berkembang, kemajuan teknologi dan gaya hidup yang tidak lepas dari pengaruh globalisasi. Pengaruh dari perkembangan zaman yaitu banyak sekali bermunculan produk barang dan jasa yang menawarkan berbagai kelebihan dan keunikan dari masing-masing produk dan jasa tersebut. Bagi produsen, hal ini merupakan suatu bentuk ancaman karena semakin banyak produk barang yang ditawarkan maka semakin ketat pula persaingan yang terjadi dalam dunia usaha.

Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Mengatasi hal tersebut maka perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang kuat dalam memasarkan produk barang dan jasanya dengan kualitas yang lebih tinggi sehingga dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Kondisi persaingan yang semakin tinggi peran kualitas produk menjadi semakin berpengaruh terhadap kemajuan suatu perusahaan dalam mencari konsumennya. Perusahaan yang ingin berkembang dan ingin lebih maju dituntut untuk melakukan kegiatan-kegiatan yang mengarah kepada tindakan yang efisiensi. Kegiatan yang efisiensi harus dapat memperhatikan kualitas dari barang atau jasa yang dihasilkan. Kegiatan efisiensi sangat berpengaruh untuk menekan biaya yang bertujuan agar konsumen mampu menjangkau harga dari merek produk dan jasa yang dihasilkan tersebut.

Merek produk L'GS Casual sedikit memiliki masalah penjualan di lapangan karena tidak sesuai dengan hati atau keinginan konsumen di beberapa faktor, khususnya: kualitas produk yang kurang baik, kinerja produk, kehandalan dan estetika yang diterapkan kurang dalam keindahan dan kenyamanan suatu produk sehingga berpengaruh terhadap menurunnya kepuasan pembelian konsumen. Karena itu, tiap merek produk pasti ada namanya persaingan maka merek produk L'GS Casual harus meningkatkan kualitas merek produknya dan pelayanan yang lebih baik dari para pesaing supaya konsumen tetap setia dan tetap membeli produk L'GS Casual tersebut.

Melihat permasalahan yang dialami pada produk L'GS Casual sehingga terjadi jumlah penurunan-penjualan yang menyebabkan kepuasan pembelian L'GS Casual juga mengalami penurunan. Berikut adalah jumlah penjualan merek L'GS Casual dalam kurun waktu 3 tahun terakhir terhitung dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2020 :

Tabel 1.1.Data Penjualan L'GS Casual dari Tahun 2018-2020

Tahun	Celana/pcs	Kemeja dan Kaos/pcs	Lainnya/pcs	Jumlah
2018	4.000.000	19.220.111	2.002.000	25.222.111
2019	4.000.000	13.333.679	2.002.000	19.335.679
2020	4.000.000	7.235.891	2.002.000	13.237.891
Total	12.000.000	36.789.681	6.006.000	57.795.681

Sumber: L'GS Casual(2021)

Tabel 1.1.di atas maka dapat dilihat bahwa tingkat penjualan yang dicapai dalam pemasaran yang dilakukan pada merek L'GS Casual dari tahun 2018-2020 penjualan Celana/pcs dan penjualan Lainnya/pcs masih stabil tetapi penjualan khususnya kemeja dan Kaos/pcs pada Tahun 2018 sebanyak 19.220.111/pcs, pada tahun 2019 mengalami penurunan sebanyak 13.333.679/pcs dan pada tahun 2020 penjualan merek L'GS Casual kemeja dan Kaos/pcs kembali

mengalami penurunan sebanyak 7.235.891/pcs. Penurunan penjualan merek L'GS Casual kemeja dan Kaos/pcs terjadi karena penyebaran Covid-19 yang menyebabkan penjualan terus menurun.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor penentu tingkat kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Menurut Crosby (2017:23) kualitas produk adalah produk yang sesuai dengan yang disyaratkan atau distandarkan. Suatu produk memiliki kualitas apabila sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan. Perencanaan barang yang dihasilkan harus benar-benar sesuai dengan keinginan konsumen. Produk, barang atau jasa yang dihasilkan harus mencerminkan kualitas yang baik. Jika dilihat secara kasat mata kualitas suatu produk yang dimiliki L'GS Casual bagus, selain memiliki interior yang simpel dan nyaman dipakai, namun hal ini tidak menjadi patokan kepada konsumen karna harga merek L'GS Casual terlalu mahal, kinerja produk, estetika keindahan dan kenyamanan suatu produk masih kurang serta kemampuan pelayanan dilapangan belum maksimal kepada para pembeli sehingga menyebabkan kualitas produk merek L'GS Casual menurun.

Kualitas pelayanan merupakan kegiatan utama atau pelengkap yang lebih menekankan pada pelayanan transaksi antara pembeli dan penjual. Layanan yang berkualitas adalah persepsi konsumen yang merasa puas saat terjadinya proses transaksi pembelian. Kualitas pelayanan bisa meringankan permasalahan yang dialami konsumen langganan dan kepada konsumen yang baru membeli produk merek L'GS Casual, pelayanan yang diberikan kepada konsumen dapat membantu meringankan permasalahan yang dialami oleh pembeli merek/produk L'GS

Casual, para produsen L'GS Casual tidak melayani para pelanggan dengan benar, banyak yang main-main saat ada yang menanyakan harga dan kualitas produk L'GS Casual sehingga para pelanggan merasa tidak puas dengan pelayanan untuk membeli kembali produk L'GS Casual.

Kepuasan pelanggan juga berpotensi memberikan sejumlah manfaat spesifik di antaranya berdampak positif terhadap loyalitas dan berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan, terutama melalui pembelian ulang. Menurut Sangadji dan Sopiah (2015:44) kepuasan konsumen merupakan konsumen yang merasa puas pada produk/jasa yang dibeli dan digunakannya akan kembali menggunakan jasa/produk yang ditawarkan. Turunya kepuasan pelanggan pada merek L'GS Casual disebabkan karena keadaan penyebaran Covid-19 maka konsumen tidak merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli merek L'GS Casual khususnya kemeja dan Kaos serta layanan produsen dan kualitas produk masih kurang dan promosi harga masih terlalu tinggi sehingga menyebabkan konsumen tidak membeli merek L'GS Casual.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di L'GS Casual”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka penulis mengeditifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk yang diterapkan pada model setiap merek L'GS Casual termasuk bagus tetapi kinerja produk, kehandalan dan estetika yang diterapkan kurang dalam keindahan dan kenyamanan suatu produk sehingga kepuasan pelanggan kurang minat membeli merek L'GS Casual.
2. Kualitas pelayanan kurang maksimal konsumen yang memperhatikan produsen masih banyak yang tidak fokus setiap ada konsumen membeli merek L'GS Casual dan kurangnya kemudahan komunikasi, pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan seperti sikap dan perhatian kepada kepentingan serta kebutuhan konsumen.
3. Kepuasan pelanggan L'GS Casual tidak puas dari layanan produsen dan kualitas produk sehingga pelanggan tidak memakai dan memutuskan bahwa L'GS Casual tidak sesuai dengan keinginan pelanggan karna tidak tercapainya harapan yang diinginkan para konsumen.

C. Batasan Masalah

Pembatasan masalah pada penelitian ini diperlihatkan pada pembelian dan pemakaian merek baju L'GS Casual serta tidak menyimpang dari tujuan pembahasan tentang kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan serta kejelasan data yang akan dikaji lebih lanjut.

D. Rumusan Masalah

Berkaitan dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan yang telah diuraikan pada latar belakang tersebut, sehingga perumusan masalah penelitiannya yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di L'GS Casual?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di L'GS Casual?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di L'GS Casual?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Terdapat tujuan penelitian ini yaitu suatu rumusan kalimat yang didapat sesudah selesainya penelitian. Terdapat tujuan yang hendak diraih pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah secara simultan dan parsial kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di L'GS Casual:

- a) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di L'GS Casual.
- b) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di L'GS Casual.

- c) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggandi L'GS Casual.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

- a) Bagi perusahaan memberikan masukan atau saran bagi pimpinan perusahaan guna meningkatkan penjualan merek L'GS Casual.
- b) Untuk penulis berharap penelitian ini bisa memberi manfaat sebagai tambahan pengetahuan penulis terhadap pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggandi L'GS Casual dan juga sebagai pedoman penerapan teori teori yang di ajarkan sepanjang menjalani perkuliahan.
- c) Untuk peneliti selanjutnya dapat menjadi bahas acuan ataupun bahan referensi yang akan melakukan penelitian sesuai dengan judul penelitian ini.
- d) Untuk Universitas penelitian ini bisa bermanfaat sebagai bahan referensi keputusan pembelian.

F. Keaslian Penelitian

Penelitian ini ialah pengembangan dari penelitian terdahulu Puspitasari Linda 2016 dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Waroeng Spesial Sambal "SS" Purwokerto). Penelitian ini mempunyai hal yang membedakan antara penelitian terdahulu yaitu diantaranya:

- a.) Jumlah Observasi/sampel: penelitian terdahulu menggunakan sampel berjumlah 62 orang responden sedangkan penelitian ini menggunakan 80 orang responden.
- b.) Waktu penelitian: penelitian sebelumnya dilaksanakan pada Tahun 2016 sebaliknya penelitian ini dilakukan pada Tahun 2021.
- c.) Lokasi penelitian: Penelitian terdahulu berlokasi di Jawa Tengah sedangkan penelitian ini di Medan.
- d.) Objek Penelitian: penelitian terdahulu di Waroeng Spesial Sambal “SS” Purwokerto sedangkan penelitian ini menggunakan di *Fashion L’GS Casual*

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teoritis

1. Kepuasan Pelanggan

a) Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan menurut Kamus Bahasa Indonesia yaitu puas, kesenangan dan kelegaan. Kepuasan diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa. Kepuasan pelanggan telah menjelma menjadi kosa kata wajib bagi setiap organisasi bisnis dan nirlaba. Kepuasan pelanggan juga berpotensi memberikan sejumlah manfaat spesifik di antaranya berdampak positif terhadap loyalitas dan berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan, terutama melalui pembelian ulang. Menurut Sangadji dan Sopiha (2015:46) kepuasan konsumen merupakan konsumen yang merasa puas pada produk/jasa yang dibeli dan digunakannya akan kembali menggunakan jasa/produk yang ditawarkan. Sedangkan Sangadji dan Sopiha (2015:12) kepuasan konsumen adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dipresepikan sesuai dengan harapan konsumen.

Bedasarkan pendapat diatas, maka dapat disimpulkan bahwa betapa pentingnya kepuasan pelanggan karena dapat memberikan kepuasan kepada konsumen yang membeli suatu produk/jasa sehingga loyalitas dan berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan, terutama melalui pembelian ulang konsumen.

b) Kepuasan Pelanggan

Secara umum kepuasan konsumen dapat dibagi menjadi dua yaitu:

- 1) Kepuasan fungsional, kepuasan yang diperoleh dari fungsi atau pemakaian suatu produk misalnya karena makan membuat perut kita menjadi kenyang.
- 2) Kepuasan psikologikal, kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud misalnya perasaan bangga karena mendapat pelayanan yang sangat istimewa dari sebuah rumah makan yang mewah.

c) Pengukuran Kepuasan Konsumen

Philip Kotler (2016:13) ada empat metode yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen, yaitu:

- 1) Sistem keluhan dan saran yaitu mengidentifikasi masalah perusahaan yang harus mengumpulkan informasi langsung dari konsumen dengan cara menyediakan kotak saran. Informasi yang terkumpul untuk memberikan masukan bagi perusahaan.
- 2) Survei kepuasan konsumen merupakan kepuasan konsumen yang dapat dilakukan dengan cara survei melalui pos surat, telephone maupun wawancara pribadi.
- 3) *Ghost Shopping* merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan pesaing dan membandingkannya dengan perusahaan yang bersangkutan.
- 4) Analisis kehilangan konsumen merupakan tingkat kehilangan konsumen menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan konsumennya.

d) Faktor Pendorong Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Handi Irawan (2016:34) faktor-faktor pendorong kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut:

- 1) Kualitas Produk merupakan kepuasan pelanggan akan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut yang memiliki kualitas produk baik.
- 2) Harga adalah sumber kepuasan yang penting. Akan tetapi biasanya faktor harga bukan menjadi jaminan suatu produk memiliki kualitas yang baik.
- 3) Kualitas Jasa yaitu pelanggan merasa puas apabila mereka memperoleh jasa yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan dari pegawai maupun karyawan perusahaan.
- 4) Emotional faktor merupakan puasnya konsumen karena kualitas produk, serta harga diri atau nilai sosial yang menjadikan pelanggan puas terhadap merek produk tertentu.
- 5) Biaya atau kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa merupakan kenyamanan dan efisien dalam mendapatkan suatu produk atau jasa serta mudah mendapatkan jasa produk memberikan nilai tersendiri bagi kepuasan pelanggan.

e) Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Irwan (2017:54) indikator kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut:

- 1) Perasaan puas merupakan ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari perusahaan.
- 2) Selalu membeli produk yaitu pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan.
- 3) Akan merekomendasikan kepada orang lain.
- 4) Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk merupakan kesesuaian atau tidaknya kualitas suatu produk dengan harapan yang diinginkan pelanggan.

2. Kualitas Produk

a) Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan salah satu hal pendukung yang membuat suatu produk dipilih oleh masyarakat untuk dibeli dan dikonsumsi. Kualitas produk yang ditawarkan akan menentukan bagaimana minat masyarakat terhadap produk tersebut. Menurut Sawitri (2016:45) menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya yang meliputi : kehandalan, daya tahan, ketetapan, kemudahan operasi dan perbaikan produk serta atribut bernilai lainnya. Sedangkan Kotler dan Armstrong (2017:17) menyatakan bahwa kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan dan kebutuhan konsumen. Selanjutnya Wahyu (2019:86) menyatakan bahwa kualitas

produk adalah keseluruhan kelengkapan dan karakteristik dari produk atau pelayanan yang mempengaruhi kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan baik yang dinyatakan maupun yang tersirat. Kemudian Assauri (2018:43) menyatakan bahwa kualitas produk adalah pernyataan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan.

Bedasarkan definisi–definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah rangkaian kelengkapan dan karakteristik produk serta kehandalan, daya tahan, ketetapan, kemudahan operasi dalam melaksanakan fungsi suatu produk yang diharapkan.

b) Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Assauri (2018:99) faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk sebagai berikut:

- 1) Fungsi suatu barang merupakan kualitas yang hendak dicapai sesuai dengan fungsi untuk apa barang digunakan dan dibutuhkan tercermin pada spesifikasi dari barang tersebut.
- 2) Wujud Luar konsumen dalam melihat suatu barang pertama kali adalah wujud luar barangnya. Tidak hanya terlihat dari bentuk tetapi juga dari warna, susunan dan hal-hal lainnya.
- 3) Biaya Produk umumnya biaya dan harga suatu produk akan menentukan kualitas produk tersebut. Hal ini terlihat dari produk-produk yang mempunyai biaya atau harga yang mahal dapat menunjukkan bahwa kualitas produk tersebut relatif lebih baik.

c) Dimensi Kualitas Produk

Irawan (2018:75) dimensi kualitas produk ada lima yaitu sebagai berikut:

- 1) Kinerja (*performance*) merupakan berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
- 2) Daya tahan (*durability*) yaitu berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk harus diganti.
- 3) Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*) adalah sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
- 4) Fitur (*features*) produk merupakan karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
- 5) Reliabilitas (*reliability*) yaitu probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu.

d) Indikator Kualitas Produk

Tjiptono (2019:65) indikator kualitas produk ada enam, yaitu sebagai berikut:

- 1) Kinerja produk yaitu karakteristik dari produk inti yang menunjukkan bahwa secara nyata kelebihan produk.
- 2) Kehandalan merupakan kemungkinan kecil mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
- 3) Kesesuaian adalah sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standart-standart yang telah ditetapkan sebelumnya.

- 4) Daya tahan merupakan berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
- 5) Kemampuan pelayanan yaitu meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan mudah direparasi dan penanganan keluhan memuaskan.
- 6) Estetika merupakan keindahan dan kenyamanan suatu produk.

3. Kualitas Pelayanan

a) Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2018:77) kualitas pelayanan adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Harapan konsumen merupakan keyakinan konsumen sebelum mencoba atau membeli suatu produk yang dijadikan acuan dalam menilai kinerja produk tersebut. Sedangkan Mauluddin (2016:32) kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh. Selanjutnya Lovelock (2019:72) kualitas pelayanan adalah perusahaan harus mampu melayani konsumen secara memuaskan baik dengan ketrampilan dan kompetensi yang dimiliki oleh karyawan maupun dengan memaksimalkan fasilitas-fasilitas penunjang yang mampu menimbulkan kenyamanan bagi konsumen. Serta Sopiah (2017:55) kualitas pelayanan adalah upaya atau tindakan untuk memenuhi kebutuhan orang atau organisasi. Kata kuncinya adalah upaya hubungan antar manusia ada komunikasi dan kebutuhan ada sesuatu yang ditawarkan.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan kualitas untuk mengupayakan penyampaian atau tindakan dalam memenuhi kebutuhan pembeli serta harapan konsumen atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh..

b) Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2018:54) faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan antara lain:

- 1) *Enduring Service Intensifier* merupakan faktor yang bersifat stabil dan mendorong konsumen untuk meningkatkan sensitivitasnya terhadap jasa. Seorang konsumen akan mengharapkan bahwa ia seharusnya juga dilayani dengan baik oleh penyedia jasa.
- 2) *Personal Need* merupakan kebutuhan mendasar dari seseorang konsumen yang meliputi kebutuhan fisik, sosial dan psikologis.
- 3) *Transitory Service Alternatives* meliputi situasi darurat pada saat konsumen sangat membutuhkan jasa dan ingin penyedia jasa dapat membantunya serta jasa terakhir yang dikonsumsinya.
- 4) *Perceived Service Alternatives* merupakan persepsi konsumen terhadap tingkat atau derajat pelayanan perusahaan lain yang sejenis.
- 5) *Self Perceived Service Rule*, persepsi terhadap tingkat atau derajat keterlibatannya dalam mempengaruhi jasa yang diterimanya.
- 6) *Situational Factors* yang terdiri atas segala kemungkinan yang bisa mempengaruhi kinerja jasa yang berada di luar kendali penyedia jasa.

- 7) *Explicit Service Promise* merupakan pernyataan oleh organisasi tentang jasanya.
- 8) *Implicit Service Promise* berkaitan dengan jasa yang memberikan simpulan bagi konsumen tentang jasa yang bagaimana seharusnya dan yang akan diberikan.
- 9) *Word of Mouth* merupakan pernyataan yang disampaikan oleh orang lain seperti pakar, selebritis, teman, keluarga dan sebagainya.
- 10) *Past Experience* yaitu pengalaman terjadi di masa lalu terhadap konsumen suatu jasa.

c) Karakteristik Kualitas Pelayanan

Kartajaya (2018:33) karakteristik dari suatu pelayanan sebagai berikut:

- 1) Pelayanan bersifat tidak dapat diraba pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- 2) Pelayanan pada kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang bersifat tindakan sosial.
- 3) Kegiatan produksi dan konsumsi dalam pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata karena pada umumnya terjadi dalam waktu dan tempat bersamaan.

d) Manfaat Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2018:44) manfaat kualitas pelayanan antara lain:

- 1) Memungkinkan pihak manajemen untuk memasukkan “Suara pelanggan” dalam pengambilan keputusan.
- 2) Dapat mengidentifikasi dan memahami prioritas pelayanan konsumen

- 3) Memperlancar proses identifikasi prioritas penyempurnaan pelayanan dan menjadi pedoman dalam pengambilan lokasi sumber daya.
- 4) Memungkinkan dipantaunya kinerja pelayanan perusahaan dan pesaing setiap waktu.

e) Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Kasmir (2016:61) indikator kualitas pelayanan ada lima antara lain:

- 1) *Tangible* artinya jasa yang berkualitas terlihat dari fasilitas fisik seperti gedung, kantor, ruangan, pakaian dan penampilan karyawan, lokasi pelayanan serta fasilitas kantor.
- 2) *Emphaty* artinya jasa yang berkualitas mencakup kemudahan komunikasi dan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan seperti sikap, kewajaran yang ditawarkan kesediaan membantu konsumen, menanggapi setiap permintaan konsumen, kesopanan karyawan, perhatian kepada kepentingan serta kebutuhan konsumen.
- 3) *Reliability* artinya jasa yang berkualitas meliputi kepercayaan kepada perusahaan, akurasi catatan konsumen dan kepercayaan konsumen kepada karyawan.
- 4) *Responsiveness* artinya jasa yang berkualitas mencakup kecepatan pelayanan karyawan dan dukungan perusahaan pada karyawan.
- 5) *Assurance* artinya jasa yang berkualitas mencakup janji perusahaan kepada konsumen, penetapan waktu operasi dan kepastian jasa yang diberikan.

B. Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian yang sebelumnya telah melakukan penelitian yang sehubungan dengan penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 2.1.
Penelitian Terdahulu

No.	Penelitian	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Utami Halida (2013)	Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Dagang Ria Catering Pekan baru	Independen: Kualitas Produk dan Pelayanan Dependen: Kepuasan Pelanggan	Ada pengaruh yang positif dan signifikan uji F (simultan) menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Dagang Ria Catering Pekan baru
2.	Puspitasari Linda (2016)	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Waroeng Spesial Sambal "SS" Purwo kerto)	Independen: Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Dependen: Kepuasan Pelanggan	Berdasarkan uji F (simultan) menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Studi Kasus Waroeng Spesial Sambal "SS" Purwo kerto)
3.	Serlina Wati Zebua (2018)	Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk	Independen: Kualitas Produk, Pelayanan dan Harga. Dependen: Kepuasan Pelanggan	Kualitas produk, pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk
4.	Nugroho Roman Satrio (2015)	Pengaruh harga iklan, dan kualitas produk terhadap kepuasan pembelian kartu seluler indosat mentari (Studi Kasus Pada Universitas Muhammadiyah Surakarta)	Independen : Harga iklan, dan kualitas produk Dependen : Kepuasan pembelian	Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan uji F (simultan) menunjukkan bahwa variabel harga, iklan, dan kualitas produk sangat berpengaruh terhadap kepuasan pembelian.

5.	Maulana Syarif (2016)	Pengaruh Kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan PT. Toi.	Independen : Kualitas pelayanan dan harga Dependen : Kepuasan pelanggan	Berdasarkan uji F (simultan) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. TOI.
6.	Siti Aisyah Siregar 2019	Pengaruh Harga, Iklan, Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk.	Independen : Harga, Iklan, Pelayanan Dan Kualitas Produk Dependen: Kepuasan Pelanggan	Harga, Iklan, Pelayanan Dan Kualitas Produk berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk.
7.	Firmasyah Putra Zendrato 2018	Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan dan harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Midi Utama Indonesia, Tbk.	Independen: Kualitas Produk, Pelayanan dan Harga Dependen: Kepuasan Pelanggan	Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan uji F (simultan) menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Midi Utama Indonesia, Tbk.
8.	Praba Sulistyawati (2019)	Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pelanggan Laptop Merek Acer Di Kota Semarang.	Independen: Citra Merek Dan Kualitas Produk Dependen: Keputusan Pelanggan	Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan uji F (simultan) menunjukkan bahwa variabel Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pelanggan Laptop Merek Acer Di Kota Semarang.
9.	Rangga Syahputra 2018	Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada pembelian t-shirt L'GS Casual	Independen: Kualitas Produk, Pelayanan Dependen: Kepuasan Pelanggan	Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan uji F (simultan) menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada pembelian t-shirt L'GS Casual

Sumber : Diolah Penulis (2021)

C. Kerangka Konseptual

1. Pengaruh Kualitas Produk Dengan Kepuasan Pelanggan

Kualitas produk merupakan salah satu hal pendukung yang membuat suatu produk dipilih oleh masyarakat untuk dibeli dan dikonsumsi. Kualitas produk yang ditawarkan akan menentukan bagaimana minat kepuasan pelanggan terhadap produk tersebut. Sawitri (2016:45) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya yang meliputi : kehandalan, daya tahan, ketetapan, kemudahan operasi dan perbaikan produk serta atribut bernilai sehingga para pelanggan merasa puas terhadap barang/jasa yang dibelinya.

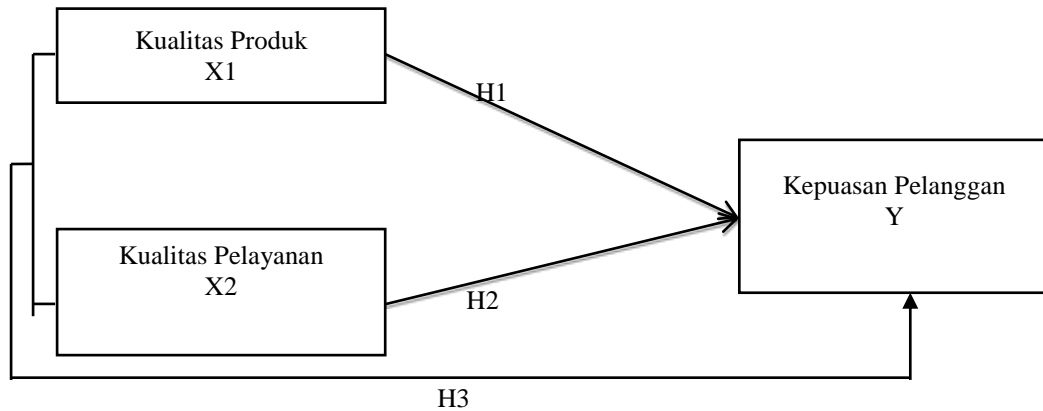
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan

Suatu perusahaan membutuhkan yang namanya pelayanan yang baik dan bagus agar setiap pelanggan bisa terus menerus bekerja sama di perusahaan tersebut karena tanpa pelanggan, perusahaan tidak akan ada (tidak berjalan). Kotler dan Keller (2010:12) pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain sehingga pembeli merasa puas terhadap pelayanan yang dilakukan, pada dasarnya berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

3. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan

Kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik akan mempengaruhi kepuasan niat beli konsumen untuk membeli barang//jasa. Menurut Sangadji dan

Sopiah (2013:121) Kepuasan konsumen merupakan kepuasan yang merasa puas pada produk/jasa yang dibeli dan digunakannya akan kembali menggunakan jasa/produk yang ditawarkan. Sedangkan Tjiptono (2018:123) menyatakan bahwa terdapat pengaruh beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk, kualitas layanan, harga dan kepercayaan merek.



Gambar 2.1. Kerangka Konseptual
Sumber: Diolah Penulis 2021

D. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2018:23) Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Jadi, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- 1) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pembeli t-shirt L'GS Casual
- 2) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pembeli t-shirt L'GS Casual
- 3) Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pembeli t-shirt L'GS Casual.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:31) Kuantitatif disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode ini juga disebut metode konfirmatif, karena metode ini dapat digunakan untuk pembuktian/konfirmasi.

Penelitian ini menggunakan metode asosiatif. Menurut Sugiyono (2018:55) metode asosiatif merupakan suatu pertanyaan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variable atau lebih dikarenakan penelitian ini akan menguji pengaruh antara variable Kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Medan Jl. Gatot Subroto No.30, Sekip, Kec. Medan Petisah, di Matahari Plaza Medan Fair bagian Merek LG'S casual.

2. Waktu Penelitian

Periode penelitian dilakukan selama 8 (Delapan) bulan dimulai dari Juni 2021 – Januari 2022. Jadwal yang digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1.
Skedul Proses Penelitian

Kegiatan	Bulan/ Tahun																															
	Juni 2021				Juli 2021				Agustus 2021				September 2021				Oktober 2021				November 2021				Desember 2021				Januari 2022			
<i>Riset Awal/Pengajuan Judul</i>	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<i>Penyusunan Proposal</i>																																
<i>Perbaikan ACC Proposal</i>																																
<i>Seminar Proposal</i>																																
<i>Pengolahan Data</i>																																
<i>Penyusunan/ bimbingan Skripsi</i>																																
<i>Sidang Meja Hijau</i>																																

Sumber : Analisis Penelitian, 2021

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Variabel Penelitian

Menurut Silaen (2018:26) mengungkapkan bahwa variabel penelitian adalah konsep yang mempunyai bermacam-macam nilai atau nilai mempunyai bervariasi, yakni suatu sifat, karakteristik atau fenomena yang dapat menunjukkan sesuatu untuk dapat diamati atau diukur yang nilainya berbeda-beda atau bervariasi.

Penelitian ini menggunakan 2 (Dua) variabel bebas yaitu kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) serta 1 (satu) variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y).

2. Definisi Operasional

Menurut Sugiyono (2015:67) pengertian definisi operasional dalam variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau

kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Definisi operasionalisasi dari beberapa variabel penelitian ini akan diuraikan dalam Tabel 3.2. berikut ini :

Tabel 3.2. Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Deskripsi	Skala Pengukuran
Kualitas Produk (X ₁)	Kualitas produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan dan kebutuhan konsumen. Kotler dan Armstrong (2017)	1. Kinerja produk 2. Keandalan 3. Kesesuaian 4. Daya tahan 5. Kemampuan Pelayanan 6. Estetika Tjiptono (2019)	1) Kinerja produk merupakan karakteristik dari produk yang menunjukkan bahwa secara nyata kelebihan produk bagus. 2) Keandalan merupakan kemungkinan yang tidak mengalami kerusakan atau gagal dipakai. 3) Kesesuaian merupakan sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standart-standart yang telah ditetapkan sebelumnya. 4) Daya tahan berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. 5) Kemampuan pelayanan yaitu meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan mudah direparasi dan penanganan keluhan memuaskan. 6) Estetika yaitu	<i>Likert</i>

			keindahan dan kenyamanan suatu produk. Tjiptono (2019)	
Kualitas Pelayanan (X ₂)	Kualitas pelayanan merupakan seberapa jauh perbedaan harapan konsumen atas pelayanan yang mereka terima. Mauluddin (2016)	1. <i>Tangible</i> 2. <i>Emphaty</i> 3. <i>Reliability</i> 4. <i>Responsiveness</i> 5. <i>Assurance</i> Kasmir (2016)	1) <i>Tangible</i> artinya jasa yang berkualitas terlihat dari fasilitas fisik seperti gedung, kantor, ruangan, pakaian dan penampilan karyawan, lokasi pelayanan serta fasilitas kantor. 2) <i>Emphaty</i> artinya jasa yang berkualitas mencakup kemudahan komunikasi dan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan seperti sikap, kewajaran yang ditawarkan kesediaan membantu konsumen, menanggapi setiap permintaan konsumen, kesopanan karyawan, perhatian kepada kepentingan serta kebutuhan konsumen. 3) <i>Reliability</i> artinya jasa yang berkualitas meliputi kepercayaan kepada perusahaan, akurasi catatan konsumen dan kepercayaan konsumen kepada karyawan. 4) <i>Responsiveness</i> artinya jasa yang berkualitas mencakup kecepatan	<i>Likert</i>

			<p>pelayanan karyawan dan dukungan perusahaan pada karyawan.</p> <p>5) <i>Assurance</i> artinya jasa yang berkualitas mencakup janji perusahaan kepada konsumen, penetapan waktu operasi dan kepastian jasa yang diberikan.</p> <p>Kasmir (2016)</p>	
Kepuasan Pelanggan (Y)	<p>Kepuasan Pelanggan merupakan sejauh mana suatu tingkatan produk dipresepsikan sesuai dengan harapan konsumen Sangadji dan Sopiah (2015)</p>	<p>1. Perasaan puas</p> <p>2. Selalu membeli produk</p> <p>3. Merekomendasikan kepada orang lain</p> <p>4. Harapan pelanggan setelah membeli produk merasa puas.</p> <p>Irwan (2017)</p>	<p>1) Perasaan puas merupakan ungkapan perasaan puas saat pelanggan menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari perusahaan.</p> <p>2) Selalu membeli produk yaitu pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan.</p> <p>3) Merekomendasikan kepada orang lain yaitu pelanggan yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain serta mampu menciptakan pelanggan baru bagi suatu perusahaan.</p> <p>4) Harapan pelanggan setelah membeli produk yang sesuai atau tidaknya</p>	<i>Likert</i>

			kualitas suatu produk dengan harapan yang diinginkan pelanggan. Irwan (2017)	
--	--	--	---	--

Sumber :Penulis 2021

D. Populasi dan Sampel/Jenis dan Sumber Data

1. Populasi

Menurut Suharyadi dan Purwanto S.H. (2017:17) Populasi adalah sebuah kumpulan dari semua kemungkinan orang-orang, benda-benda dan ukuran lain dari objek yang menjadi perhatian. Adapun populasi dari penelitian ini adalah dilaksanakan pada para pembeli atau langganan perusahaan PT. Indah Subur Sejati bagian merek L'GS Casual. Jl. Gatot Subroto No. 30, Sekip, Kec. Medan Petisah, Kota Medan Sumatera Utara di Matahari Plaza Medan Fair. Populasi tidak terdeteksi atau tidak diketahui, tetapi penulis membatasi populasi hanya pada responden yang sering membeli merek L'GS Casual 410 orang data pelanggan yang peneliti ambil untuk mengetahui hasil dari penelitian ini dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggandi L'GS Casual.

2. Sampel

Sugiyono (2017:18) Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin seperti yang tertulis di bawah ini.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Di mana:

N = Jumlah Populasi

n = Jumlah Sampel

e = Tingkat Kesalahan

Pengambilan jumlah sampel menggunakan metodologi Slovin karena rumus Slovin biasa digunakan dalam penelitian *survey* dimana jumlah sampel besar sekali sehingga diperlukan sebuah formula untuk mendapatkan sampel yang sedikit, tetapi dapat mewakili keseluruhan populasi dengan tingkat kesalahan 10%. Oleh sebab itu, jumlah sampel dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{410}{1 + 410 (0.1)^2}$$

$$= 80,3 \text{ dibulatkan menjadi } 80 \text{ orang pelanggan}$$

Jadi, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebesar 80 orang pelanggan. Setelah jumlah sampel diketahui maka digunakan skala *Likert* untuk mengukur jawaban responden pada penelitian yang menggunakan instrumen kuesioner. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Adanya skala likert, indikator variabel menjadi titik tolak guna menyusun item instrument seperti pertanyaan dan pernyataan yang harus dijawab reponden. Menurut Sugiyono (2017:28) Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap pendapat dan presepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social. Adapun pengakuan atas jawaban responden untuk kuesioner yang diisi para pelanggan dengan menggunakan tingkatan skala *Likert* ada 5 (Lima) bagian seperti yang dapat dilihat pada Tabel 3.3. berikutini :

Tabel 3.3.
Skala Likert

No.	Gradasi	Skor
1.	Sangat setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Kurang setuju	3
4.	Tidak setuju	2
5.	Sanfgat Tidak setuju	1

Sumber : Sugiyono (2010:18)

3. Jenis Data

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono (2010) Metode penelitian deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeksripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

1. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang secara langsung diperoleh dari objek penelitian. Data primer dalam penelitian ini berasal dari langgana yang beli merek L'GS Casual melalui penyebaran angket kepada pembeli sedangkan data sekunder dalam penelitian ini diambil dari data yang sudah diolah berupa profil perusahaan, struktur organisasi dan data yang diperoleh dari hasil pengolahan buku, teori-teori, jurnal atau artikel yang mendukung yang berhubungan dengan penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2013:68) dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data dapat dilakukan sebagai berikut:

- 1) Interview (wawancara) merupakan teknik pengumpulan data dalam metode survei yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subyek penelitian.
- 2) Kuisisioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk menjawabnya.
- 3) Observasi merupakan pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti.
- 4) Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner dan dokumentasi.
- 5) Penelitian Pustaka merupakan Penelitian yang dilakukan dengan cara mempelajari *literature* yang berhubungan dengan judul yang diajukan sebagai landasan teori sekaligus sebagai bahan pertimbangan untuk membuktikan hipotesis yang diajukan. Data yang digunakan untuk membantu sebagai bahan referensi didapatkan melalui jurnal-jurnal dan buku yang bersangkutan dengan judul penelitian pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di L'GS Casual.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

Sebelum melakukan analisis dan evaluasi, data diuji dengan:

a) Uji Validitas

Menurut Ghozali (2017:19) Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau *valid* tidaknya suatu kuisisioner”. Suatu kuisisioner dikatakan *valid* jika pernyataan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Menurut Priyatno (2015:55) Semua item yang mencapai koefisien korelasi minimal 0,30 daya pembedanya dianggap memuaskan. Namun kita juga bisa menurunkan sedikit batas kriterianya jika jumlah item belum mencukupi dari 0,30 menjadi 0,25. Untuk melihat *valid* tidaknya suatu alat ukur maka digunakan aplikasi SPSS 20,5 *for windows* dengan cara pendekatan secara statistika yaitu dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Kemudian uji signifikan yang dilaksanakan melalui R_{tabel} dengan tingkat signifikasinya 0,05 di mana kriterianya sebagai berikut :

- 1) $r_{hitung} < r_{tabel}$ butir pernyataan dikatakan tidak *valid*.
- 2) $r_{hitung} > r_{tabel}$ butir pernyataan dikatakan *valid*.

b) Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2017:24) Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan realibel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil. Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu : *Repeated measure* atau pengukuran ulang dan *one shot* atau pengukuran sekali saja.

Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian dilakukan dengan cara mencoba instrumen sekali saja, kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan teknik tertentu. Dalam hal ini teknik yang digunakan adalah teknik *Cronbach's Alpha*. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ maka pernyataan tersebut dinyatakan reliabel. Sebaliknya, jika nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,60$ maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak reliabel.

1. Uji Asumsi Klasik

Untuk meyakinkan bahwa persamaan garis regresi yang diperoleh adalah linier dan dapat dipergunakan (valid) untuk mencari peramalan, maka ada kondisi atau syarat-syarat minimum yang harus ada pada data, syarat-syarat tersebut dikenal dengan suatu uji yang disebut uji asumsi klasik Ghozali (2018:78). Adapun kriteria persyaratan uji asumsi klasik yaitu sebagai berikut:

1) Uji Normalitas

Ghozali (2018:51) Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak:

2) Analisis Grafik

Analisis Grafik merupakan salah satu cara yang mudah untuk melihat normalitas residual dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Namun demikian, dengan melihat tabel histogram bisa menyesatkan, khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat

normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Dasar pengambilan dengan menggunakan normal probability plot sebagai berikut: Ghozali (2018:22).

Data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas serta. Data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau garis histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3) Analisis Statistik

Analisis Statistik merupakan Uji normalitas dengan grafik yang dapat menyesatkan kalau tidak hati-hati secara visual kelihatan normal, padahal secara statistik bisa sebaliknya. Oleh sebab itu dianjurkan disamping uji grafik dilengkapi dengan uji statistik. Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual yaitu dengan menggunakan uji statistik nonparametik Kolgomorov-Smirnov (K-S) tingkat signifikansi (α) 0.05. Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis: Ghozali (2018:34).

H_0 : Data residual terdistribusi normal apabila Sig hitung > 0.05 .

H_A : Data residual tidak terdistribusi normal apabila Sig hitung < 0.05 .

Pengambilan keputusan :

Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka distribusi adalah tidak normal.

Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka distribusi adalah normal.

4) Uji Multikolonieritas

Ghozali (2018:76) Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen atau tidak. Model regresi akan dikatakan baik apabila tidak terdapat hubungan antara variabel independennya. Cara yang dapat digunakan untuk mengetahui adanya gejala multikolinearitas salah satunya yaitu dengan cara menggunakan uji *variance inflation factor* (VIF). Ukuran yang ditampilkan dalam uji VIF menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya atau tiap variabel independen menjadi variabel dependen dan diregresikan terhadap variabel independen lainnya.

Menurut Ghozali (2018:43) Kriteria yang digunakan untuk melihat apakah terdapat gejala multikolinearitas atau tidak, yaitu:

- 1) Nilai tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 , maka terdapat gejala multikolinearitas.
- 2) Nilai tolerance ≥ 0.10 atau sama dengan nilai VIF ≤ 10 , maka tidak terdapat gejala multikolinearitas.

5) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:121) Model regresi yang baik adalah varians variabel gangguan sama (homoskedastisitas) atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan *variance* dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan yang lain. Jika *variance* dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka model regresi tersebut termasuk homoskedastisitas. Sebaliknya, jika

variance dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain berbeda, maka model regresi termasuk heteroskedastisitas.

Model regresi yang baik merupakan model regresi yang homoskedastisitas atau yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara *SRESID* (residual) dan *ZPRED* (variabel terikat) dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi $- Y$ sesungguhnya) yang telah di *studentized*. Dasar analisisnya adalah sebagai berikut: Ghozali (2018:231). Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Linear

Ghozali (2018:53) Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Tujuan analisis regresi linear berganda yaitu dengan menggunakan nilai-nilai variabel yang diketahui untuk meramalkan nilai variabel dependen (Suryabarata, 2019:41) Teknik analisis ini sangat dibutuhkan dalam berbagai pengambilan keputusan baik dalam perumusan kebijakan manajemen ataupun dalam ilmiah. Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan

berpengaruh terhadap kepuasan pelanggandi L'GS Casual. Formulasi persamaan regresi linear berganda sendiri sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y	=	Kepuasan Pelanggan
a	=	Konstanta
X ₁	=	Kualitas Produk
X ₂	=	Kualitas Pelayanan
b ₁ , b ₂	=	Koefisien Regresi Merupakan Besarnya Perubahan Variabel Terikat Akibat Perubahan Tiap-tiap Unit Variabel Bebas
e	=	Kesalahan Residual (<i>Error Term</i>)

A. Uji Kesesuaian (*Test Goodness Of F it*)

a) Pengujian Parsial (Uji-t)

Menurut Ghozali (2018:32) Uji-t merupakan uji yang digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Uji-t yang digunakan dalam penelitian untuk melihat secara parsial apakahada pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan atau tidak dengan taraf signifikan 5%. Hipotesisnya sebagai berikut :

H₀ :b₁,b₂= 0 Artinya kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di L'GS Casual.

H₁ :b₁, b₂≠ 0 Artinya kualitas produk dan kualitas pelayanan secara

Simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggandi L'GS Casual.

Pengujian signifikan dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Probabilitas ($\text{sig } t > \alpha (0,05)$) maka H_0 diterima. Artinya tidak ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial dari kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggandi L'GS Casual.
- 2) Probabilitas ($\text{sig } t < \alpha (0,05)$) maka H_0 ditolak. Artinya ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial dari kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggandi L'GS Casual.

b) Pengujian Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2018:33) Uji statistik F merupakan uji yang dilakukan untuk menunjukkan dalam sebuah model regresi apakah semua variabel independen dalam penelitian ini memiliki pengaruh apabila diuji secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh atau tidak secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan taraf signifikan sebesar 5%.

Hipotesis untuk menguji simultan sebagai berikut:

$H_0 : b_1, b_2 = 0$ Artinya kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggandi L'GS Casual

$H_1 : b_1, b_2 \neq 0$ Artinya kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di L'GS Casual

Pengujian menggunakan uji F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

- 1) Probabilitas ($\text{sig } F$) $> \alpha$ (0,05) maka H_0 diterima. Artinya tidak ada pengaruh positif dan signifikan dari kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan L'GS Casual.
- 2) Probabilitas ($\text{sig } F$) $< \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak. Artinya ada pengaruh positif dan signifikan dari kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan L'GS Casual.

c) Koefisien Determinasi

Pengujian R^2 digunakan untuk mengukur proporsi atau presentase sumbangan variabel independen yang diteliti terhadap variasi naik turunnya variabel dependen. R^2 berkisar antara 0 sampai 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Apabila R^2 sama dengan 0 hal ini menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan bila R^2 kecil mendekati 0 maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independen semakin kecil terhadap variabel dependen. Apabila R^2 semakin besar mendekati 1 hal ini menunjukkan bahwa semakin kuatnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya, nilai koefisien determinasi yang kecil menandakan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas Ghazali (2018).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

Pt. Indah Subur Sejati, didirikan pada tahun 1979 yang memulai hidup sebagai industri rumahan kecil yang hanya memproduksi jeans pria. PT. Indah Subur Sejati telah memperluas lini produk termasuk kemeja, t-shirt, celana dengan berbagai merek seperti: LGS Casual, LGS Ladies, Celana Dalam LGS, Johnwin Formal Wear dan Johnwin Casual Active. Menjadi terkenal dengan kualitas, produk tahan lama dan modis kami telah memperluas kehadiran ritel kami ke ribuan toko di seluruh Indonesia. Selama bertahun-tahun PT. Indah Subur Sejati mengeksport produk ke berbagai negara, seperti United Arab Emirates, Eropa Timur, Afrika, Amerika Serikat dan berbagai negara Asia lainnya. Dengan kerja keras akhirnya PT. Indah Subur Sejati berhasil membuat merek LGS dan JOHNWIN menjadi terkenal.

Merek LGS dan JOHNWIN sendiri terkenal karena kualitas, daya tahan dan inovasinya yang sangat baik. Saat ini kami memiliki beberapa *Showroom* yang tersebar di berbagai wilayah, misalnya Mall Alam Sutra, Medan Fair Mall, Mall PTC dan ITC Permata Hijau. Brand kami juga sudah memasuki Departemen Store terkemuka di seluruh Indonesia termasuk Sogo, Matahari, Metro, Chandra, Centro dan Departemen Store yang lain. Produk yang di tawarkan pun semakin di perluas diseluruh Indonesia.

1. Visi dan Misi

a) Visi:

Membangun perusahaan PT. Indah Subur Sejati (LGS) yang sukses dan bermanfaat bagi masyarakat.

Ingin menjual merek L'GS Casual berpenampilan lebih santun, elegan, berkualitas dan terlihat terhormat.

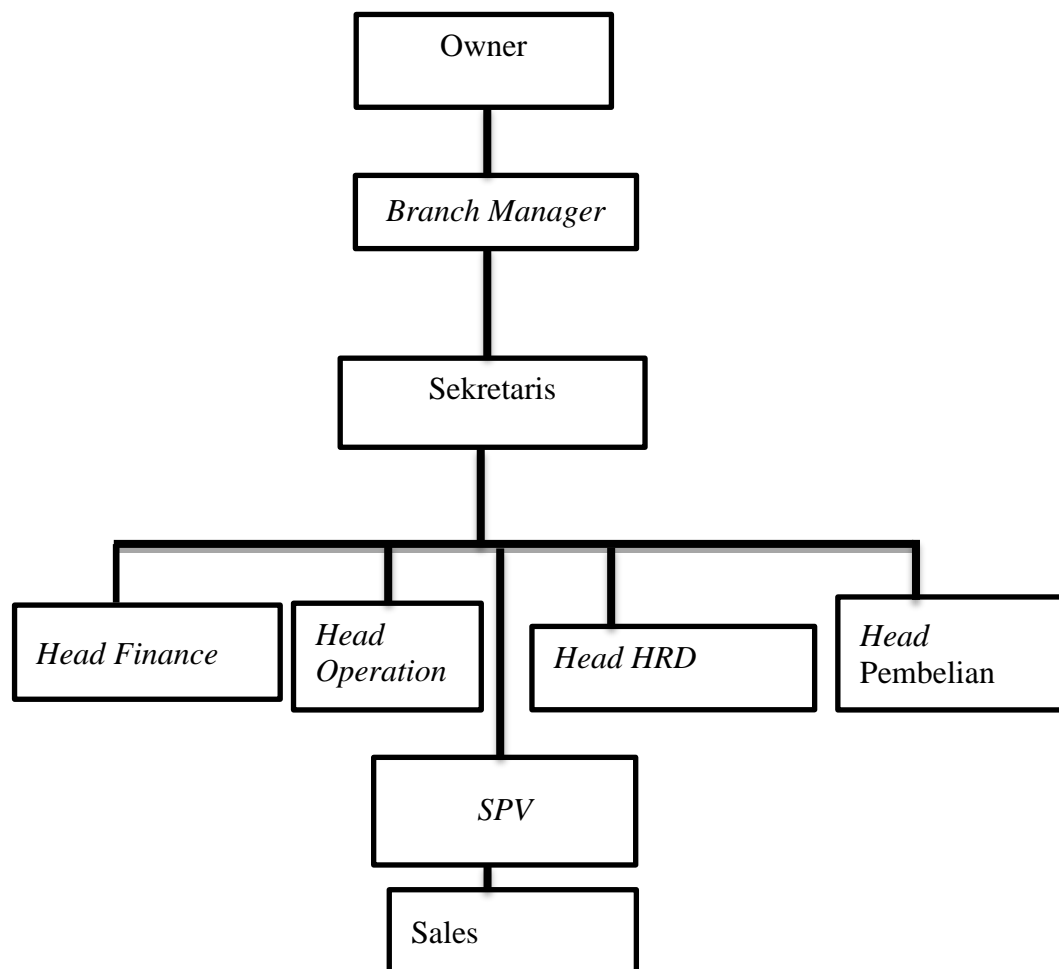
b) Misi:

Mengeksport barang berkualitas dan nyaman dan Membuat modis di Indonesia maupun di seluruh Dunia.

2. Struktur Organisasi dan Tanggung Jawab

a) Struktur Organisasi

Organisasi merupakan sekelompok orang yang bekerjasama untuk mencapai tujuan tertentu dan struktur organisasi juga bisa diartikan merupakan gambaran secara skematis tentang hubungan-hubungan kerjasama dari orang-orang yang terdapat dalam organisasi untuk mencapai tujuan organisasi tersebut. Struktur organisasi merupakan skema pembagian tugas pada masing-masing bagian yang ada dalam suatu perusahaan. Tanpa adanya pembagian tugas yang jelas dan tergambar dalam suatu struktur organisasi yang jelas maka suatu perusahaan tidak dapat menjalankan fungsi masing-masing bagian dengan efektif dan efisien sehingga akan berdampak bagi kelangsungan hidup perusahaan. Untuk memperjelas uraian dapat dilihat seperti Gambar 4.1. di bawah ini:



Gambar 4.1. Struktur Organisasi L'GS Casual Medan

Sumber: L'GS Casual Medan, 2021

b) Penjelasan masing-masing dari struktur organisasi sebagai berikut :

1. *Owner*

- a. Menyediakan biaya perencanaan dan pelaksanaan pekerjaan perusahaan.
- b. Mengadakan kegiatan Administrasi.
- c. Memberikan tugas kepada kontraktor atau melaksanakan pekerjaan perusahaan.
- d. Meminta pertanggung jawaban kepada konsultan pengawas atau manajemen konstruksi.

2. *Branch Manager*

- a. Mengawasi serta melakukan koordinasi dari kegiatan operasional.

- b. Mempin kegiatan pemasaran dalam kantor cabang.
 - c. Memonitor segala kegiatan operasional perusahaan.
 - d. Memantau prosedur operasional manajemen resiko.
 - e. Melakukan pengembangan kegiatan operasional perusahaan.
 - f. Observasi terhadap kinerja karyawan.
 - g. Memberikan solusi terhadap berbagai permasalahan kantor cabang.
 - h. Memberikan penilaian terhadap kinerja bawahanya.
3. Sekretaris
- a. Menanggapi pertanyaan dari *client* atau mitra bisnis secara langsung maupun tidak langsung.
 - b. Mengembangkan dan menerapkan prosedur kantor.
 - c. Menjaga sistem rekaman perusahaan untuk menjunjung tinggi *file* yang akurat.
 - d. Memesan ruang pertemuan untuk rapat.
 - e. Mengatur panggilan konferensi.
4. *Head Finance*
- a. Mengelola fungsi akuntansi dalam proses data dan informasi keuangan untuk menghasilkan laporan keuangan yang dibutuhkan perusahaan secara akurat dan tepat waktu.
 - b. Mengkoordinasikan dan mengontrol perencanaan, pelaporan dan pembayaran kewajiban pajak perusahaan agar efisien, akurat, tepat waktu dan sesuai dengan peraturan pemerintah yang berlaku.
 - c. Merencanakan, mengkoordinasikan dan mengontrol arus kas perusahaan.
 - d. Merencanakan dan mengkoordinasikan pengembangan sistem dan prosedur keuangan dan akuntansi serta mengontrol pelaksanaannya untuk

memastikan semua prosedur dan transaksi keuangan berjalan dengan tertib dan teratur serta mengurangi risiko keuangan.

5. *Head Operation*

- a. Menekan biaya pengeluaran operasional seminim mungkin.
- b. Melakukan eliminasi terhadap pengeluaran operasional yang tidak penting.
- c. Memeriksa laporan bulanan bidang *finance*, administrasi dan operasional perusahaan.
- d. Membuat laporan bulanan tentang seluruh hal yang berkaitan dengan operasional.
- e. Mendampingi atasan dalam melakukan kegiatan yang memiliki hubungan dengan operasional didalam maupun luar perusahaan.

6. *Head HRD*

- a. Menjadi penghubung antara manajemen dan karyawan.
- b. Bertanggung jawab penuh terhadap absensi karyawan dan melakukan evaluasi tingkat kepuasan karyawan.
- c. Mengelola dan mengendalikan anggaran belanja SDM.

7. *Head Pembelian*

- a. Menentukan barang, jasa dan perlengkapan yang dibutuhkan.
- b. Memonitor dan memprediksi sisa *stock* barang.
- c. Melakukan riset dan mencari barang serta *supplier* baru serta menilai tender dari *supplier* potensial.
- d. Melakukan negosiasi harga dan menyetujui kontrak serta *update* dengan tren pasar.

8. SPV

- a. Mengatur karyawan serta memberikan motivasi kerja kepada karyawan.
 - b. Mampu menjelaskan deskripsi pekerjaan dengan baik serta mampu memberikan arahan pada karyawan.
 - c. Melakukan kontrol dan evaluasi kinerja karyawan.
 - d. Merencanakan, menempatkan, mengatur, mengarahkan serta mengawasi terhadap tugas atau pekerjaan dan kegiatan dalam lingkungan kerja.
9. Sales
- a. Melakukan penjualan produk atau jasa perusahaan.
 - b. Merekap hasil penjualan yang telah dilakukan secara *detail*.
 - c. Menetapkan rencana dan strategi yang harus dilakukan kedepannya.
 - d. Mempunyai wawasan dan relasi yang luas.
 - e. Menjamin kepuasan pelanggan.

B. Deskripsi Karakteristik Responden

1) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin dan status pernikahan sebagai berikut yaitu:

Tabel 4.1.
Jenis Kelamin * Status Pernikahan

		Status Pernikahan			Total
		Lajang	Menikah	Janda/Duda	
Jenis Kelamin	Laki Laki	36	5	5	46
	Perempuan	31	2	1	34
Total		68	7	5	80

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, Versi 20.5, 2021.

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa mayoritas konsumen produk L'GS Casual Medan yang menjadi responden adalah berjenis kelamin laki-laki yang masih lajang sebanyak 36 orang/responden alasannya karena laki-laki yang sudah menikah

lebih tertarik dan menyukai produk L'GS Casual dari segi kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap konsumen.

2) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan usia dan pendapatan perbulan sebagai berikut yaitu:

Tabel 4.2.
Usia Responden * Pendapatan Perbulan

		Pendapatan Perbulan					Total
		< 1.200.000	1.200.000-2.500.000	2.500.000-3.200.000	3.200.000-20.000.000	>20.000.000	
Usia	10-18 Tahun	3	5	6	0	0	14
	18-25 Tahun	0	2	22	4	0	28
	25-35 Tahun	0	2	0	12	1	15
	35-45 Tahun	0	0	9	2	1	12
	45-55 Tahun	0	0	4	2	5	11
Total		3	9	41	20	7	80

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, Versi 20.5, 2021.

Berdasarkan tabel 4.2. bisa dilihat bahwa mayoritas konsumen produk L'GS Casual yang menjadi responden berusia 18-25 tahun sebanyak 22 orang/responden dengan rata-rata berpendapatan perbulan Rp. 2.500.000-3.200.000, alasannya orang yang sudah berusia 18-25 dominan menyukai produk L'GS Casual karena memiliki kualitas produk dan kualitas pelayanan untuk menarik perhatian yang diinginkan konsumen.

3) Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Berikut disajikan karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan sebagai berikut yaitu:

Tabel 4.3.
Tingkat Pendidikan * Pekerjaan

		Pekerjaan				Total
		Wirausaha	Karyawan	Pegawai Negri	TNI/polri	
Tingkat Pendidikan	SMA/SMK	0	2	0	0	2
	DIPLOMA	3	6	12	0	21
	Sarjana	1	23	5	0	29
	Master	0	2	3	2	7
	Doktor	0	4	15	2	21
Total		4	37	35	4	80

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, Versi 20.5, 2021.

Berdasarkan tabel 4.3. bisa dilihat bahwa mayoritas konsumen produk L'GS Casual yang menjadi responden tingkat pendidikan Sarjana sebanyak 23 orang/responden, dengan di dominasi karyawan, alasannya karena orang yang tingkat pendidikan sarjana suka membeli dan menggunakan produk L'GS Casual di karenakan produk L'GS Casual sendiri memiliki kualitas yang bagus dibandingkan produk lainnya.

4) Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Informasi

Berikut disajikan karakteristik responden berdasarkan informasi sebagai berikut yaitu:

Tabel 4.4.
Tingkat Pendidikan * Informasi

		Informasi Tentang L'GS Casual					Total
		Saudara	Tema n	Keluarga	Media Cetak	Media Online	
Tingkat Pendidik an	SMA/SMK	1	1	2	3	5	12
	DIPLOMA	2	1	6	5	5	19
	Sarjana	2	1	3	3	12	21
	Master	3	1	4	3	5	16
	Doktor	1	2	2	3	4	12
Total		9	6	17	17	31	80

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, Versi 20.5, 2021.

Berdasarkan tabel 4.4. bisa dilihat bahwa mayoritas konsumen produk L'GS Casual yang menjadi responden informasi tentang L'GS Casual media *online* sebanyak 12 orang/reesponden, dengan di dominasi tingkat pendidikan sarjana, dari total responden yang memakai dan mempunyai produk L'GS Casual, alasannya karena L'GS Casual sendiri sering melakukan promosi agar konsumen mengetahui tentang produk L'GS Casual untuk menghadapi persaingan pasar.

5) Karakteristik Responden Berdasarkan Saingan

Berikut disajikan karakteristik responden berdasarkan tingkat saingan sebagai berikut yaitu:

Tabel 4.5.
Tingkat Pendapatan Perbulan dan Persaingan L'GS Casual

		Informasi Tentang L'GS Casual					Total
		Zara	Adidas	Nike	Levi's	Gucci	
Penda patan Perbul an	< 1.200. 000	1	1	2	3	5	12
	1.200. 000- 2.500. 000	2	3	4	5	5	19
	2.500. 000- 3.200.000	2	2	2	3	12	21
	3.200. 000-20. 000. 000	3	1	4	3	5	16
	>20. 000. 000	1	2	2	3	4	12
Total		9	9	14	17	31	80

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, Versi 20.5, 2021.

Berdasarkan tabel 4.5. diatas dapat dilihat jika pendapatan perbulan yang berhubungan dengan saingan L'GS Casual paling banyak adalah merek Gucci sebanyak 12 orang/responden, alasannya karena merek Gucci merupakan saingan berat L'GS Casual di lapangan karena kualitas produk hampir sama.

6) Karakteristik Responden Asal Kedatangan

Berikut disajikan karakteristik responden berdasarkan Asal Kedatangan sebagai berikut yaitu:

Tabel 4.6.
Asal Kedatangan Konsumen dan Pekerjaan

		Asal Kedatangan				Total
		Kab. Langkat	Kota Binjai	Kota Medan	Lainnya	
Pekerjaan	Wirausaha	2	4	31	3	40
	Karyawan	3	3	21	2	29
	Pegawai Negri	0	4	3	0	7
	TNI/polri	0	0	3	1	4
Total		5	11	58	6	80

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, Versi 20.5, 2021.

Berdasarkan tabel 4.6. bisa dilihat bahwa mayoritas konsumen produk L'GS Casual yang menjadi responden asal kedatangan kota medan sebanyak 35 orang/responden yang berdominansi pekerjaan wirausaha. Alasannya karena L'GS Casual sendiri memiliki kualitas dan layanan yang unggul.

7) Karakteristik Responden dimana Membeli

Berikut disajikan karakteristik responden berdasarkan dimana anda membeli L'GS Casual sebagai berikut yaitu:

Tabel 4.7.
Asal Kedatangan Konsumen dan Pekerjaan

		Dimana membeli L'GS Casual					Total
		Medan Mall	Sun Plaza	Lippo Plaza	Centre Point Mall	Thamri n Plaza	
Pekerjaan	Wirausaha	1	1	2	3	5	12
	Karyawan	2	3	4	5	5	19
	Pegawai Negri	12	2	2	3	2	21
	TNI/polri	4	3	6	6	9	28
Total		19	9	14	17	21	80

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, Versi 20.5, 2021.

Berdasarkan tabel 4.7. bisa dilihat bahwa mayoritas konsumen produk L'GS Casual yang menjadi responden dimana membeli L'GS Casual sebanyak 12 orang/responden yang berdominansi pekerjaan Pegawai Negri. Alasannya karena Medan Mall sendiri memiliki lebih banyak pilihan dan layanan yang baik.

C. Deskripsi Variabel Penelitian

Penelitian ini 2 (Dua) variabel bebas yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan serta 1 (satu) variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan. Dalam penyebaran angket, masing-masing butir pernyataan dari setiap variabel harus di isi oleh responden yang berjumlah 80 orang. Adapun jawaban-jawaban dari responden yang diperoleh akan ditampilkan pada tabel-tabel berikut:

1) Kualitas Produk

Berikut ini deskripsi variabel penelitian dari indikator kualitas produk:

Tabel 4.8.
Pernyataan Variabel Kualitas Produk (X_1)

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	CS	S	SS	Total
1.	Bagaimana menurut Bapak/Ibu pembeli atau langganan merek L'GS Casual terhadap sistem kinerja produk yang ditawarkan?	-	1	2	3	46	28	80
2.	Bagaimana menurut Bapak/Ibu pembeli atau langganan merek L'GS Casual terhadap kehandalan produk yang ditawarkan?	1	-	1	19	38	21	80
3.	Bagaimana menurut Bapak/Ibu pembeli atau langganan kesesuaian karakteristik desain dan operasi merek L'GS Casual?	-	-	-	15	44	21	80
4.	Bagaimana menurut Bapak/Ibu pembeli atau langganan terhadap daya tahan produk merek L'GS Casual?	-	1	3	7	48	21	80
5.	Bagaimana menurut Bapak/Ibu pembeli atau langganan pada kemampuan pelayanan penawaran produk merek L'GS Casual?	-	2	-	23	26	29	80
6.	Bagaimana menurut Bapak/Ibu pembeli atau langganan estetika dalam keindahan dan kenyamanan suatu produk merek L'GS Casual?	-	-	1	15	46	18	80
Total		1	4	7	82	248	138	480
Total positif/negatif		12			468			
Rata positif/negatif		0,04 (4%)			0,96 (96%)			

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, Versi 20.5, 2021.

Berdasarkan tabel 4.8. di atas merupakan jawaban responden atas variabel kualitas produk (X_1) menunjukkan rata-rata jawaban positif sebesar 0,96 (96%) responden dan dominan di jawab setuju 248 responden hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk mendapatkan respon yang baik di kalangan konsumen sehingga L'GS Casual di harapkan agar meningkatkan kualitas produknya dan mengikuti riset pasar yang telah di lakukan sehingga produk-produk yang ada dapat bersaing dengan produk merk lainnya yang ada baik didalam maupun diluar negeri.

2) Kualitas Pelayanan

Berikut ini deskripsi variabel penelitian dari indikator kualitas pelayanan:

Tabel 4.9.
Pernyataan Variabel Kualitas Pelayanan (X₂)

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	CS	S	SS	Total
1.	Bagaimana menurut Bapak/Ibu pembeli atau langganan <i>Tangible</i> terhadap jasa yang berkualitas yang terlihat dari fasilitas fisik produk merek L'GS Casual?	-	1	1	19	43	16	80
2.	Bagaimana menurut Bapak/Ibu <i>Emphaty</i> yang wajar ditawarkan saat membeli produk L'GS Casual?	-	2	1	12	44	21	80
3.	Bagaimana menurut Bapak/Ibu, apakah <i>Reliability</i> memiliki kepercayaan produk saat membeli L'GS Casual?	-	3	2	25	25	25	80
4.	Bagaimana <i>Responsivenes</i> Bapak/Ibu mengalami dukungan dari perusahaan saat membeli merek L'GS Casual?	1	2	1	22	35	19	80
5.	Bagaimana menurut Bapak/Ibu, apakah setelah membeli merek L'GS Casual perusahaan berjanji terhadap kualitas merek tersebut?	-	-	1	12	34	33	80
Total		1	8	6	90	181	114	400
Total positif/negatif		15			385			
Rata positif/negatif		0,15 (15%)			0,85 (85%)			

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, Versi 20.5, 2021.

Dari Tabel 4.9. di atas merupakan jawaban responden atas variabel kualitas pelayanan (X₂) menunjukkan rata-rata jawaban positif sebesar 0,85 (85%) responden dan dominan di jawab setuju 181 responden hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan L'GS Casual mendapatkan respon yang baik di kalangan konsumen sehingga di harapkan agar L'GS Casual meningkatkan pelayanan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap konsumen dilapangan karna pelayanan

yang baik merupakan cara perusahaan atau setiap produk yang dijual untuk menarik perhatian pembeli untuk memiliki barang atau jasa yang diinginkan konsumen.

3) Kepuasan Pelanggan (Y)

Berikut ini deskripsi variabel penelitian dari indikator kepuasan pelanggan:

Tabel 4.10.
Pernyataan Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	CS	S	SS	Total
1.	Bagaimana menurut Bapak/Ibu merasa puas atau tidak setelah membeli produk merek L'GS Casual?	-	1	1	4	58	16	80
2.	Bagaimana menurut Bapak/Ibu pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk L'GS Casual apabila tercapainya harapan yang inginkan?	-	-	1	12	44	23	80
3.	Bagaimana menurut Bapak/Ibu pelanggan apakah selalu merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk merek L'GS casual?	-	2	1	12	43	22	80
4.	Bagaimana menurut Bapak/Ibu pelanggan apakah terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk L'GS casual?	-	1	-	11	47	21	80
Total		-	4	3	39	192	82	320
Total positif/negatif		7			313			
Rata positif/negatif		0,02 (2%)			0,98 (98%)			

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, Versi 20.5, 2021.

Dari Tabel 4.10. di atas merupakan jawaban responden atas variabel kepuasan pelanggan (Y) menunjukkan rata-rata jawaban positif sebesar 0,98 (98%) responden dan dominan di jawab setuju 192 responden hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan L'GS Casual mendapatkan respon yang baik di kalangan konsumen

sehingga di harapkan agar L'GS Casual meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan agar konsumen tetap setia dan tidak ragu untuk membeli merek L'GS Casual.

D. Uji Kualitas Data

1) Uji Validitas

Berikut ini disajikan pengujian validitas dari item kuisioner yang diberikan kepada responden dan pengolahan tabulasi jawaban responden dan variabel yang digunakan sebagai berikut:

**Tabel 4.11. Uji Validitas Kualitas Produk
Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pembeli atau langganan merek L'GS Casual terhadap sistem kinerja produk yang ditawarkan	43,93	28,222	,527	,665
Pembeli atau langganan merek L'GS Casual terhadap kehandalan produk yang ditawarkan	43,69	28,648	,546	,667
Pembeli atau langganan kesesuaian karakteristik desain dan operasi merek L'GS Casual	43,58	27,640	,537	,659
Pembeli atau langganan terhadap daya tahan produk merek L'GS Casual	43,68	29,842	,342	,694
Pembeli atau	43,41	29,688	,385	,702

langganan pada kemampuan pelayanan penawaran produk merek L'GS Casual				
Pembeli atau langganan estetika dalam keindahan dan kenyamanan suatu produk merek L'GS Casual	43,53	30,025	,392	,701

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, Versi 20.5, 2021

Dari Tabel 4.11. di atas diperoleh hasil bahwa jumlah sampel penelitian sebanyak $n = 80$, sehingga diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0.30. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item pada variabel kualitas produk (X_1), telah memenuhi syarat validitas yaitu $r_{hitung} > r_{tabel}$. Oleh sebab itu indikator penelitian tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dan dapat dinyatakan valid.

**Tabel 4.12. Uji Validitas Kualitas Pelayanan
Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pembeli atau langganan <i>Tangible</i> terhadap jasa yang berkualitas yang terlihat dari fasilitas fisik produk merek L'GS Casual	35,77	34,404	,470	,715
<i>Emphaty</i> yang wajar ditawarkan saat membeli produk L'GS Casual	35,77	32,480	,662	,682
<i>Reliability</i> memiliki kepercayaan produk saat membeli L'GS Casual	35,61	31,937	,580	,687

<i>Responsiveness</i> mengalami dukungan dari perusahaan saat membeli merek L'GS Casual	35,75	35,177	,372	,730
Setelah membeli merek L'GS Casual perusahaan berjanji terhadap kualitas merek tersebut	35,57	35,285	,375	,730

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, Versi 20.5, 2021.

Dari Tabel 4.12. di atas diperoleh hasil bahwa jumlah sampel penelitian sebanyak $n = 80$, sehingga diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0.30. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item pada variabel kualitas pelayanan (X_2), telah memenuhi syarat validitas yaitu $r_{hitung} > r_{tabel}$. Oleh sebab itu indikator penelitian tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dan dinyatakan valid dan sah.

**Tabel 4.13. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan
Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Merasa puas atau tidak setelah membeli produk merek L'GS Casual	26,71	30,764	,381	,758
Pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk L'GS Casual apabila tercapainya harapan yang inginkan	26,70	28,111	,598	,709
Pelanggan apakah selalu merekomendasikan kepada orang lain	26,66	26,150	,650	,684

untuk membeli produk merek L'GS casual				
Pelanggan apakah terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk L'GS casual	26,90	28,876	,462	,736

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, Versi 20.5, 2021.

Dari Tabel 4.13. di atas diperoleh hasil bahwa jumlah sampel penelitian sebanyak $n = 80$, sehingga diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0.30. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item pada variabel kepuasan pelanggan (Y), telah memenuhi syarat validitas yaitu $r_{hitung} > r_{tabel}$. Oleh sebab itu indikator penelitian tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dan dinyatakan valid dan sah.

2) Uji Realibitas

Menurut Ghozali (2017) Reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian dilakukan dengan cara mencoba instrumen sekali saja, kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan teknik tertentu. Dalam hal ini teknik yang digunakan adalah teknik *Cronbach's Alpha*. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ maka pernyataan tersebut dinyatakan reliabel. Sebaliknya, jika nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,60$ maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak reliabel.

**Tabel 4.14. Uji Reabilitas
Kualitas Produk**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,707	7

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, Versi 20.5, 2021.

**Tabel 4.15. Uji Reabilitas
Kualitas Pelayanan**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,739	6

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, Versi 20.5, 2021.

**Tabel 4.16. Uji Reabilitas
Kepuasan Pelanggan**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,755	5

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, Versi 20.5, 2021.

Berdasarkan tabel 4.14. di atas, hasil output SPSS diketahui nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,707 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan yang telah disajikan kepada responden yang terdiri dari 6 butir pernyataan pada variabel kualitas produk adalah reliabel atau dikatakan handal.

Berdasarkan tabel 4.15. di atas, hasil output SPSS diketahui nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,739 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan yang telah disajikan kepada responden yang terdiri dari 5 butir pernyataan pada variabel kualitas pelayanan adalah reliabel atau dikatakan handal.

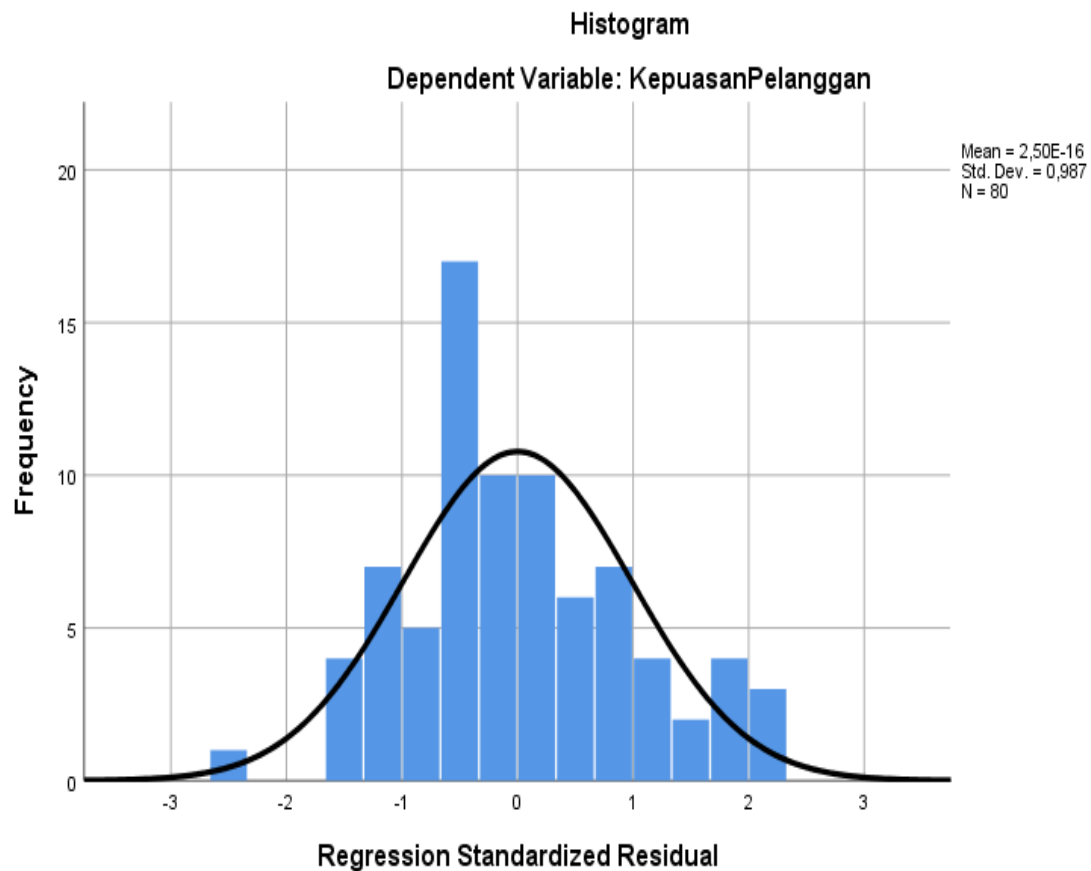
Berdasarkan tabel 4.16. di atas, hasil output SPSS diketahui nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,755 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan yang telah disajikan kepada responden yang terdiri dari 4 butir pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan adalah reliabel atau dikatakan handal.

E. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis dari penelitian ini, terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik untuk memastikan bahwa alat uji regresi linier berganda layak atau tidak untuk digunakan dalam pengujian hipotesis.

1) Uji Normalitas Data

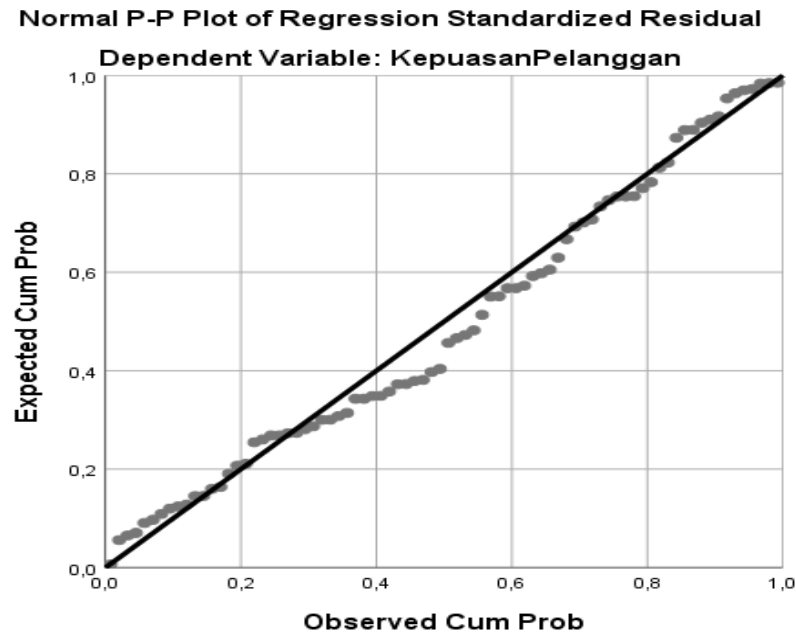
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi, variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik distribusi data normal atau mendekati normal.



Gambar 4.2 Histogram Uji Normalitas

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, Versi 20.5, 2021.

Berdasarkan Gambar 4.2 di atas, hasil pengujian normalitas data diketahui bahwa data telah berdistribusi secara normal, dimana gambar histogram memiliki garis membentuk lonceng dan tidak memiliki kecembungan kemiringan ke kiri ataupun kanan.



Gambar 4.3 Scatterplot Uji PP Plot Uji Normalitas
Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, Versi 20.5, 2021.

Berdasarkan Gambar 4.3 di atas, hasil pengujian normalitas data dengan menggunakan gambar PP Plot terlihat titik-titik data untuk variabel kepuasan pelanggan yang menyebar berada di sekitar garis diagonal sehingga data telah berdistribusi secara normal. Kedua gambar diatas, maka dapat disimpulkan bahwa setelah dilakukan uji normalitas data, data untuk variabel kualitas produk, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan terdistribusi secara normal. Cara untuk lebih memastikan apakah data disepanjang garis diagonal tersebut berdistribusi

normal atau tidak, maka dilakukan uji Kolmogorov Smirnov (1 Sample KS) yakni dengan melihat data residualnya apakah distribusi normal atau tidak.

H_0 : Data residual terdistribusi normal apabila Sig hitung > 0.05 .

H_A : Data residual tidak terdistribusi normal apabila Sig hitung < 0.05 .

Tabel. 4.17.
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,42431711
Most Extreme Differences	Absolute	,098
	Positive	,098
	Negative	,043
Test Statistic		,098
Asymp. Sig. (2-tailed)		,157 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, Versi 20.5, 2021.

Berdasarkan Tabel 4.17. di atas, diperoleh sig. K-S $> 0,05$ (nilai α) yaitu 0,157 $> 0,05$. Dengan demikian, H_0 diterima artinya residual terdistribusi dengan normal. Dengan demikian, secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa nilai-nilai observasi data telah terdistribusi secara normal dan dapat dilanjutkan dengan uji asumsi klasik lainnya.

2) Uji Multikolinearitas

Hasil pengujian multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 4.18. sebagai berikut:

Tabel 4.18.
Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	KualitasProduk	,998	1,002
	KualitasPelayanan	,998	1,002

a. Dependent Variable: KepuasanPelanggan

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, Versi 20.5, 2021.

Pada tabel 4.18. dapat dijelaskan bahwa nilai Tolerance dan VIF untuk variabel bebas adalah sebagai berikut:

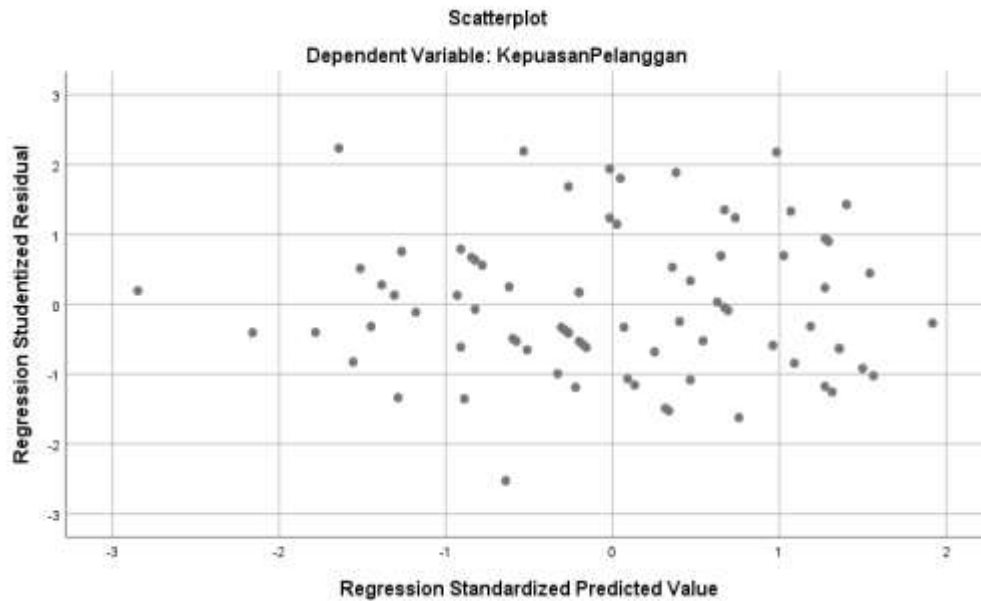
- a) Variabel kualitas produk (X_1) mempunyai nilai Tolerance = 0,998 dan nilai VIF = 1,002.
- b) Variabel kualitas pelayanan (X_2) mempunyai nilai Tolerance = 0,998 dan nilai VIF = 1,002

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS 20.5 atas nilai Tolerance dan VIF diatas dapat diketahui bahwa variabel tersebut mempunyai nilai Tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 , sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa antar variabel independen (kualitas produk, kualitas pelayanan) tidak terjadi gejala multikolinearitas (antar variabel independen tidak mempunyai korelasi).

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk mendeteksi gejala heteroskedastisitas

dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID).



Gambar 4.4 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas
Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, Versi 20.5, 2021.

Berdasarkan gambar 4.4 di atas, gambar scatterplot menunjukkan bahwa titik-titik yang dihasilkan menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola atau trend garis tertentu. Gambar di atas juga menunjukkan bahwa sebaran data ada di sekitar titik nol. Dari hasil pengujian ini menunjukkan bahwa model regresi ini bebas dari masalah heteroskedastisitas, dengan perkataan lain: variabel-variabel akan diuji dalam penelitian ini bersifat homoskedastisitas.

F. Uji Kesesuaian (*Test Goodness Of Fit*)

1) Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda bertujuan menghitung besarnya pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat dan memprediksi variabel terikat dengan

menggunakan dua atau lebih variabel bebas. Rumus analisis regresi berganda sebagai berikut: $Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$

Tabel 4.19.
Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	B	Unstandardized Coefficients	
		Std. Error	
1 (Constant)	,228	1,710	
KualitasProduk	,057	,056	
KualitasPelayanan	,827	,051	

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, Versi 20.5, 2021.

Berdasarkan pada Tabel 4.19. di atas maka persamaan regresi linear berganda dalam penelitian adalah:

$$Y = 0,228 + 0,057 X_1 + 0,827 X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

- a) Konstanta (a) = 0,228 menyatakan bahwa jika variabel kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2) bernilai tetap maka variabel kepuasan pelanggan (Y) pada merek L'GS Casual adalah sebesar 0,228.
- b) Koefisien X_1 (b_1) = 0,057 menyatakan bahwa variabel kualitas produk (X_1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) pada merek L'GS Casual atau dengan kata lain jika variabel kualitas produk semakin diperbaiki sebesar satu satuan maka kepuasan pelanggan pada merek L'GS Casual akan bertambah sebesar 0,057.
- c) Koefisien X_2 (b_2) = 0,827 menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan

pelanggan (Y) pada merek L'GS Casual atau dengan kata lain jika variabel kualitas pelayanan semakin diperbaiki sebesar satu satuan maka kepuasan pelanggan pada merek L'GS Casual akan bertambah sebesar 0,827.

2) Uji Hipotesis

a) Uji Parsial

Uji-t dilakukan untuk mengetahui signifikan dipengaruhi dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak dilakukan dengan cara membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} pada tingkat signifikan $\alpha = 0,05$. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak sedangkan jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Angka t_{tabel} sebagai berikut :

nilai $df = 80 - 3 = 77$ adalah 1,664.

Tabel 4.20. Berikut ini merupakan hasil uji hipotesis parsial (Uji-t) yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.20.
Uji Parsial
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients			t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	,228	1,710		,134	,002
KualitasProduk	,057	,056		2,020	,000
KualitasPelayanan	,827	,051		16,257	,000

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, Versi 20.5, 2021.

Berdasarkan Tabel 4.20. di atas diperoleh hasil sebagai berikut:

- 1) Diperoleh t_{hitung} kualitas produk $> t_{tabel}$ (2,020) $>$ (1,664) atau probabilitas sig (0,00) $<$ 0,05. Berdasarkan hasil yang diperoleh maka H_0 ditolak dan H_1

diterima untuk variabel kualitas produk. Jadi, secara parsial berpengaruh yang positif dan signifikan dari variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di L'GS Casual.

- 2) Diperoleh t_{hitung} kualitas pelayanan $> t_{tabel}$ (16,257) $>$ (1,664) atau probabilitas sig (0,00) $<$ 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima untuk variabel kualitas pelayanan. Jadi, secara parsial berpengaruh yang positif dan signifikan dari variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di L'GS Casual.

b) Uji Simultan

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara serempak berpengaruh atau tidak secara positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan di L'GS Casual. Pada penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan F_{tabel} pada tingkat signifikan $\alpha = 0,05$. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak sedangkan jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Adapun angka F_{tabel} atau F_{hitung} adalah sebagai berikut :

$df_1 = k - 1 = 3 - 1 = 2$ di mana k adalah jumlah variabel dependen dan independen.

$df_2 = n - k = 80 - 2 = 78$ di mana n adalah jumlah sampel. Jadi, $t_{tabel} 80 = 3,11$.

Berikut ini disajikan hasil uji simultan sebagai berikut:

Tabel 4.21.
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	556,122	2	278,061	33,595	,000 ^b
	Residual	160,266	77	2,081		
	Total	716,387	79			

a. Dependent Variable: Abs_RES

b. Predictors: (Constant), KualitasPelayanan, KualitasProduk

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, Versi 20.5, 2021.

Berdasarkan Tabel 4.21. di atas, menunjukkan bahwa $F_{hitung} (33,595) > F_{tabel} (3,11)$ atau probabilitas sig $(0,000) < 0,05$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Jadi, variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggandi L'GS Casual.

3) Uji Determinasi

Koefisien determinasi ditunjukkan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Jika koefisien determinasi (R^2) semakin besar atau mendekati 1 (satu) maka dapat dikatakan bahwa kemampuan variabel bebas (X) adalah besar terhadap variabel terikat (Y).

Tabel 4.22.
Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,881 ^a	,776	,770	1,443	1,733

a. Predictors: (Constant), KualitasPelayanan, KualitasProduk

b. Dependent Variable: KepuasanPelanggan

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, Versi 20.5, 2021.

Berdasarkan tabel 4.22. di atas dapat dilihat bahwa angka adjusted R Square 0,770 yang dapat disebut koefisien determinasi yang dalam hal ini berarti 77% kepuasan pelanggan dapat diperoleh dan dijelaskan oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya $100\% - 77\% = 23\%$ dijelaskan oleh faktor lain atau variabel diluar model, seperti faktor kepercayaan, harga dan citra merek.

G. Pembahasan

1) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil dari variabel kualitas produk menunjukkan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Diperoleh t_{hitung} kualitas produk $> t_{tabel}$ $(2,020) > (1,664)$ atau probabilitas sig $(0,00) < 0,05$. Berdasarkan hasil yang diperoleh maka H_0 ditolak dan H_1 diterima untuk variabel kualitas produk. Jadi, secara parsial berpengaruh yang positif dan signifikan dari variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di L'GS Casual.

Menurut Utami Halida (2013) yang merupakan penelitian terdahulu yang mengatakana bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan uji F (simultan) yang menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada usaha dagang Ria Catering Pekan Baru.

Menurut Kotler dan Keller (2010) kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Hasil penelitian ini searah dengan teori kualitas produk, karena dimaksud bahwa kualitas produk merupakan suatu harapan kepuasan konsumen terhadap kualitas produk yang di beli. Hal ini

menunjukkan dalam penelitian ini kualitas produk di L'GS Casual medan merupakan hal penting dalam memberikan kepuasan pelanggan terhadap produk dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen, dan menyatakan bahwa pihak L'GS Casual medan mendapatkan respon positif dari konsumen karena menyesuaikan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan.

2) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil dari variabel kualitas produk menunjukkan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Diperoleh t_{hitung} kualitas pelayanan $> t_{tabel}$ $(16,257) > (1,664)$ atau probabilitas sig $(0,00) < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima untuk variabel kualitas pelayanan. Jadi, secara parsial berpengaruh yang positif dan signifikan dari variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di L'GS Casual.

Menurut Utami Halida (2013) yang merupakan penelitian terdahulu yang mengatakana bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan uji F (simultan) yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada usaha dagang Ria Catering Pekan Baru.

Menurut Tjiptono (2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Harapan konsumen merupakan keyakinan konsumen sebelum mencoba atau membeli suatu produk yang dijadikan acuan dalam menilai kinerja produk tersebut. Hasil penelitian ini searah dengan teori kualitas pelayanan, karena dimaksud bahwa kualitas pelayanan

merupakan suatu harapan kepuasan pelanggan, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di L'GS Casual mendapatkan respon positif dari kepuasan pelanggan karena di L'GS Casual harus lebih meningkatkan dan memperhatikan keinginan dan kemudahan apa yang di inginkan oleh pelanggan.

3) Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil dari gabungan variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa $F_{hitung} (33,595) > F_{tabel} (3,11)$ atau probabilitas sig $(0,000) < 0,05$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Jadi, variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di L'GS Casual.

Menurut Utami Halida (2013) yang merupakan penelitian terdahulu yang mengatakana bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan uji F (simultan) yang menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada usaha dagang Ria Catering Pekan Baru.

Penulis menyimpulkan jika penelitian ini berbanding lurus dengan hasil penelitian sebelumnya, Puspitasari Linda 2016 dengan judul pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (Studi Kasus Waroeng Spesial Sambal "SS" Purwokerto) yang dimana hasil penelitiannya menunjukkan

jika variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan. Di simpulkan bahwa kepuasan pelanggan dapat di pengaruhi oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan, sehingga dapat di katakan kepuasan pelanggan dapat di lihat dari kualitas produk dan kualitas pelayanan dari produk L'GS Casual medan yang di pasarkan. Hasil penelitian tersebut mendukung penelitian yang penulis lakukan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

- 1) Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis menunjukkan bahwa kualitas produk menunjukkan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di L'GS Casual Medan. Dengan demikian hasil penelitian yang telah dilakukan dengan hasil berbanding lurus dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini.
- 2) Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan menunjukkan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di L'GS Casual Medan. Dengan demikian hasil penelitian yang telah dilakukan dengan hasil berbanding dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini.
- 3) Berdasarkan hasil yang disimpulkan bahwa pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara serempak berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di L'GS Casual Medan. Dengan demikian hasil penelitian yang telah dilakukan dengan hasil berbanding lurus dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini.

Dan pelanggan yang datang membeli merek L'GS Casual Medan adalah yang dominan:

1. Laki laki
2. Menik

3. Usia 18-25 tahun.
4. Pendapatan perbulan Rp.2.500.000-3.200.
5. Pendidikan Sarjana
6. Bekerja sebagai wirausaha
7. Pembayaran kartu kredit
8. Asal kedatangan kota Medan dan diluar kota Medan
9. Informasi tentang L'GS Casual melalui Media cetak dan media online.

B. Saran

- 1) Merek L'GS Casual harus lebih meningkatkan lagi kinerja produk, kehandalan, kesesuaian dan daya tahan produk serta mengikuti pangsa pasar yang ada di Indonesia, khususnya yang berada di wilayah Medan dan sekitarnya seperti mengikuti perkembangan pasar dalam bentuk, tipe, kualitas produk yang lebih di minati oleh konsumen.
- 2) Karyawan diharapkan untuk lebih aktif bertanya kepada para konsumen yang telah membeli merek L'GS Casual, yang dimana hal ini tentunya meningkatkan rasa nyaman dari pihak konsumen seperti memberikan pelayanan lebih dan ramah kepada konsumen, bertanya tentang kendala yang dirasakan kepada konsumen serta mendengarkan keluhan yang ada pada pemakai merek L'GS Casual sendiri.
- 3) Di sarankan untuk penelitian selanjutnya agar melakukan penambahan variasi dalam penelitian dan menjadi masukan pada merek L'GS Casual. Seperti penambahan variabel faktor kepercayaan, harga dan citra merek.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofyan. 2018. *Manajemen Pemasaran. Second Edition*. Jakarta : Rajawali Press.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi dengan Program IBM SPSS Analisis Multivariate*. Jakarta : Universitas Diponegoro. YKPN.
- Irawan dan Handi. 2018. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.
- Kartajaya, Herman. 2018. *Marketing 4.0*. Penerbit: Jakarta Gramedia Pustaka Utama. Kode Buku 658.8.
- Kasmir. 2016. *Pemasaran Jasa*. Jakarta : Graya Grafindo Persada.
- Kotler, P. dan C. Keller. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ketiga Belas. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2017. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jakarta : Erlangga.
- Lovelock, Christopher H. 2019. *Pemasaran Jasa Perspektif*. Edisi 7. Jakarta : Erlangga.
- Mauluddin, Hanif. 2019. *Marketing Research : Panduan Bagi Manajer dan Pimpinan Perusahaan Organisasi*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Maulana, Ade Syarif. 2016. *Pengaruh Kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan PT. Toi*. Jln. Arjuna Utara No. 9 Kebon Jeruk Jakarta. Fakultas Ekonomi dan Bisnis : Universitas Esa Unggul Jakarta.
- Nugroho, Roman Satrio. 2015. *Pengaruh harga iklan, dan kualitas produk terhadap kepuasan pembelian kartu seluler indosat mentari (Studi Kasus Pada Universitas Muhammadiyah Surakarta)*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah.
- Pramono, C. (2018). Pengaruh Suku Bunga, Struktur Aktiva Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal Dengan Moderasi Profitabilitas Pada Perusahaan Sektor Aneka Industri Di Bursa Efek Indonesia. JUMANT, 7(1), 45-56.
- Priyatnoo, Dwi. 2015. *Mandiri Belajar SPSS Hand Book*. Yogyakarta : Mediacom.

- Puspitasari, Linda. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Waroeng Spesial Sambel "SS" Purwokerto)*. Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syari'ah (S.E. Sy.). Jurusan : Ekonomi Syari'ah.
- Rahayu, S., & Satria, C. (2019). The Effect of Supply Chain Strategy and Marketing Mixes on Purchase Decisions Sharia Productin Palembang Region. *International Journal of Supply Chain Management*, 8(3), 389-395.
- Ritonga, H. M. (2018). Analisis kualitas, desain, dan karakteristik terhadap produk jasa pada bank bri medan. *Jumant*, 7(1), 37-44.
- Saragih, M. G. (2019). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction (Studi Pada Pelanggan Toko Online Shopee Di Kota Medan): Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction (Studi Pada Pelanggan Toko Online Shopee Di Kota Medan). *Jurnal Mantik*, 3(1), 190-195.
- Sawitri, Ni Putu. 2016. *Manajemen Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. Bandung : Alfabeta.
- Sopiah. 2017. *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Sopiah dan Etta Mamang Sangadji. 2016. *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Ke 16. Bandung : Alfabeta.
- Suharyadi dan Purwanto S.K. 2017. *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Buku 1 Edisi 2. Salemba Empat. Jakarta : ALM.
- Syahputra Rangga. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada pembelian t-shirt L'GS Casual*. Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharmawan Medan.
- Tjiptono, Fandy. 2019. *Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Jawa Timur : Bayu Media Publishing.
- Utami, Halida. 2013. *Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Dagang Ria Catering Pekan baru*. Program S.1. Jurusan: Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Wahyu, Ariani. D. 2019. *Manajemen Operasi Jasa*. Cetakan Pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu.