

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PRODUK YONEX PADA PERSATUAN BULU TANGKIS BERKAH
MANUNGGALE TRANGSAN GATAK SUKOHARJO**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-Tugas dan Syarat-Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi
Surakarta**

Disusun Oleh :
Stevanus Gangsar Ndrajati

18.12.0016

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

SURAKARTA

2022

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nama : Stevanus Gangsar Ndrajati
NIM : 18120016
Program Studi : SI Manajemen
Judul : Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen
Produk Yonex pada Persatuan Bulu Tangkis Berkah
Manunggal Trangsan Gatak Sukoharjo

Disetujui

Hari , Senin

Tanggal : 5 Desember 2022

Pembimbing,



Dr. Budi Istiyanto, SE, MM, M.H

NIDN. 0625127401

Mengetahui,

Kepala Program Studi SI Manajemen



Tri Ratna Pamikatsih, SE., M.B.A.

NIDN. 0610119201

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Stevanus Gangsar Ndrajati
NIM : 18120016
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen
Produk Yonex pada Persatuan Bulu Tangkis Berkah
Manunggal Trangsan Gatak Sukoharjo

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan tim penguji skripsi Sekolah Tinggi Ilmu
Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta) dan diterima untuk memenuhi persyaratan gelar
Sarjana Manajemen.

Pada Hari : Senin

Tanggal : 5 Desember 2022

Tim Penguji

Tanda Tangan

Ketua : Dr.Budi Istiyanto,SE.MM.M.H.

(.....)

Anggota : Tri Ratna Pamikatsih, SE., M.B.A.

(.....)

Mengetahui,

Ketua STIES Surakarta



Dr.Budi Istiyanto,SE.MM.M.H

NIDN. 0625127401

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PRODUK YONEX PADA PERSATUAN BULU TANGKIS BERKAH
MANUNGAL TRANGSAN GATAK SUKOHARJO**

Tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi lain dan tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya akui seolah – olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya. Apabila di kemudian hari saya terbukti melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah – olah hasil pemikiran saya sendiri, gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh perguruan tinggi batal saya terima.

Pembuat Pernyataan



(Stevanus Gangsar Ndrajati)

MOTTO

“ Jangan menunda sampai besok apa yang bisa kau lakukan hari ini “

“ Pendidikan adalah paspor masa depan, karena hari esok adalah milik mereka yang mempersiapkan hari ini “
(Malcolm X)

“Takut akan TUHAN adalah permulaan pengetahuan, tetapi orang bodoh menghina hikmat dan didikan”
Amsal 1 : 7

HALAMAN PERSEMBAHAN

Seiring rasa syukur yang mendalam kepada Tuhan Yang Maha Esa, dengan telah diselesaikannya skripsi ini penulis mempersembahkan untuk:

1. Kedua orang tua yang senantiasa memberikan doa, semangat, dukungandan kasih sayang.
2. Bapak Dr. Budi Istiyanto, SE., MM., MH selaku dosen pembimbing yang senantiasa membimbing, memberikan pengarahan dan pencerahan dan Bapak Muhamad Luqman Hakim, SE., MBA selaku dosen penguji
3. Odelia Christiana U, A.md.Kes yang selalu memberikan dukungan baik moril dan materil
4. Seluruh Civitas akademika, dosen, karyawan, mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta
5. Teman – Teman diluar kampus yang telah berbagi ilmu dan motivasi

KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa berkat limpahan rahmat, karunia dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Skripsi yang merupakan persyaratan yang harus ditempuh oleh Strata 1 (S1) Manajemen program studi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta guna menyelesaikan jenjang pendidikan.

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang membantu kelancaran penulisan skripsi ini baik berupa dorongan moril maupun materil. Penulis menyadari tanpa bantuan dan dukungan tersebut, sulit rasanya bagi peneliti untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini perkenankanlah penulis menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta dan juga selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa membimbing dan memberikan pencerahan ilmu
2. Ibu Tri Ratna Pamikatsih, S.E., M.B.A. selaku Kepala Program Studi Manajemen
3. Bapak – Ibu Dosen dan Karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu kepada peneliti.
4. Seluruh *civitas* akademika, karyawan, dan seluruh mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
5. Ibu Sri Sunarni dan Bapak Siyam Prasetyo selaku orang tua. Terima kasih atas seluruh doa, semangat, dukungan, perjuangan dan pengorbanan yang luar biasa.

6. Odelia Christiana U, A.md.Kes yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan doa.
7. Sahabat, teman dan keluarga besar S1 Manajemen A yang selalu memberikan semangat dan doa.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah banyak membantu dalam penyelesaian Laporan Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih memiliki banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang membangun kesempurnaan Laporan Skripsi ini.

Semoga Laporan Skripsi ini dapat bermanfaat dan berkontribusi bagi seluruh pihak pada umumnya dan bagi Mahasiswa Akuntansi dan Manajemen khususnya di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.

Sukoharjo, 29 Desember 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	2
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
A. Landasan Teori	5
B. Penelitian Terdahulu.....	8
C. Kerangka Pikir	9
D. Hipotesis	12

BAB III METODE PENELITIAN	16
A. Objek Penelitian	16
B. Jenis Penelitian dan Sumber Data	16
C. Populasi dan Sampel.....	17
D. Teknik Pengumpulan Data	18
E. Definisi Operasional	19
F. Teknik Analisis Data	20
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	27
A. Identitas Responden.....	27
B. Analisis Data	27
C. Pembahasan	38
BAB V PENUTUP.....	42
A. Kesimpulan.....	42
B. Saran	43

DAFTAR TABEL

	Halaman
Table 2.1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1 Definisi Operasional	19
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	27
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas	28
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas	29
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas	30
Tabel 4.5 Hasil Uji Heterokosdastisitas	30
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas	31
Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	32
Tabel 4.8 Hasil Uji t	35
Tabel 4.9. Hasil Uji F	37
Tabel 4.10. Hasil Uji Koefisien Determinasi	37

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pikir	11

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuiseoner Penelitian

Lampiran 2. Data Responden

Lampiran 3. Uji Instumen Data

Lampiran 4. Uji Asumsi Klasik

Lampiran 5. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Lampiran 6. Tabel t

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kinerja, keistimewaan, kehandalan, daya tahan, estetika, dan citra/reputasi terhadap kepuasan konsumen. Pendekatan penelitian yang akan digunakan adalah pendekatan kuantitatif yang bersifat asosiatif. Adapun obyek penelitian yaitu Persatuan Bulu Tangkis Berkah Manunggal Trangsan Gatak Sukoharjo dengan populasi 100 anggota dengan menggunakan sampel jenuh. Teknik analisis menggunakan uji asumsi klasik, metode regresi linear berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi. Pengolahan data menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kehandalan dan citra/reputasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan tidak adanya pengaruh pada kinerja, keistimewaan, daya tahan, estetika terhadap kepuasan konsumen.

Saran Pada produk Yonex sebaiknya memperbaiki dan lebih meningkatkan aspek-aspek yang berkaitan dengan fitur-fitur *High Elastic Shaft* dan *High Rebound Foam* dan diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambah variabel Endorse/ iklan elektronik, Kepercayaan dan variabel lainnya.

Kata Kunci : Kinerja, Keistimewaan, Kehandalan, Daya Tahan, Estetika, Citra/Reputasi, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

The purpose of this research is to identify and analyze the effect of performance, features, reliability, durability, aesthetics and image/reputation on customer satisfaction. The research approach to be is an associative quantitative approach. The research object is the Berkah Manunggal Trangsan Gatak Sukoharjo Badminton Union Association with a population of 100 members using a saturated sample. The analysis technique is the classical assumption test, multiple linear regression method, hypothesis testing and coefficient of determination test. Data processing using SPSS software version 25.

The result of this study indicates that reliability and image/reputation have a positive and significant effect on customer satisfaction and there is no effect on performance, features, durability, aesthetics on customer satisfaction.

Suggestion Yonex products should improve and further High Elastic Shaft and High Rebound Foam features and it is hoped that future researchers can add Endorse/ electronic advertising, Trust and other variables.

Keyword: Performance, Privileges, Reliability, Durability, Aesthetics, Image/Reputation, Customer Satisfaction.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Permainan bulu tangkis atau *badminton* adalah salah satu cabang olahraga yang terkenal dan banyak diminati seluruh masyarakat di Indonesia, bahkan seluruh dunia. Permainan ini dimainkan dengan menggunakan raket sebagai alat pukul dan *shuttlecock* sebagai objek pukul, permainan ini dapat disajikan di lapangan tertutup maupun terbuka. Bentuk lapangan bulu tangkis empat persegi panjang yang diberi tandai dengan garis, dibatasi dengan net guna membatasi antara daerah permainan sendiri dan permainan lawan. Permainan bulu tangkis bersifat individual, dapat diperagakan satu orang lawan satu orang atau dua orang lawan dua orang. Bisa dimainkan oleh putra, putri, bisa juga diperagakan oleh pasangan campuran putra dan putri. Sebagai olahraga bulutangkis yang diminati oleh masyarakat di Indonesia, banyak berkembang kegiatan manufaktur atau industri serta perseroan bidang peralatan bulu tangkis. (Uswan, 2013)

Penulis menetapkan Persatuan Bulu Tangkis Berkah Manunggal sebagai objek penelitian dikarenakan sebagai salah satu Persatuan Bulu Tangkis yang memiliki program jangka panjang dan sudah terbukti melahirkan pemain berkualitas baik dalam skala nasional ataupun internasional. Sebagai contoh

adalah Shesar Hiren Rhustavito yang berkarir sebagai pemain tunggal putra andalan Indonesia diantara sekian banyak brand perlengkapan badminton Yonex adalah brand terpopuler dan favorit di Indonesia tidak terkecuali di Persatuan Bulu Tangkis Berkah Manunggal Trangsan Gatak Sukoharjo.

Berdasarkan permasalahan di atas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas produk terhadap Kepuasan Konsumen Produk Yonex pada Persatuan Bulu tangkis Berkah Manunggal Trangsan Gatak Sukoharjo”

B. Perumusan Masalah

Latar belakang yang telah diuraikan, memiliki rumusan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah Kinerja (*Performance*) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen ?
2. Apakah Keistimewaan (*Features*) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen ?
3. Apakah Keandalan (*Reliability*) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen ?
4. Apakah Daya Tahan (*Durability*) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen ?
5. Apakah Estetika (*Aesthetic*) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen ?
6. Apakah Citra/Reputasi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen ?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan, penelitian ini memiliki tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk menguji pengaruh Kinerja (*Performance*) terhadap Kepuasan Konsumen
2. Untuk menguji pengaruh Keistimewaan (*Features*) terhadap Kepuasan Konsumen
3. Untuk menguji pengaruh Keandalan (*Reliability*) terhadap Kepuasan Konsumen
4. Untuk menguji pengaruh Daya Tahan (*Durability*) terhadap Kepuasan Konsumen
5. Untuk menguji pengaruh Estetika (*Aesthetic*) terhadap Kepuasan Konsumen
6. Untuk menguji pengaruh Citra/Reputasi terhadap Kepuasan Konsumen

D. Manfaat Penelitian

Setelah dilakukan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang berguna, baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis. Manfaat penelitian sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan untuk penelitian selanjutnya terkait dengan kepuasan konsumen

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Memberikan ilmu, kemampuan serta pengalaman bagi peneliti.

b. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dalam mempertimbangkan kualitas Produk Yonex yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

c. Bagi Akademisi

Diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik dengan pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan konsumen produk Yonex pada Persatuan Bulu Tangkis Berkah Manunggal Trangsan Gatak Sukoharjo.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2016:37) bahwa kualitas produk ialah suatu kesanggupan produk dalam menunaikan fungsi-fungsinya, kesanggupan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Menurut Arumsari (2012:45) bahwa kualitas produk adalah factor-faktor yang terkandung dalam sebuah barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil yang cocok dengan tujuan barang yang diproduksi. Menurut Ernawati (2019) bahwa kualitas produk adalah suatu hal penting yang merajai ketentuan setiap pelanggan dalam membeli sebuah produk. Semakin elok kualitas suatu produk maka akan semakin meningkatnya keinginan konsumen untuk membeli produk tersebut. (Ernawati, 2019)

1) Manfaat Kualitas

Penerapan manajemen kualitas yang baik akan sangat bermanfaat tidak hanya untuk pelanggan melainkan juga berdampak positif pada perusahaan, manfaat yang dihasilkan sebagai berikut :

Manfaat Bagi Konsumen :

1. Kepuasan Konsumen terjamin
2. Konsumen merasa lebih diperhatikan
3. Mengurangi masalah atau *complain* terhadap produk
4. Meningkatkan loyalitas konsumen

Manfaat Bagi Perusahaan :

5. Produktifitas meningkat
6. Produk cacat berkurang
7. Permasalahan dapat diselesaikan dengan cepat
8. Meningkatnya harga jual

2) Dimensi Kualitas

Menurut David Garvin dalam Tjiptono (2017:130) ukuran kualitas produk seperti yang dipaparkan sebagai berikut :

- a) Kinerja (*Performance*), hal ini tentang dengan sisi fungsional suatu produk dan fitur utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut.
- b) Keistimewaan tambahan (*Features*), yaitu kegiatan yang berguna untuk meningkatkan fungsi dasar yang berkaitan dengan pemilihan produk dari pengembangannya.
- c) Keandalan (*Reliability*), hal ini tentang kemungkinan atau probabilitas satu obyek akan berhasil menyelesaikan tugasnya berkaitan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula.

- d) Daya tahan (*Durability*), yaitu suatu refleksi umur ekonomis berupa ukuran ketahanan atau masa pemakaian barang.
- e) Estetika (*Aesthetic*), penampilan produk yang dapat dinilai dengan panca indera seperti, mata yang bisa mengenali kualitas produk.
- f) Citra atau reputasi, konsumen tidak selalu mendapat informasi lengkap tentang properti produk. Namun, konsumen biasanya menerima informasi mengenai produk secara tidak langsung.

3) Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi mutu produk yaitu :

- a) *Market* (Pasar)
- b) *Money* (Uang)
- c) *Management* (Management)
- d) *Man* (Manusia)
- e) *Motivation* (Motivasi)
- f) *Materials* (Bahan)
- g) *Machine and Mechanisation* (Mesin dan Mekanisme)
- h) *Modern Information Methods* (Metode Informasi Modern)
- i) *Mounting Product Requeremens* (Persyaratan Proses Produksi)

2. Kepuasan Konsumen

Kotler dan Keller (2016:153) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah memebandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Menurut Tjiptono (2012:301) kepuasan konsumen adalah keadaan yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya telah terpenuhi sesuai dengan yang

diharapkan sesuai dengan yang diharapkan dan. Kepuasan merupakan penilaian karakteristik atau kualitas produk atau layanan, atau produk itu sendiri, yang memberikan tingkat kepuasan kepada konsumen. Kepuasan konsumen diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Kunci loyalitas pelanggan terletak pada penciptaan nilai bagi konsumen.

Indikator kepuasan konsumen menurut Rondonuwu dan Komalig (2013) yaitu:

1. Terpenuhinya harapan konsumen
2. Sikap atau keinginan menggunakan prroduk
3. Merekomendasikan kepada pihak lain
4. Kualitas layanan
5. Loyal
6. Reputasi yang baik

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu pada penelitian ini menggunakan hasil penelitian 10 tahun terakhir, adapun sebagai berikut :

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan Tahun	Judul	Hasil
1	(Dita dkk, 2016)	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan dan Loyalitas	Kualitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

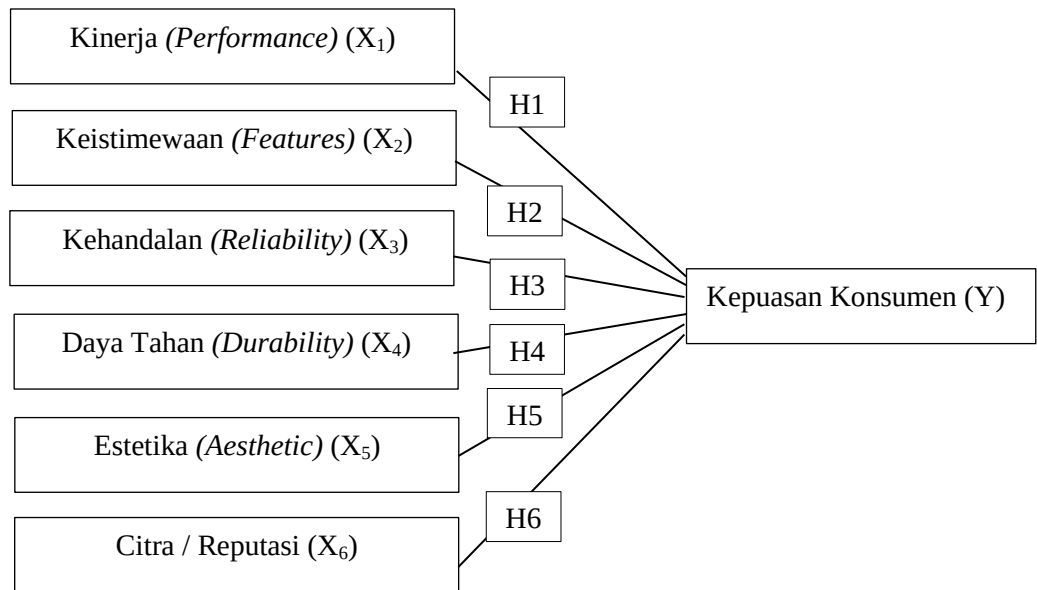
2	(Ratna, 2021)	Pengaruh Kinerja Driver dan Fasilitas Aplikasi Terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen	Hasil penelitian ini menunjukkan kinerja driver berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3	(Revidkk, 2018)	Analisis Pengaruh Kinerja dan Keistimewaan Features Fotografer Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Fotografi Daus Vto Photowork (DVP)	Hasil penelitian ini menunjukkan keistimewaan <i>features</i> fotografi terdapat pengaruh terhadap kepuasan konsumen
4	(Ismail Razak, 2019)	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	Hasil Analisis menunjukkan bahwa Kinerja, Keandalan, Daya Tahan berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan
5	(Amanda, 2019)	Estetika Desain Kualitas Pelayanan, Pembayaran Elektronik Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Tokopedia di Surabaya	Hasil Analisis menunjukkan bahwa Estetika Desain memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada <i>e-commerce</i>
6	(Tri, 2020)	Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan untuk Membangun Minat Berkunjung Kembali Study pada Hotel X Kota Pekalongan	Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat positif dan signifikan citra merk terhadap kepuasan pelanggan

C. Kerangka Pikir

Kerangka berfikir adalah model konseptual mengenai bagaimana teori berhubungan dengan faktor-faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting, Uma Sekaran dalam Sugiyono (2017). Penelitian-penelitian

terdahulu dan teori-teori terdahulu menunjukkan adanya hubungan pengaruh antar variabel. Diantarnya yaitu variabel kualitas (Afnina, 2018) menyatakan meilihat kualitas sebagai hal yang penting merupakan faktor keunggulan yang kompetitif. Kepuasan menurut (Afnina, 2018) tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lalu, komentar dari kerabat dan janji akan informasi pemasar dan pesaing. Sedangkan variabel kualitas menurut (Dita dkk, 2016) merupakan ciri umum produk yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai dengan harapan pelanggan. Kepuasan menurut (Dita dkk,2016) yaitu kepuasan pelanggan terhadap produk tertentu ialah hasil dari perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan terhadap tingkat pelayanan yang ditawarkan dengan tingkat yang diharapkan.

Berdasarkan penelitian dan teori-teori diatas, peneliti membuat model kerangka pikir sebagai berikut



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

D. Hipotesis

Berdasarkan penelitian Ratna, 2021 dengan judul Pengaruh Kinerja Driver dan Fasilitas Aplikasi terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan dan hasilnya. Kinerja (Performance) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen demikian juga oleh Imron, 2019 dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen menggunakan metode Kuantitatif pada CV Meubel Berkah Tangerang. Hasilnya bahwa Kinerja (Performance) memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian penelitian terdahulu diajukan hipotesis pertama dalam penelitian ini yaitu :

H1 : Kinerja (*Performances*) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hartati, 2017 dengan judul Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil analisis bahwa keistimewaan (Features) mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian demikian juga penelitian yang dilakukan oleh Tias Windarti, 2017 dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu dan hasilnya bahwa kualitas produk variabel keistimewaan (Features). Berdasarkan uraian penelitian terdahulu diajukan hipotesis kedua dalam penelitian ini yaitu :

H2 : Keistimewaan (*Features*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan penelitian Ismail, 2019 dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan hasilnya Keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Demikian juga penelitian yang dilakukan Doni Marlius dkk, 2019 dengan judul Kepuasan Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Unit Tapan Cabang Painan Dilihat dari Kualitas Pelayanan Customer Service dan hasilnya hasil uji secara parsial (Uji T) variabel keandalan (Reliability) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia. Berdasarkan uraian penelitian terdahulu diajukan hipotesis ketiga dalam penelitian ini yaitu :

H3 : Keandalan (*Reliability*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasaan konsumen

Berdasarkan penelitian Ismail, 2019 dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Daya Tahan dan hasilnya Daya tahan (Durability) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan demikian juga penelitian yang dilakukan Kuni, 2019 dengan judul Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Implikasinya Pada Keputusan Pembelian Smarthphone. Hasilnya kualitas produk variabel daya tahan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian penelitian terdahulu maka diajukan hipotesis keempat dalam penelitian ini yaitu :

H4 : Daya Tahan (*Durability*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan penelitian Amanda, 2019 dengan judul Estetika Desain Kualitas Pelayanan, Pembayaran Elektronik Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Tokopedia Di Surabaya yang hasilnya Estetika berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Demikian juga penelitian yang dilakukan Hamid Halin, 2018 dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Semen Baturaja dari Palembang pada PT Semen Baturaja (Persero) Tbk. Hasilnya bahwa kualitas produk variabel estetika berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan semen baturaja di Palembang. Berdasarkan uraian penelitian terdahulu maka diajukan hipotesis kelima dalam penelitian ini yaitu :

H5 : Estetika (*Aesthetic*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan penelitian Tri, 2020 dengan judul Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Untuk Membangun Minat Berkunjung Kembali Studi Pada Hotel X Kota Pekalongan yang hasilnya Citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Demikian juga penelitian yang dilakukan oleh Gloria, 2019 dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Citra Merk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online Grab Bike Di Kota Medan dan hasilnya Citra merk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa

transportasi grab bike di kota medan. Berdasarkan uraian penelitian terdahulu maka diajukan hipotesis keenam dalam penelitian ini yaitu :

H6 : Citra/Reputasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan ialah pada Persatuan Bulu Tangkis Berkah Manunggal Trangsan Gatak Sukoharjo. Waktu dilaksanakannya penelitian ini dimulai pada bulan Agustus 2022 dan akan diselesaikan dalam waktu 4 bulan.

B. Jenis Penelitian dan Sumber Data

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian Asosiatif. Jenis penelitian ini bermaksud menggambarkan dan menguji hipotesis hubungan antara dua variabel atau lebih. Penjelasan menurut Sugiyono (2017). Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif didefinisikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, yang tujuannya adalah untuk mendeskripsikan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian kuantitatif dimulai dengan proses pembelajaran masalah penelitian kemudian merumuskan masalah penelitian dengan jelas sehingga terarah. Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat maka proses selanjutnya yaitu mengumpulkan teori dan penelitian terdahulu yang relevan

sebagai landasan pembuatan desain model penelitian dan parameter penelitian serta digunakan sebagai dasar penetapan hipotesis.

2. Sumber Data

a. Data primer

Menurut Siregar dalam Mazidah (2018) Data primer adalah data peneliti sendiri mengumpulkan langsung dari sumber pertama atau tempat penelitian dilakukan. Penelitian ini memperoleh data primer dari responden yaitu anggota Persatuan Bulu Tangkis Berkah Manunggal Trangsan Gatak Sukoharjo.

b. Data sekunder

Menurut Sugiyono (2014) data sekunder merupakan sumber yang tidak mengirimkan secara langsung kepada peneliti, misalnya melalui catatan, laporan atau bukti sejarah yang disusun menjadi arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan. Data sekunder pada penelitian ini berupa dokumen dan sumber data yang relevan digunakan sebagai data pendukung peneliti.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah sekelompok orang, peristiwa atau hal-hal menarik yang mendorong peneliti ingin membentuk opini (Sekaran & Bougie, 2017). Pada penelitian ini, populasinya adalah seluruh anggota Persatuan Bulu Tangkis Berkah Manunggal Trangsan Gatak Sukoharjo dengan

jumlah 100 responden.

2. Sampel

Menurut Sekaran & Bougie (2017) sampel adalah bagian populasi, dengan mempelajari sampel, peneliti mampu menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasikan terhadap populasi yang diminati.

Sampel pada penelitian ini diambil dengan menggunakan metode sampling jenuh. Menurut Sugiyono (2018) sampel jenuh adalah sampel yang bila mana ditambahkan jumlahnya tidak menambah oleh karena itu tidak berpengaruh pada nilai informasi yang telah diterima. Berdasarkan pernyataan diatas maka peneliti mengambil jumlah maksimum dari populasi untuk dijadikan sampel.

D. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian berkaitan dengan tingkah laku manusia, kejadian alam dan proses kerja Sugiyono (2018). Pada penelitian ini peneliti melakukan pengamatan terhadap segala sesuatu yang berkaitan dengan kualitas Produk secara langsung maupun tidak langsung.

b. Kuesioner

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini ialah menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono (2018) kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan serangkaian pertanyaan atau

pernyataan yang harus ditanggapi oleh responden. Data pada penelitian ini bersumber dari data hasil kuesioner anggota Persatuan Bulu Tangkis Berkah Manunggal Trangsan Gatak Sukoharjo. Pada kuesioner yang dibagikan disediakan jawaban yang menggunakan skala likert yang berguna untuk mengukur sikap, pendapat, dan pandangan seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial, Sugiyono (2018). Dalam penelitian ini, kuesioner terdiri dari variabel Kinerja, Keistimewaan, Keandalan, Daya Tahan, Estetika, Citra/ Reputasi terhadap Kepuasan konsumen pada Persatuan Bulu Tangkis Berkah Manunggal

E. Definisi Operasional

Tabel 3.1. Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi & Sumber	Indikator
1.	Kinerja (<i>Performance</i>)	Kemampuan produk untuk melakukan fungsi-fungsinya. Kotler dan Armstrong dalam (Andina,2017)	1.Tujuan Produk 2. Kegunaan Produk 3. Kualitas Produk
2.	Keistimewaan (<i>Features</i>)	Fitur produk yang melengkapi fungsi dasar suatu produk (Sianipar, 2021)	1. Bentuk Produk 2. Karakteristik Produk 3. Kenyamanan
3.	Keandalan (<i>Reliability</i>)	Kemungkinan kecil terjadi kerusakan atau gagal pakai. Keandalan merupakan karakteristik yang mencerminkan kemungkinan tingkat keberhasilan dalam penggunaan suatu produk (Sianipar, 2021)	1. Umur manfaat 2. Ukuran atau volume 3. Kemasan Produk
4.	Daya Tahan (<i>Durability</i>)	Berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat	1. Ketahanan 2. Frekuensi penggunaan

		digunakan (Sianipar, 2021)	3. Maintenance atau perawatan
5.	Estetika (<i>Aesthetic</i>)	Nilai-nilai Keindahan yang terkandung dalam suatu produk (Sianipar, 2021)	1. Desain Produk 2. Inovasi 3. Daya Tarik
6.	Citra / Reputasi	Kesan, Perasaan, Gambaran dari publik terhadap perusahaan atau organisasi; Kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang, atau organisasi (Patrianti, 2021)	1. Mutu 2. Keunikan 3. Keunggulan
7.	Kepuasan Konsumen	Kepuasan konsumen dapat dinilai dari harapan konsumen atau pelanggan yang diberikan. Rondonuwu dalam (Junaidin, 2020)	1. Terpenuhinya harapan konsumen 2. Merekomendasikan kepada pihak lain 3. Loyal

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengukur valid tidaknya pertanyaan dalam angket/kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan sah atau valid apabila pertanyaannya mampu untuk mengungkapkan suatu hal yang akan diukur melalui kuesioner tersebut. Cara untuk mengukur tingkat validitas ialah dengan mengkorelasikan antara masing-masing indikator terhadap total skor konstruk. Apabila menunjukkan hasil yang signifikan (pada *sig.(2- tailed)*) yaitu dibawah 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa masing- masing indikator pernyataan adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat yang berguna untuk mengukur suatu kuesioner dimana merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan ialah konsisten dari waktu ke waktu maka kuesioner tersebut dinyatakan *reliable* atau handal.

Reliabilitas dapat diukur dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja dengan alat ukur SPSS uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan *reliable* apabila memberi nilai *Cronbach Alpha* (α) > 0.60 .

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ialah persyaratan *statistic* yang harus dipenuhi pada analisis regresi berganda yang memiliki basis *Ordinary Least Squares* (OLS) yang dilakukan untuk menguji kelayakan suatu model regresi yang akan digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam suatu penelitian. Uji asumsi klasik terdiri dari :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan alat untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas maupun terikat mempunyai distribusi normal atau setidaknya mendekati normal. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan *Kolmogorov Smirnov* dengan memperhatikan *Asymp.Sig (2-tailed)*. Apabila nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* lebih besar dari 0.05 maka dapat dikatakan data berdistribusi normal, dan apabila *Asymp.Sig (2-tailed)* lebih kecil dari 0.05 maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas berguna untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik ialah model regresi yang memiliki persamaan *variance* residual suatu periode pengamatan dengan periode pengamatan lain. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Park*. Uji *Park* dilakukan dengan cara meregresi nilai logaritma natural dari residual kuadrat dengan variabel independen. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji *Park* yaitu dengan melihat nilai signifikansi dari seluruh variabel independen, dengan ketentuan bila nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas, Ghozali dalam Putra (2020).

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berguna untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Jika terjadi korelasi, maka dinyatakan terdapat *problem* multikolinearitas. Model regresi yang baik harusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi ialah sebagai berikut :

- 1) Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya, *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini merupakan dapat menunjukkan variabel bebas manakah yang sudah dijelaskan dengan variabel bebas lainnya.

2) *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Sehingga, nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi. Nilai *cut off* yang biasanya dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* > 0,10 atau sama dengan VIF <10. Apabila tidak ditemukan asumsi deteksi seperti diatas dalam suatu model regresi, maka model regresi yang digunakan dalam penelitian bebas dari multikolinearitas.

3. Analisis Liniear Berganda

Analisis ini berguna untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu Kinerja (Performace) (X_1), Keistimewaan tambahan (Features) (X_2), Keandalan (Reliability) (X_3), Daya Tahan (Durability) (X_4), Estetika (Aesthetic) (X_5), Citra/Reputasi (X_6) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Y)

Analisis ini juga berguna untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turun) variabel terikat apabila variabel bebas sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya).

Rumus :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e$$

Keterangan :

Y : Kepuasan Konsumen

X_1 : Kinerja (*Performance*)

X_2 : Keistimewaan tambahan (*Features*)

X_3 : Kehandalan (*Reliability*)

X_4 : Daya Tahan (*Durability*)

X_5 : Estetika (*Aesthetic*)

X_6 : Citra/ Reputasi

a : Konstanta

$b_1, b_2, b_3, b_4, b_5, b_6$: Koefisien regresi masing-masing

variabel e : standar error

4. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh antara variabel X dan Y, apakah variabel X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 dan X_6 (kinerja, keistimewaan tambahan, kehandalan, daya tahan, estetika, citra/reputasi) benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y (kepuasan konsumen) secara terpisah atau parsial. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini ialah :

H_0 : variabel- variabel bebas (kinerja, keistimewaan tambahan, kehandalan, daya tahan, estetika, citra/reputasi) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen).

H_a : variabel- variabel bebas (kinerja, keistimewaan tambahan, kehandalan, daya tahan, estetika, citra/reputasi) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen). Dasar penarikan kesimpulan ialah dengan cara menggunakan angka probabilitas

signifikansi, yaitu :

- 1) Apabila angka probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima H_a ditolak.
- 2) Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak H_a diterima.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Apabila probabilitas signifikansi $> 0,05$ maka H_0 ditolak.

Apabila probabilitas signifikansi $< 0,05$ maka H_a diterima.

c. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Pada intinya koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil menandakan kemampuan variabel-variabel bebas (kinerja, keistimewaan tambahan, kehandalan, daya tahan, estetika, citra/reputasi) dalam menjelaskan variasi variabel terikat (Kepuasan konsumen) sangat terbatas. Begitupun sebaliknya, nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

Analisis ini dapat menggunakan nilai *Adjusted* R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi yang terbaik. Nilai *Adjusted* R^2 merupakan koefisien determinasi yang disesuaikan, yang berarti besarnya pengaruh variabel independen telah dibebaskan dari pengaruh

error

terms

secara

bersama-sama

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Identitas Responden

Berdasarkan hasil sebaran yang telah dilakukan terhadap sebaran kuisioner yang telah dilakukan terhadap seluruh anggota Persatuan Bulu Tangkis Berkah Manunggal Trangsan Gatak Sukoharjo yang berjumlah 100 orang.

Tabel 4.1 Karakteristik Responden

Karakteristik	Frekuensi	Presentase
Jenis Kelamin		
Perempuan	25	25,00%
Laki laki	75	75,00%
Total	100	100

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa jumlah responden berdasarkan jenis kelamin terdiri dari perempuan sebanyak 25 orang (25,00%) dan laki-laki sebanyak 75 orang (75,00%). Artinya Anggota Persatuan Bulu tangkis Berkah Manunggal memiliki lebih banyak anggota laki-laki.

B. Analisis Data

1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Berdasarkan item pertanyaan yang telah diberikan kepada anggota Persatuan Bulu tangkis Berkah Manunggal Trangsan Gatak Sukoharjo, kemudian dilakukan uji validitas terhadap item pertanyaan dengan menggunakan program SPSS Versi 25 dengan teknik korelasi yang

digunakan adalah teknik korelasi *product moment*

Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Sig. (2-tailed)	Sig	Keterangan
Kinerja (X ₁)	X1.1	0,000	0,05	<i>Valid</i>
	X1.2	0,000	0,05	<i>Valid</i>
	X1.3	0,000	0,05	<i>Valid</i>
Keistimewaan (X ₂)	X2.1	0,000	0,05	<i>Valid</i>
	X2.2	0,000	0,05	<i>Valid</i>
	X2.3	0,000	0,05	<i>Valid</i>
Kehandalan (X ₃)	X3.1	0,000	0,05	<i>Valid</i>
	X3.2	0,000	0,05	<i>Valid</i>
	X3.3	0,000	0,05	<i>Valid</i>
Daya Tahan (X ₄)	X4.1	0,000	0,05	<i>Valid</i>
	X4.2	0,000	0,05	<i>Valid</i>
	X4.3	0,000	0,05	<i>Valid</i>
Estetika (X ₅)	X5.1	0,000	0,05	<i>Valid</i>
	X5.2	0,000	0,05	<i>Valid</i>
	X5.3	0,000	0,05	<i>Valid</i>
Citra / Reputasi (X ₆)		0,000	0,05	<i>Valid</i>
	X6.1	0,000	0,05	<i>Valid</i>
	X6.2	0,000	0,05	<i>Valid</i>
Kepuasan Konsumen (Y ₁)	X6.3	0,000	0,05	<i>Valid</i>
	Y1.1	0,000	0,05	<i>Valid</i>
	Y1.2	0,000	0,05	<i>Valid</i>
	Y1.3	0,000	0,05	<i>Valid</i>

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil tabel 4.2 maka dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan mengenai kinerja, keistimewaan, kehandalan, daya tahan, estetika, citra/reputasi, kepuasan konsumen yang diajukan kepada responden sebanyak 21 item dinyatakan valid karena memiliki nilai *Sig. (2-tailed)* < 0.05 yang berarti bahwa setiap item pernyataan yang terdapat pada variabel bebas dan variabel terikat dapat digunakan sebagai alat ukur dalam

penelitian ini.

b. Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas dari variabel-variabel penelitian yang menggunakan *Cronbach Alpha* (α) dengan menggunakan SPSS Versi 25 adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i> (α)	Nilai Kritis	Kesimpulan
Kinerja (X_1)	0,779	0,60	Reliabel
Kesitimewaan (X_2)	0,765	0,60	Reliabel
Kehandalan (X_3)	0,785	0,60	Reliabel
Daya Tahan (X_4)	0,788	0,60	Reliabel
Estetika (X_5)	0,808	0,60	Reliabel
Citra / Reputasi (X_6)	0,790	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,791	0,60	Reliabel

Sumber : Data primer diolah,2023

Dari hasil tabel 4.3 dapat diketahui bahwa seluruh variabel yang meliputi variabel Kinerja (X_1), Keistimewaan (X_2), Kehandalan (X_3), Daya Tahan (X_4), Estetika (X_5), Citra / Reputasi (X_6), Kepuasan Konsumen (Y) adalah reliabel atau handal karena menunjukkan nilai *cronbach alpha* $> 0,60$.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pada penelitian ini menggunakan *One- Sample Kolmogorov Smirnov Test* dengan memperhatikan *Asymp.Sig (2-tailed)*. Hasil pengujian normalitas ditunjukkan dalam tabel dibawah ini :

Tabel 4.4. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Sig. (2-tailed)	p-value	Keterangan
<i>Unstandarized Residual</i>	0,052	$P > 0,05$	Normal

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.4. menunjukkan bahwa uji *Kolmogorov-Smirnov* dapat diketahui *Asymptotic Significance* dari kinerja, keistimewaan, kehandalan, daya tahan, estetika, citra/reputasi dan kepuasan konsumen sebesar 0,052 yang berarti lebih besar dari α 0,005 sehingga keseluruhan data tersebut dinyatakan memiliki distribusi normal atau sebaran data yang normal

b. Uji Heteroskedastisitas

Penelitian ini menggunakan uji *Park* dilakukan dengan cara meregresi nilai *logaritma natural* dari residual kuadrat dengan variabel independen.

Adapun hasil uji heteroskedastisitas sebagai berikut :

Tabel 4.5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Taraf Signifikansi	Sig.	Keterangan
Kinerja (X_1)	0,05	0.618	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Keistimewaan (X_2)	0,05	0.108	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kehandalan (X_3)	0,05	0.173	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Daya tahan (X_4)	0,05	0.429	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Estetika (X_5)	0,05	0.009	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Citra/Reputasi (X_6)	0,05	0.839	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas yaitu kinerja (X_1), keistimewaan (X_2), kehandalan (X_3), daya tahan (X_4),

estetika (X_5), citra / reputasi (X_6), tidak terjadi heteroskedastisitas karena nilai signifikansi $>0,05$. Hal tersebut menunjukkan tidak terjadi kesamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

c. Uji Multikolinearitas

Pada penelitian ini hasil uji multikolinearitas adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF
Kinerja (X_1)	0,585	1.708
Keistimewaan (X_2)	0,520	1.923
Kehandalan (X_3)	0,746	1.340
Daya Tahan (X_4)	0,640	1.563
Estetika (X_5)	0,746	1.340
Citra / Reputasi (X_6)	0,628	1.592

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas yaitu kinerja (X_1), keistimewaan (X_2), kehandalan (X_3), daya tahan (X_4), estetika (X_5), dan citra / reputasi (X_6) memiliki nilai *tolerance* lebih besar ($>$) dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil ($<$) dari 10,00. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolineritas yang berarti tidak terdapat hubungan antara variabel Kinerja (X_1), Keistimewaan (X_2), Kehandandalan (X_3), Daya Tahan (X_4), Estetika (X_5), dan Citra / Reputasi (X_6).

3. Analisa Regresi Linear Berganda

Analisa ini berguna untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu Kinerja (X_1), Keistimewaan (X_2), Kehandalan (X_3), Daya Tahan (X_4), Estetika (X_5), dan Citra/ Reputasi (X_6) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Y).

Rumus :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e$$

Keterangan :

Y	: Kepuasan Konsumen
X ₁	: Kinerja (<i>Performance</i>)
X ₂	: Keistimewaan tambahan (<i>Features</i>)
X ₃	: Keandalan (<i>Reliability</i>)
X ₄	: Daya Tahan (<i>Durability</i>)
X ₅	: Estetika (<i>Aesthetic</i>)
X ₆	: Citra/ Reputasi
a	: Konstanta
b ₁ ,b ₂ ,b ₃ ,b ₄ ,b ₅ ,b ₆	: Koefisien regresi masing-masing
variabele	: standar error

Analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama dapat dilihat dari hasil analisis program SPSS versi 25 pada tabel 4.7 dibawah ini :

Tabel 4.7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	<i>Unstandardized Coefficient</i>		<i>Standardized Coefficient</i>	T	Sig.
	<i>B</i>	<i>Std Error</i>	<i>Beta</i>		
(Constant)	1.522	1.330		1.144	0.256
X ₁	0.197	0.103	0.195	1.906	0.060
X ₂	0.146	0.091	0.173	1.592	0.115
X ₃	0.124	0.080	0.141	1.549	0.125
X ₄	0.031	0.080	0.038	0.386	0.701
X ₅	0.153	0.088	0.157	1.730	0.087
X ₆	0.230	0.100	0.228	2.307	0.023

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil perhitungan program SPSS versi 25 diperoleh hasil sebagai berikut :

$$Y = 1.522 + 0.197X_1 + 0.146X_2 + 0.124X_3 + 0.031X_4 + 0.153X_5 + 0.230X_6 + e$$

Berdasarkan perumusan regresi diatas, maka interpretasi dari koefisien masing-masing variabel sebagai berikut :

1. a = Nilai Konstanta bernilai 1.522 menyatakan bahwa apabila variabel Kinerja, Keistimewaan, Keandalan, Daya Tahan, Estetika, dan Citra/ Reputasi bernilai 0, maka Kepuasan Konsumen bernilai 1.522.
2. b_1 = Koefisien regresi Kinerja menentukan nilai sebesar 0.197. Artinya jika variabel Kinerja mengalami kenaikan sebesar 1 satuan dan variabel lainnya tetap, maka Kepuasan Konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0.197 satuan. Apabila variabel Kinerja mengalami penurunan 1 satuan dan variabel lain tetap, maka Kepuasan Konsumen mengalami penurunan 0.197 satuan.
3. b_2 = Koefisien regresi Keistimewaan nilai sebesar 0.146. Artinya jika variabel Keistimewaan mengalami kenaikan sebesar 1 satuan dan variabel lainnya tetap, maka Kepuasan Konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0.146 satuan. Apabila variabel Keistimewaan mengalami penurunan 1 satuan dan variabel lain tetap, maka Kepuasan Konsumen mengalami penurunan 0.146 satuan.
4. b_3 = Koefisien regresi Keandalan nilai sebesar 0.124. Artinya jika variabel Keandalan mengalami kenaikan sebesar 1 satuan dan variabel lainnya tetap, maka Kepuasan Konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0.124 satuan. Apabila variabel Keandalan mengalami penurunan 1 satuan dan variabel lain

tetap, maka Kepuasan Konsumen mengalami penurunan 0.124 satuan.

5. b_4 = Koefisien regresi Daya Tahan nilai sebesar 0.031. Artinya jika variabel Daya Tahan mengalami kenaikan sebesar 1 satuan dan variabel lainnya tetap, maka Kepuasan Konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0.031 satuan. Apabila variabel Daya Tahan mengalami penurunan 1 satuan dan variabel lain tetap, maka Kepuasan Konsumen mengalami penurunan 0.031 satuan.
6. b_5 = Koefisien regresi Estetika nilai sebesar 0.153. Artinya jika variabel Estetika mengalami kenaikan sebesar 1 satuan dan variabel lainnya tetap, maka Kepuasan Konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0.153 satuan. Apabila variabel Estetika mengalami penurunan 1 satuan dan variabel lain tetap, maka Kepuasan Konsumen mengalami penurunan 0.153 satuan.
7. b_6 = Koefisien Citra/Reputasi nilai sebesar 0.230. Artinya jika variabel Citra/Reputasi mengalami kenaikan sebesar 1 satuan dan variabel lainnya tetap, maka Kepuasan Konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0.230 satuan. Apabila variabel Citra/Reputasi mengalami penurunan 1 satuan dan variabel lain tetap, maka Kepuasan Konsumen mengalami penurunan 0.230 satuan.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t

Pada penelitian ini dilakukan uji t dengan langkah-langkah sebagai berikut

1) Penentuan Hipotesis

$H_0 : b_1 = 0$, artinya tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

$H_0 : b_1 \neq 0$, artinya tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

2) Menentukan *level of significant*

Penelitian ini menggunakan *level of significant 0,05*

3) Menentukan nilai t_{tabel}

$$\text{Nilai } t_{\text{tabel}} = t_{\alpha/2 ; (0,5/2 ; (100-6-1))}$$

$$= t_{0,25 ; 93}$$

$$= 1,98580$$

4) Hasil perhitungan dari Uji t adalah sebagai berikut :

Tabel 4.8. Hasil Uji t

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig.
Kinerja (X_1)	1,906	1,98580	0,060
Keistimewaan (X_2)	1,592	1,98580	0,115
Kehandalan (X_3)	1,549	1,98580	0,125
Daya Tahan (X_4)	0,386	1,98580	0,701
Estetika (X_5)	1,730	1,98580	0,087
Citra / Reputasi (X_6)	2,307	1,98580	0,023

Sumber : Data primer diolah,2023

Berdasarkan hasil tabel 4.8 perhitungan uji t dapat dijelaskan sebagai berikut :

a) Hasil statistik uji t untuk variabel kinerja diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,060 > 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar $1,906 < t_{\text{tabel}} 1,98580$, maka H_1 diterima sehingga tidak terdapat pengaruh yang signifikan kinerja terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini menunjukkan H_1 yang menyatakan “Kinerja tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen” tidak terbukti kebenarannya.

b) Hasil statistik uji t untuk variabel keistimewaan diperoleh nilai signifikansi

sebesar $0,115 > 0,05$ dan t_{hitung} sebesar $1,592 < t_{tabel} 1,98580$ dan maka H2 diterima sehingga tidak terdapat pengaruh yang signifikan keistimewaan terhadap pengaruh yang signifikan keistimewaan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan H2 yang menyatakan “Keistimewaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen” tidak terbukti kebenarannya.

- c) Hasil statistik uji t untuk variabel kehandalan diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,125 > 0,05$ dan t_{hitung} sebesar $1,549 < t_{tabel} 1,98580$ dan maka H3 diterima sehingga tidak terdapat pengaruh yang signifikan kehandalan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini menunjukkan H3 yang menyatakan “Kehandalan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen” tidak terbukti kebenarannya.
- d) Hasil statistik uji t untuk variabel daya tahan diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,701 > 0,05$ dan t_{hitung} sebesar $0,386 < t_{tabel} 1,98580$ dan maka H4 diterima sehingga tidak terdapat pengaruh yang signifikan daya tahan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini menunjukkan H4 yang menyatakan “Daya Tahan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen” tidak terbukti kebenarannya.
- e) Hasil statistik uji t untuk variabel estetika diperoleh nilai signifikan $0,087 > 0,05$ dan t_{hitung} sebesar $1,730 < t_{tabel} 1,98580$ maka H5 diterima sehingga tidak terdapat pengaruh yang signifikan estetika terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini menunjukkan H5 yang menyatakan “Estetika tidak berpengaruh

secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen” tidak terbukti kebenarannya.

- f) Hasil statistik uji t untuk variabel citra/reputasi diperoleh nilai signifikansi $0,023 < 0,05$ dan t_{hitung} sebesar $2,307 > t_{tabel} 1,98580$ maka H6 ditolak sehingga terdapat pengaruh yang signifikan citra/reputasi terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini menunjukkan H6 yang menyatakan “Citra/Reputasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen” terbukti kebenarannya.

b. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat.

Tabel 4.9. Hasil Uji F

Model		F	Sig.
1	<i>Regression</i>	11,582	0,000b
	<i>Residual Total</i>		

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil tabel 4.9 dengan taraf 0,05 diperoleh hasil uji F sebesar 0,000 maka model penelitian dinyatakan layak atau bagus digunakan.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pada penelitian ini telah dilakukan uji koefisien determinasi (R^2) dan hasilnya adalah sebagai berikut :

Tabel 4.10. Hasil Uji Koefisien Determinasi

<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
0,654	0,428	0,391	1,049

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien determinasi yang disesuaikan *Adjusted R Square* sebesar 0,391. Hal ini berarti bahwa besarnya kontribusi variabel independen dalam model (Kinerja, Keistimewaan, Keandalan, Daya Tahan, Estetika, Citra/Reputasi) terhadap Kepuasan Konsumen adalah 39,1% sedangkan sisanya 60,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini.

C. Pembahasan

1. Kinerja Produk Yonex tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis menyatakan bahwa Kinerja Produk Yonex tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Pada indikator item kuesioner Kinerja Produk menjelaskan melalui peningkatan. Tujuan Produk, Kegunaan Produk, Kualitas Produk dapat mendorong peningkatan kepuasan konsumen, artinya kinerja yang mencerminkan pelanggan nyaman dan mudah mengaplikasikannya Raket Yonex sehingga akan mendorong konsumen tetap setia karena konsumen puas menggunakan Raket Produk Yonex. Dengan demikian analisis ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Imron (2019) yang menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kinerja dengan Kepuasan Konsumen.

2. Keistimewaan Produk Yonex tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis menyatakan bahwa Keistimewaan Produk

Yonex tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Pelengkap dari produk inti atau keistimewaan tambahan produk dapat dijadikan ciri khas yang membedakan dengan produk pesaing seperti pada indikator Bentuk Produk, Karakteristik Produk, Kenyamanan Produk. Sehingga ciri khas yang ditawarkan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap suatu produk. Dengan demikian analisis ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tiyas Windarti (2017) yang menunjukkan bahwa bahwa terdapat hasil pengaruh positif dan signifikan antara Kesitimewaan dengan Kepuasan Konsumen.

3. Keandalan Produk Yonex tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis menyatakan bahwa Keandalan Produk Yonex tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Keandalan berperan penting dalam hal ini Yonex sangat menjaga kualitas agar keandalan produk terjamin seperti halnya dalam menjaga kemasan produk tidak cacat, produk Yonex yang kuat dan awet meskipun digunakan dalam jangka waktu yang relatif lama, begitu juga ukuran dan volume sepatu yonex tidak berubah meskipun digunakan terus menerus. Dengan demikian indikator yang menjelaskan Umur manfaat, Ukuran dan volume serta Kemasan Produk tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ismail (2019) yang menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Keandalan dengan Kepuasan Konsumen.

4. Daya Tahan Produk Yonex tidak berpengaruh terhadap Kepuasan

Konsumen

Berdasarkan hasil analisis menyatakan bahwa Daya Tahan Produk Yonex tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Kualitas Produk aspek Daya Tahan berkenaan dengan ketahanan produk selama digunakan yaitu meliputi Ketahanan, Frekuensi Penggunaan, serta Perawatannya atau Maintenance yang mudah. Produk yang tahan lama didukung oleh kinerja yang bagus dan fitur-fitur yang sesuai dengan kebutuhan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan demikian analisis ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kuni (2019) yang menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen serta implikasinya pada keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi.

5. Estetika Produk Yonex tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis menyatakan bahwa Estetika Produk Yonex tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Produk Yonex diatur dengan baik sehingga dapat dimengerti estetika produk Yonex meliputi model, desain, warna sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan demikian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Amanda (2019) yang menunjukkan hasil bahwa Estetika terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia di Surabaya.

6. Citra / Reputasi Produk Yonex berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis menyatakan bahwa Citra/Reputasi Produk

Yonex berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Citra atau Reputasi berkaitan erat dengan kepuasan konsumen yang meliputi terpenuhinya harapan konsumen, merekomendasikan kepada orang lain serta meningkatkan loyalitas. Dengan semakin baiknya citra atau reputasi maka akan membuat konsumen semakin merasa puas atau dengan kata lain semakin meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan demikian analisis ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tri (2020) yang menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Citra / Reputasi dengan Kepuasan Konsumen.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pengujian yang telah dilakukan dengan regresi linear berganda melalui program SPSS versi 25 pada ke-enam hipotesis dengan objek penelitian anggota Persatuan Bulu Tangkis Berkah Manunggal Trangsan Gatak Sukoharjo, maka dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Kinerja tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Anggota Bulu Tangkis Berkah Manunggal Trangsan Gatak Sukoharjo.
2. Keistimewaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Anggota Bulu Tangkis Berkah Manunggal Trangsan Gatak Sukoharjo.
3. Keandalan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Anggota Bulu Tangkis Berkah Manunggal Trangsan Gatak Sukoharjo.
4. Daya Tahan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Anggota Bulu Tangkis Berkah Manunggal Trangsan Gatak Sukoharjo.
5. Estetika tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen
6. Citra / Reputasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap

Kepuasan Konsumen pada Anggota Bulu Tangksi Berkah Mnunggal Trangsang Gatak Sukoharjo.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka saran yang dapat penulis berikan adalah :

1. Pada produk Yonex sebaiknya memperbaiki dan lebih meningkatkan aspek-aspek yang berkaitan dengan fitur-fitur yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen dalam hal ini terbagi dalam 2 golongan fitur
 - a. Peningkatan fitur untuk raket antara lain *High Elastic Shaft* yang merupakan bahan terbaru dan teringan untuk raket dan memungkinkan dipasang senar dengan tarikan yang tinggi, *Power Ring Tech* yang menggabungkan pegangan sintetis dengan baik untuk mendapatkan ayunan dan daya pukul yang kuat, *Shaft Recovery System* membantu poros melepaskan elastisitasnya dan pulih lebih cepat, dengan kemampuan pemulihan sebesar 3% dan transmisi gaya meningkat sebesar 4%.
 - b. Peningkatan fitur untuk sepatu antara lain *High Rebound Foam* untuk meningkatkan kenyamanan pemakai dan lebih baik dalam meredam benturan , *Insole Hypereva* teknologi terbaru dari pembuatan insole lebih empuk dan meminimalkan cedera ankle , *Hexa Granular Sole Design* dengan bentuk hexagon yang di desain anti licin dan untuk daya cengkram yang lebih baik.

2. Pada penelitian ini variabel kinerja, keistimewaan, kehandalan, daya tahan, estetika, dan citra/ reputasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 39,1% sedangkan sisanya 60,9% yang tidak diajukan pada penelitian ini. Berdasarkan hasil tersebut diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambah variabel Endorse/ iklan elektronik, Kepercayaan dan variabel lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Afnina.(2018).Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.*Jurnal Samudera Ekonomi dan Bisnis*. 9(1)
- Amir,Fachruzi. (2012). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. *Skripsi*.Universitas Hasanudin.
- Andani, Amanda, T. (2019). Estetika Desain, Kualitas Pelayanan, Pembayaran Elektronik Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Tokopedia di Surabaya. *Skripsi*.Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
- Anggraeni, Dita, P., Kumadji, Srikandi. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 37(1)
- Asriani, Dita., Muhajirin. (2021). Pengaruh Desain Produk dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Honda Scoopy pada Astra Motor. *Jurnal Manajemen Profesional*. 2(2)
- Ernawati, Diah. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*. 7(1)
- Firmansyah, Uswan. (2013). Ketrampilan Bermain Bulu Tangkis ditinjau dari Unsur Fisik Dominan Dalam Bulu Tangkis pada Pemain Tunggal Anak Putra Persatuan Bulutangkis Purnama Surakarta. *Skripsi*. Fakultas Keguruan Universitas Sebalas Maret
- Harlin, Hamid. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Semen Baturaja di Palembang pada PT Semene Baturaja (Persero) Tbk. *Jurnal Ecoment Global*. 3(2)
- Hananto, Djoko. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda di Tangsel. *Jurnal Universitas Muhammadiyah Jakarta*. E-ISSN:2745-6080
- Hardati, Ratna. (2021). Pengaruh Kinerja Driver dan Fasilitas Aplikasi Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 15(1)
- Haris, Dani. (2019). Kualitas dan Desain Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmiah Prodi Muamalah*. 21-24

- Hartati. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Sabun Mandi Merek Shinzui di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*.3(3). 289-298
- Imron.(2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif pada CV Maubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering*.i 5(1). 19-28
- Jumaidin. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk H Group Indonesia di Kota Bima. *Jurnal of Business and Economic Research*. 1(2). 197-202
- Maghfiroh, Kuni. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan *Word of Mounth* Terhadap Kepuasan Konsumen serta Implikasinya pada Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi. *Business Management Analyst Journal*. 2(2)
- Marlius, Doni., Putriani, I. (2019). Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tapan Cabang Painan Dilihat dari Kualitas Layanan Customer Service. *Jurnal Pundi*. 3(2)
- Maulana, Salam., Muhajirin. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan ssPelanggan Aisy Cabang Bima. *Jurnal Distrupsi Bisnis*. 4(4). 372-379
- Mazidah, N. N. (2018). Pengaruh Pelatihan dan Motivasi terhadap Kinerja Karyawan dengan Disiplin Kerja sebagai Variabel Intervening. 151(2)
- Pramita, Andina. (2017). Pengaruh Kinerja Produk, Tingkat Kepuasan, dan Tingkat Keterlibatan pada Prilaku Perpindahan Merek. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. 11(4)
- Prastiwi, Nanda, D. (2020). Pengaruh Pendapatan Asli Daerah, Dana Perimbangan, Dana Keistimewaan dan Dana Belanja Modal Terhadap Kinerja Keuangan Pemerintahan Daerah.*Jurnal Kajian Bisnis*. 28(1)
- Rachman,Bayu,J.,Santoso,S,B. (2015). Analisis Pngaaruh Desain Produk dan Promosi Terhadap Kemantapan Keputusan Pembelian yang Dimediasi Oleh Citra Merk .*Journal of Management*. 4(1).
- Razak, Ismael. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*. 7(2)
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis* (6th ed.). Salemba Empat.
- Sianipar, Gloria, J.M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Persepsi Harga dan Citra

Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 19(2)

Suari,Made,T,Y., Telagawathi,Ni Luh.W.S., Yuliantini,Ni Nyoman.(2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian.*Jurnal Manajemen Indonesia*.5(1)

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. CV Alfabeta.

Waluyo, Tri. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan untuk Membangun Minat Berkunjung Kembali Studi pada Hotel X Kota Pekalongan. *Jurnal Ilmu dan Budaya*. 41(71). 8465

Windarti, Tias., Ibrahim, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu. *Jom FISIP*. 4(2)

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK YONEX PADA PERSATUAN BULU TANGKIS BERKAH MANUNGAL TRANGSAN GATAK SUKOHARJO

Kepada Yth.

Anggota Persatuan Bulu Tangkis Berkah Manunggal

Dengan Hormat,

Saya mahasiswa Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta sedang melakukan penelitian (Tugas Akhir/Skripsi) dengan Judul Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Yonex pada Persatuan Bulu Tangkis Berkah Manunggal Trangsan Gatak Sukoharjo. Oleh karena itu diperlukan dukungan dan partisipasi dari Saudara/i selaku Anggota Persatuan Bulu Tangkis Berkah Mnunggal. Saya mengharap ketersediaan Saudara/i meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini dengan lengkap. Seluruh informasi yang diberikan akan dirahasiakan sehingga saya harap Saudara/i mengisi kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya.

Saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas ketersediaan Saudara/i yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

Peneliti

Stevanus Gangsar Ndrajati

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : P / L

B. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda centang (✓) pada kolom yang disediakan sesuai dengan jawaban Anda :

Keterangan :

STS = Sangat Tidak Setuju	SS	= Sangat Setuju
TS = Tidak Setuju	S	= Setuju
N = Netral		

C. Kuesioner

1. Kinerja (*Performance*)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Produk Yonex bertujuan memenuhi kebutuhan badminton saya					
2.	Raket Yonex enak digunakan					
3.	Kualitas yang ditawarkan sudah sesuai dengan keinginan					

2. Keistimewaan (*Features*)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Dengan Teknologi <i>Nanometric</i> dan penggunaan <i>Mineral Grafit Namd</i> pada bodi membuat raket Yonex memiliki bobot ringan					
2.	Produk sepatu Yonex memiliki spesialisasi dibanding brand lain					
3.	Semua produk Yonex nyaman digunakan					

3. Keandalan (*Reliability*)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Sepatu Yonex kuat dan awet walaupun digunakan dalam jangka waktu yang lama					
2.	Ukuran dan Volume Sepatu Yonex tidak berubah jika digunakan secara berkala					
3.	Kemasan Produk Yonex yang dijual di toko- toko tidak cacat					

4. Daya Tahan (*Durability*)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Produk Yonex menggunakan bahan berkualitas					
2.	Produk Yonex memiliki ketahanan waktu yang lama dibandingkan produk lain					
3.	Produk sepatu Yonex mudah perawatanya					

5. Estetika (*Aesthetic*)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Produk Yonex yang dijual dengan desain yang menarik					
2.	Penampilan Produk Yonex yang Inovatif					
3.	Yonex selalu melakukan inovasi model, desain, dan warna selama periode tertentu agar lebih menarik					

6. Citra / Reputasi

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Kualitas yang diberikan Produk Yonex memiliki mutu yang baik dibenak konsumen					
2.	Saya merasa produk Yonex banyak model unik sesuai yang diinginkan					
3.	Saya merasa raket merek Yonex adalah produk yang terkenal					

7. Kepuasan Konsumen

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya puas dengan semua Produk Yonex					
2.	Saya ingin merekomendasikan Raket Yonex kepada orang lain atau keluarga saya untuk membeli					
3.	Saya akan membeli kembali produk Yonex					

Lampiran 2. Data Responden

Odelia Christiana Utami	P	Mario Lukminto	L
Tantri P	P	Prapto Siswomiharjo	L
Tami	P	Prasetyo Nur Aryanto	L
Lia	P	Joko Nirwanto	L
Virsa Nadya	P	Dwi Mardiyanto	L
Joko sutopo	L	Taufiq	L
Loka S	L	Heri Sudarsono	L
Gilang Fajar W	L	Untung Sudarmaji	L
Andi Nur S	L	Yeri Aro Silalahi	L
Agus	L	Amirudin arnan	L
Andika Putra	L	Saras Putri Hartanto	P
Rifananda Susanto	L	Risa Armin Purnama	P
Yuli	P	Tubagus Imron	L
Putut pamungkas endro		Derian Feranda	P
saputro	L	Purnamasari Widiana	P
Cornelius Aditya. I	L	Enggartyasti Anggun	P
Ayunda Nilam	P	Ratnaning Dyah	P
Heru Subagyo	L	Joko Siswanto	L
Angga	L	Virginia Luzi Ambarsari	P
Avan sambudi	L	Hendra Tri	L
Lerwixs	L	Asep Kreistanto	L
gregory	L	Yudi Hendarto	L
Apriyana Cahyaningsih	P	David Atmojo	L
Tiara J	P	Andi Arisandi	L
Riki agung nugroho	L	Yudistira Bryan Nugraha	L
Muhammad Ferry Pratama	L	Anggit Tri Suparnoaji	L
Triloka putra aji	L	Ryan Adi	L
Erwin nugroho	L	Sugeng Widodo	L
Miracle Richie	L	Tito Dwi Saputra	L
Sumarji	L	Mariono	L
Kuswoyo	L	Sunarno	L
Vera Marisca	P	Anik safitri	P
Kartika Dewi	P	Sarjono	L
Rizzal Dimas	L	Ivan Agung	L
Febri satria setiyawan	L	Dandi Darmawan	L
Ferry Adrian	L	Teguh Yulianto	L
Heri Suwarto	L	Pratama Purnama Yudha	L
Resty Yolanda	P	Rusman Widagdo	L
Natasha Sandoro	P	Tedi Putra Harahap	L
Ridwan	L	Rosaline Purnama	P

Eko Prasajo	L
Kuncoro Adi	L
Adi Bagus Wisanggeni	L
Rio Adi	L
Kirmani	L
Anggoro Tri	L
Mulyonohadiwino	L
Slamet Rahardjo	L
Novian Setya	L
Deki Endarto	L
Ahmad Gufron	L
Ailin Lim	P
Jeffra Kusuma	L
Susan wijaya	P
Suyitno	L
Ogik Hilando	L
Oka Bagus Raharja	L
Suyamno	L
Arya Gunadi	L
Ristiana kirana	P
Made suarta	L

Lampiran 3. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas dan Reliabilitas variabel Kinerja

		Correlations			
		X1.1	X1.2	X1.3	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.360**	.201*	.655**
	Sig. (2-tailed)		.000	.045	.000
	N	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.360**	1	.240*	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000		.016	.000
	N	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.201*	.240*	1	.719**
	Sig. (2-tailed)	.045	.016		.000
	N	100	100	100	100
Total_X1	Pearson Correlation	.655**	.761**	.719**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

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

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.779	4

b. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keistimewaan

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.291**	.159	.727**
	Sig. (2-tailed)		.003	.114	.000
	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.291**	1	.182	.685**
	Sig. (2-tailed)	.003		.069	.000
	N	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.159	.182	1	.652**
	Sig. (2-tailed)	.114	.069		.000
	N	100	100	100	100
Total_X2	Pearson Correlation	.727**	.685**	.652**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.765	4

c. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kehandalan

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	Total_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.337**	.191	.730**
	Sig. (2-tailed)		.001	.057	.000
	N	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.337**	1	.298**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.001		.003	.000
	N	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.191	.298**	1	.662**
	Sig. (2-tailed)	.057	.003		.000
	N	100	100	100	100
Total_X3	Pearson Correlation	.730**	.762**	.662**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.785	4

d. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Daya Tahan

Correlations

		X4.1	X4.3	X4.2	Total_X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.137	.301**	.621**
	Sig. (2-tailed)		.176	.002	.000
	N	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	.137	1	.420**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.176		.000	.000
	N	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	.301**	.420**	1	.792**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000
	N	100	100	100	100
Total_X4	Pearson Correlation	.621**	.755**	.792**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.788	4

e. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Estetika

Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	Total_X5
X5.1	Pearson Correlation	1	.403**	.400**	.810**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X5.2	Pearson Correlation	.403**	1	.329**	.785**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000
	N	100	100	100	100
X5.3	Pearson Correlation	.400**	.329**	1	.690**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000
	N	100	100	100	100
Total_X5	Pearson Correlation	.810**	.785**	.690**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.808	4

f. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Citra/ Reputasi

Correlations

		X6.1	X6.2	X6.3	Total_X6
X6.1	Pearson Correlation	1	.303**	.280**	.685**
	Sig. (2-tailed)		.002	.005	.000
	N	100	100	100	100
X6.2	Pearson Correlation	.303**	1	.304**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.002		.002	.000
	N	100	100	100	100
X6.3	Pearson Correlation	.280**	.304**	1	.745**
	Sig. (2-tailed)	.005	.002		.000
	N	100	100	100	100
Total_X6	Pearson Correlation	.685**	.752**	.745**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.790	4

g. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Total_Y1
Y1.1	Pearson Correlation	1	.369**	.214*	.698**
	Sig. (2-tailed)		.000	.033	.000
	N	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	.369**	1	.330**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000
	N	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	.214*	.330**	1	.740**
	Sig. (2-tailed)	.033	.001		.000
	N	100	100	100	100
Total_Y1	Pearson Correlation	.698**	.755**	.740**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

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

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.791	4

Lampiran 4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.01655640
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.083
	Negative	-.088
Test Statistic		.088
Asymp. Sig. (2-tailed)		.052 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

b. Uji Heterokedasitas

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Total_X6, Total_X3, Total_X2, Total_X5, Total_X4, Total_X1 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: RES2

b. All requested variables entered.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.396 ^a	.157	.102	.67634

a. Predictors: (Constant), Total_X6, Total_X3, Total_X2, Total_X5, Total_X4, Total_X1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.894	6	1.316	2.876	.013 ^b
	Residual	42.542	93	.457		
	Total	50.435	99			

a. Dependent Variable: RES2

b. Predictors: (Constant), Total_X6, Total_X3, Total_X2, Total_X5, Total_X4, Total_X1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.592	.858		1.856	.067
	Total_X1	-.033	.067	-.062	-.501	.618
	Total_X2	-.096	.059	-.215	-1.624	.108
	Total_X3	-.071	.051	-.151	-1.374	.173
	Total_X4	-.041	.052	-.094	-.794	.429
	Total_X5	.152	.057	.294	2.667	.009
	Total_X6	.013	.064	.024	.204	.839

a. Dependent Variable: RES2

c. Uji Multikolineritas

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Total_X6, Total_X3, Total_X2, Total_X5, Total_X4, Total_X1 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Total_Y1

b. All requested variables entered.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.654 ^a	.428	.391	1.049

a. Predictors: (Constant), Total_X6, Total_X3, Total_X2, Total_X5, Total_X4, Total_X1

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	76.445	6	12.741	11.582	.000 ^b
	Residual	102.305	93	1.100		
	Total	178.750	99			

a. Dependent Variable: Total_Y1

b. Predictors: (Constant), Total_X6, Total_X3, Total_X2, Total_X5, Total_X4, Total_X1

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.522	1.330		1.144	.256		
	Total_X1	.197	.103	.195	1.906	.060	.585	1.708
	Total_X2	.146	.091	.173	1.592	.115	.520	1.923
	Total_X3	.124	.080	.141	1.549	.125	.746	1.340
	Total_X4	.031	.080	.038	.386	.701	.640	1.563
	Total_X5	.153	.088	.157	1.730	.087	.746	1.340
	Total_X6	.230	.100	.228	2.307	.023	.628	1.592

a. Dependent Variable: Total_Y1

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions						
				(Constant)	Total_X1	Total_X2	Total_X3	Total_X4	Total_X5	Total_X6
1	1	6.948	1.000	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.014	22.380	.03	.03	.12	.03	.32	.11	.06
	3	.013	23.458	.00	.15	.22	.26	.04	.06	.00
	4	.009	27.432	.00	.01	.03	.61	.41	.12	.01
	5	.007	32.598	.04	.04	.26	.00	.10	.66	.23
	6	.006	35.365	.57	.03	.04	.03	.02	.00	.54
	7	.004	41.237	.35	.74	.34	.07	.12	.04	.16

a. Dependent Variable: Total_Y1

Lampiran 5. Uji Regresi Linear Berganda

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Total_X6, Total_X3, Total_X2, Total_X5, Total_X4, Total_X1 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Total_Y1

b. All requested variables entered.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.654 ^a	.428	.391	1.049

a. Predictors: (Constant), Total_X6, Total_X3, Total_X2, Total_X5, Total_X4, Total_X1

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	76.445	6	12.741	11.582	.000 ^b
	Residual	102.305	93	1.100		
	Total	178.750	99			

a. Dependent Variable: Total_Y1

b. Predictors: (Constant), Total_X6, Total_X3, Total_X2, Total_X5, Total_X4, Total_X1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.522	1.330		1.144	.256
	Total_X1	.197	.103	.195	1.906	.060
	Total_X2	.146	.091	.173	1.592	.115
	Total_X3	.124	.080	.141	1.549	.125
	Total_X4	.031	.080	.038	.386	.701
	Total_X5	.153	.088	.157	1.730	.087
	Total_X6	.230	.100	.228	2.307	.023

a. Dependent Variable: Total_Y1

Lampiran 6. Tabel t

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500

27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639

68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815

108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660

148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
161	0.67602	1.28683	1.65437	1.97481	2.34973	2.60671	3.14162
162	0.67601	1.28680	1.65431	1.97472	2.34959	2.60652	3.14130
163	0.67600	1.28677	1.65426	1.97462	2.34944	2.60633	3.14098
164	0.67599	1.28673	1.65420	1.97453	2.34930	2.60614	3.14067
165	0.67598	1.28670	1.65414	1.97445	2.34916	2.60595	3.14036
166	0.67597	1.28667	1.65408	1.97436	2.34902	2.60577	3.14005
167	0.67596	1.28664	1.65403	1.97427	2.34888	2.60559	3.13975
168	0.67595	1.28661	1.65397	1.97419	2.34875	2.60541	3.13945
169	0.67594	1.28658	1.65392	1.97410	2.34862	2.60523	3.13915
170	0.67594	1.28655	1.65387	1.97402	2.34848	2.60506	3.13886
171	0.67593	1.28652	1.65381	1.97393	2.34835	2.60489	3.13857
172	0.67592	1.28649	1.65376	1.97385	2.34822	2.60471	3.13829
173	0.67591	1.28646	1.65371	1.97377	2.34810	2.60455	3.13801
174	0.67590	1.28644	1.65366	1.97369	2.34797	2.60438	3.13773
175	0.67589	1.28641	1.65361	1.97361	2.34784	2.60421	3.13745
176	0.67589	1.28638	1.65356	1.97353	2.34772	2.60405	3.13718
177	0.67588	1.28635	1.65351	1.97346	2.34760	2.60389	3.13691
178	0.67587	1.28633	1.65346	1.97338	2.34748	2.60373	3.13665
179	0.67586	1.28630	1.65341	1.97331	2.34736	2.60357	3.13638
180	0.67586	1.28627	1.65336	1.97323	2.34724	2.60342	3.13612
181	0.67585	1.28625	1.65332	1.97316	2.34713	2.60326	3.13587
182	0.67584	1.28622	1.65327	1.97308	2.34701	2.60311	3.13561
183	0.67583	1.28619	1.65322	1.97301	2.34690	2.60296	3.13536
184	0.67583	1.28617	1.65318	1.97294	2.34678	2.60281	3.13511
185	0.67582	1.28614	1.65313	1.97287	2.34667	2.60267	3.13487
186	0.67581	1.28612	1.65309	1.97280	2.34656	2.60252	3.13463
187	0.67580	1.28610	1.65304	1.97273	2.34645	2.60238	3.13438

188	0.67580	1.28607	1.65300	1.97266	2.34635	2.60223	3.13415
189	0.67579	1.28605	1.65296	1.97260	2.34624	2.60209	3.13391
190	0.67578	1.28602	1.65291	1.97253	2.34613	2.60195	3.13368
191	0.67578	1.28600	1.65287	1.97246	2.34603	2.60181	3.13345
192	0.67577	1.28598	1.65283	1.97240	2.34593	2.60168	3.13322
193	0.67576	1.28595	1.65279	1.97233	2.34582	2.60154	3.13299
194	0.67576	1.28593	1.65275	1.97227	2.34572	2.60141	3.13277
195	0.67575	1.28591	1.65271	1.97220	2.34562	2.60128	3.13255
196	0.67574	1.28589	1.65267	1.97214	2.34552	2.60115	3.13233
197	0.67574	1.28586	1.65263	1.97208	2.34543	2.60102	3.13212
198	0.67573	1.28584	1.65259	1.97202	2.34533	2.60089	3.13190
199	0.67572	1.28582	1.65255	1.97196	2.34523	2.60076	3.13169
200	0.67572	1.28580	1.65251	1.97190	2.34514	2.60063	3.13148