
**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA PRODUK SMARTPHONE OPPO DI BATAM
(STUDI KASUS PADA MAL NAGOYA BATAM)**

Andriani Lubis

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jayabaya
andrianilubis60@yahoo.com (*corresponding author*)

Aqis Suci Ramadanti

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jayabaya

INFO NASKAH

Diterima: 12 April 2023
Direvisi : 15 April 2023
Diterima diterbitkan : 3 Mei
2023

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas handphone OPPO terhadap kepuasan konsumen di Batam. Data dalam penelitian ini adalah data primer dengan menyebarkan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien Determinasi dan uji hipotesis menggunakan program Statistical Product For Service Solution (SPSS) ver. 22.0. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk *smartphone* OPPO di Batam.

Kata kunci: kualitas, kepuasan, konsumen, telepon pintar

PENDAHULUAN

Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya seorang pelanggan. jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinan nya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Kepuasan konsumen merupakan suatu evaluasi purna beli. jika kepuasan konsumen itu tercapai maka akan timbulah loyalitas pelanggan, oleh karena itu kepuasan konsumen hal yang sangat penting bagi perusahaan salah satunya ialah dengan meningkatkan kualitas produk dari perusahaan itu sendiri.

Kualitas produk adalah kondisi fisik, fungsi dan sifat suatu produk baik barang atau jasa berdasarkan tingkat mutu yang diharapkan seperti durabilitas, reliabilitas ketepatan, kemudahan pengoperasian, reparasi produk serta atribut produk lainnya dengan tujuan memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen atau pelanggan.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor penting dalam persaingan diantara pelaku usaha yang ditawarkan kepada konsumen dan dapat menambah jumlah konsumen Terdapat hubungan timbal balik antara perusahaan dengan konsumen yang memberikan peluang untuk mengetahui dan memahami apa yang menjadi kebutuhan dan harapan yang ada pada persepsi konsumen.

Kualitas produk sangat berhubungan erat dengan kepuasan konsumen yang merupakan elemen penting yang harus di pertanggung jawabkan perusahaan. Semakin tinggi tingkat kualitas produk dalam memenuhi kepuasan konsumen maka akan meningkatkan loyalitas konsumen itu sendiri yang otomatis akan sangat berpengaruh terhadap persentase penjualan sebuah produk perusahaan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas produk yang baik dan pelayanan yang ramah terhadap konsumen yang datang ke store *smartphone* untuk membeli produk tersebut. Produk yang disampaikan kepada konsumen menjadi aspek penting dalam menentukan persepsi atau penilaian konsumen dalam menciptakan kepuasan konsumen itu sendiri. Pelayanan pada suatu produk untuk kepuasan konsumen di pengaruhi oleh ekspresi orang lain yang menceritakan kembali bagaimana mereka merasa puas atau tidak puas terhadap produk tersebut. Kualitas produk sangat erat kaitannya dengan hal yang memberi kepuasan terhadap konsumen. Dengan Kualitas produk yang baik dapat memberikan kepuasana yang baik pula bagi konsumen nya, sehingga konsumen dapat lebih merasa di perhatikan akan keberadaannya oleh pihak perusahaan.

Smartphone merupakan produk telpon genggam,yang pada saat ini, pesaing nya semakin gencar berinovasi dalam menciptakan keluaran *smartphone* terbaru dengan seri-seri yang semakin canggih dengan variasi harga dan kualitas produk yang ditawarkan yang beragam guna menarik konsumen. Khususnya didaerah Batam, disalah satu pusat perbelanjaan *smartphone*. Di Batam persaingan akan penjualan *smartphone* atau Hp sangatlah tinggi sehingga perusahaan Oppo terus selalu berinovasi dalam meningkatkan kualitas produk nya dengan dikeluarkannya produk-produk terbaru guna memenuhi permintaan pasar disamping disertai dengan kualitas produk yang baik dalam pemasaran tentunya agar dapat masuk dalam pasar persaingan yang sangat ketat

Penulis melakukan pemberian kuesioner mengenai kepuasan konsumen kepada 10 orang pengguna Smartphone oppo. Dari hasil kuesioner tersebut sebagian besar (60%) berpendapat kualitas prodak smarphone oppo kurang inovatif.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, tujuan yang hendak dicapai dalam melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk *Smartphone* Oppo terhadap kepuasan konsumen di Batam.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan,serta atribut bernilai lainnya.

Kualitas produk menurut American Society for Quality dalam kotler dan Amstrong (2011:230) didefinisikan “*As characteristics of a product or service that bear on itsability to statisfy stated or implied customer needs*” artinya sebagai karakteristik dari sebuah produk atau jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan

konsumen yang dinyatakan atau tersirat. Siemens dalam Kotler dan Amstrong (2011:230) juga mendefinisikan kualitas produk secara serupa, yaitu “*Quality is when our customers come back and our products don't*”, artinya kualitas adalah ketika konsumen datang kembali dan produknya tidak.

Sebagaimana yang dikutip oleh Nurmawanti Lestami (2012) apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing. Dimensi kualitas produk tersebut terdiri dari:

1. *Performance* (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
2. *Durability* (daya tahan), yang berarti seberapa lama produk dapat terus digunakan selama jangka waktu tertentu. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk.
3. *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
4. *Features* (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
5. *Reliability* (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
6. *Aesthetics* (estetika), merupakan karakteristik yang bersifat subjektif mengenai nilai-nilai estetika yang berkaitan dengan penilaian pribadi dan preferensi dari setiap individu atau konsumen. Berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk yang berkualitas.

Klasifikasi produk menurut Kotler dan Amstrong (2011:239), dulu pemasaran mengklasifikasikan produk berdasarkan ketahanan atau *Durability*, keberwujudan, dan kegunaan (konsumen dan industri).

Dari beberapa definisi diatas maka penulis menyimpulkan bahwa kualitas adalah sebuah produk atau jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen dan bertujuan untuk menarik konsumen menggunakan produknya kembali.

Dimensi dan Indikator Kualitas Produk

Kualitas produk memiliki dimensi yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik dari suatu produk. Menurut David Garvin dalam buku Andy Tjiptono (2016:134) kualitas produk memiliki delapan dimensi sebagai berikut:

Performance (kinerja), merupakan karakteristik operasi pokok dari produk inti (core product) yang dibeli.

Features (fitur atau ciri-ciri tambahan), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.

Reliability (reliabilitas), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal di pakai.

Conformance to specifications (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.

Durability (daya tahan), yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan.

Serviceability (kemampuan melayani), meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan direparasi; serta penanganan keluhan secara memuaskan.

Esthetics (estetika), yaitu daya Tarik produk terhadap panca indera.

Perceived Quality (kualitas yang dipersepsikan), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas produk

Menurut Prawirosentono (2002:76), ada beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas produk, yaitu sebagai berikut:

Manusia. Sumber daya manusia adalah unsur utama yang memungkinkan terjadinya proses penambahan nilai.

Metode. Hal ini meliputi prosedur kerja dimana setiap orang harus melaksanakan kerja sesuai dengan tugas yang dibebankan pada masing-masing individu. Metode ini merupakan prosedur kerja terbaik agar setiap orang dapat melaksanakan tugasnya secara efektif dan efisien.

Mesin. Mesin atau peralatan yang digunakan dalam proses penambahan nilai menjadi output. Dengan memakai mesin sebagai peralatan pendukung pembuatan suatu produk kemungkinan berbagai variasi dalam bentuk, jumlah, dan kecepatan proses penyelesaian kerja.

Bahan. Bahan baku yang di proses produksi agar menghasilkan nilai tambah menjadi output, jenisnya sangat beragam. Keragaman bahan baku yang digunakan akan mempengaruhi nilai output yang beragam pula.

Ukuran. Dalam setiap tahap produksi harus ada ukuran sebagai standar penilaian agar setiap tahap produksi dapat dinilai kinerjanya. Kemampuan dari standar ukuran tersebut merupakan faktor penting untuk mengukur kinerja seluruh tahapan proses produksi, dengan tujuan agar hasil yang diperoleh sesuai dengan rencana.

Lingkungan. Lingkungan dimana proses produksi berada sangat mempengaruhi hasil atau kinerja proses produksi. Bila lingkungan kerja berubah, maka kinerja akan berubah pula. Banyak faktor lingkungan eksternalpun yang dapat mempengaruhi kelima unsur tersebut diatas sehingga dapat menimbulkan variasi tugas pekerja.

Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan hal yang wajib bagi setiap organisasi bisnis dan nirlaba, konsultasi bisnis, penelitian pemasaran, eksekutif bisnis dan dalam konteks tertentu, para birokrat dan politisi. Hasil studi berkesinambungan dibidang pemasaran bahwa kepuasan konsumen berkaitan dengan ukuran kinerja finansial seperti peningkatan laba. Dalam Tjiptono (2012:310).

Menurut Tjiptono (2012:38) kepuasan adalah “tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau hasil yang ia rasakan dengan harapannya”. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectation*)”.

Kepuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembeli (atau estándar kerja lainnya) dan kinerja

actual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan, Tse dan Wilton dalam Tjiptono (2012:311). Richard Oliver dalam wijayanti (2012:25) menyatakan kepuasan konsumen adalah “tanggapan konsumen atas terpenuhinya kebutuhan”. Penilaian terhadap bentuk keistimewaan suatu barang/jasa ataupun barang/jasa itu sendiri memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan”.

Kepuasan konsumen adalah hasil akumulasi dari konsumen atau konsumen dalam menggunakan produk dan jasa. Oleh karna itu, setiap transaksi atau pengalaman baru akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, kepuasan konsumen mempunyai dimensi waktu karena hasil akumulasi. Upaya memuaskan adalah pengalaman panjang yang tidak mengenal batas akhir.

Metode Mengukur Kepuasan Konsumen

Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mengukur atau memantau kepuasan konsumen, Kotler dalam Tjiptono (2012:318) yaitu:

Sistem keluhan dan saran . Memberikan kesempatan bagi konsumen untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka melalui kotak saran yang diletakkan di tempat strategis, saluran telpon khusus (customer hot lines), email, kartu komentar, ataupun via pos.

Survei kepuasan konsumen. Melakukan penelitian atau survei pasar mengenai kepuasan konsumen dengan menggunakan pos, telpon ,maupun wawancara pribadi. Metode ini dilakukan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopping*) untuk berperan atau bersikap sebagai konsumen atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Lalu ghost shopper itu menyampaikan hasil temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalm pembeli produk-produk tersebut.

Lost customer Analysis. Metode ini cukup unik. Perusahaan berusaha menghubungkan para konsumennya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok. Yang diharapkannya adalah akun diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan penjualan.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.

Tingkat kepuasan konsumen dapat ditentukan berdasarkan pada 5 (lima) faktor utama yang harus diperhatikan oleh sebuah perusahaan (irawan, 2010),yaitu:

Kualitas Produk. Konsumen akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

Kualitas pelayanan. Konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang sesuai yang diharapkan terutama untuk industri jasa.

Emosional. Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap konsumen tersebut apabila menggunakan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan.

Harga. Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai lebih tinggi kepada konsumennya.

Biaya. Konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa, cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

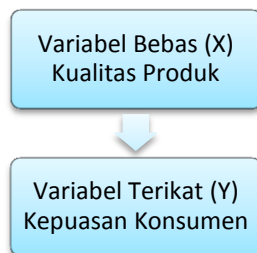
Dimensi dan Indikator Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen menurut Kotler dan Keller dalam sangadji (2015:150) yaitu: Tetap setia. Konsumen yang terpuaskan cenderung akan menjadi setia atau loyal, indicator berdasarkan dimensi tetap setia diantaranya adalah: merasa puas atas manfaat produk, selalu menggunakan produk, membeli produk yang ditawarkan, keinginan untuk membeli produk yang ditawarkan karena adanya keinginan untuk mengulang pengalaman yang baik dan menghindari yang buruk, indicator dimensi membeli produk yaitu: produk yang ditawarkan sesuai keinginan dan produk yang ditawarkan memiliki citra yang baik. Merekomendasikan produk.

Kepuasan merupakan factor yang mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif, indicator berdasarkan dimensi merekomendasikan produk diantaranya adalah memberikan informasi produk yang positif pada konsumen, mendorong konsumen lain untuk menggunakan produk, bersedia membayar lebih, konsumen cenderung menggunakan harga sebagai patokan kemampuan, ketika harga lebih tinggi konsumen cenderung berfikir kualitas menjadi lebih tinggi juga, indikator berdasarkan dimensi bersedia membayar lebih yaitu : harga/biaya sesuai kualitas produk dan melayani konsumen dengan ramah.

Memberi masukan. Walaupun kepuasan sudah tercapai, konsumen selalu menginginkan yang lebih lagi, maka konsumen akan memberikan masukan atau saran agar keinginan mereka dapat tercapai, indicator berdasarkan dimensi memberikan masukan yaitu produk yang di butuhkan selalu tersedia dan selalu menghargai semua konsumen

Kerangka Pemikiran



Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan sementara tentang hubungan dua variable atau lebih atau jawaban yang sifatnya sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris. Dimana hipotesis pada penelitian ini yaitu :

H₁ : diduga terdapat pengaruh anatar kualitas produk *Smartphone* Oppo Terhadap kepuasan konsumen di batam.

H₀ : diduga tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk *Smartphone* Oppo terhadap kepuasan Konsumen di Batam.

METODELOGI PENELITIAN

Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini variabel yang diteliti dibagi menjadi dua kelompok besar, yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Definisi operasional untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

Variabel Bebas (*independent variable*). Variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab terjadinya perubahan atau timbulnya variabel terikat (Sugiono, 2006,33). Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah kualitas produk (X).

Variabel Terikat (*dependen variable*). Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiono,2006,33). Dalam penelitian ini yang digunakan sebagai variabel terikat adalah kepuasan konsumen

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi

Populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin hasil yang menghitung ataupun pengukuran, kuantitatif maupun kualitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang ingin mempelajari sifat-sifatnya. Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat yang sedang menggunakan atau pernah menggunakan *smartphone* oppo di Batam.

Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian yang mana merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagaimana masyarakat yang sedang menggunakan atau pernah menggunakan *smartphone oppo*

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* menurut Sekaran (2006;136) merupakan teknik pengambilan sampel terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan, entah karena mereka adalah satu-satunya yang memilikinya atau memenuhi beberapa kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Adapun kriteria pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah menggunakan *smartphone Oppo* minimal 1 tahun. Dalam penelitian ini penulis sampel sebanyak 100 responden.

Teknik Analisis Data

Uji Validitas dan Reliabilitas Validitas

Pengertian Validitas menurut Arikunto (2005:86) adalah suatu instrument penelitian dapat dikatakan valid bilamana tersebut dapat mengukur variable yang diteliti secara tepat atau dengan kata lain ada kecocokan diantara yang apa yang diukur dengan tujuan pengukuran.

Rumus yang digunakan untuk mengukur validitas korelasi *product moment* yang dinyatakan sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n(\sum x^2) - (\sum x)^2} \sqrt{n(\sum y^2) - (\sum y)^2}}$$

dimana :

r_{xy} = koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total

n = jumlah responden

X = skor butir pada nomor butir ke-i

Y = skor total responden

Kaidah pengambilan kesimpulan sebagai berikut :

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrument itu mempunyai validitas yang tinggi;

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen itu untuk factor tertentu tidak valid

Reliabilitas

Pengujian reliabilitas adalah sebuah instrument dapat mengukur suatu yang diukur secara konsisten dari waktu ke waktu. Konsep reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabilitas konsistensi internal (*internal consistency reliability*). Pengujian terhadap konsistensi keterkaitan diantara butir-butir pertanyaan dalam instrument, dalam penelitian ini instrument yang dimaksudkan adalah kuisioner. Penelitian hanya memerlukan sekali pengujian dengan menggunakan teknik statistik tertentu terhadap skor jawaban responden yang dihasilkan dari penggunaan instrument yang bersangkutan. Menurut santoso (2010:32) Butir kuisioner dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach's alpha* >0.60 dan dikatakan tidak reliabel jika *Cronbach's Alpha* <0,60.

Analisis Korelasi sederhana

Menurut Algifari (2012: 51) koefisien merupakan ukuran kedua yang dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana keeratan hubungan antara suatu variabel dengan variabel lain.

Rumusan adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n(\sum x^2) - (\sum x)^2} \sqrt{n(\sum y^2) - (\sum y)^2}}$$

Koefisien Determinasi (R^2)

Seperti halnya analisis regresi sederhana, koefisien determinasi mengukur proposal dari variasi total variabel terikat yang dijelaskan oleh variasi variabel bebas atau variabel penjelas dalam regresi. Nilai R^2 berada pada interval $0 \leq R^2 \leq 1$.

Jadi makin baik estimasi model dalam menggambarkan data, maka makin dekat nilai R ke nilai 1. Berikut adalah rumus dari R^2 , yaitu :

$$R^2 = (r)^2 \times 100\%$$

Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana dapat dianalisis dikarenakan didasari oleh hubungan sebab akibat (kasual) antara satu variabel bebas X (independent variable) dengan satu variabel terikat Y (dependent variabel). Rumus dari persamaan regresi linier sederhana adalah :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

X : variabel bebas (*independent variable*) yang mempunyai nilai tertentu untuk diproyeksikan

Y : subyek variabel terikat (*dependent variable*) yang diproyeksikan

a : nilai konstanta Y jika $X=0$

b : nilai arah sebagai penentu ramalan (prediksi) yang menunjukkan nilai peningkatan (+) atau penurunan (-) variabel Y atau koefisien regresi.

Hipotesis Statistik

Uji hipotesis dengan t_{hitung} digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas signifikansi atau tidak signifikansi terhadap variabel terikat secara individual di setiap variabel. Berikut rumus untuk mencari t_{hitung} , yaitu:

$$t_{hitung} = \frac{\text{Koefisien } \beta}{\text{Standar Error}}$$

Selanjutnya setelah nilai t_{hitung} didapatkan maka nilai t_{hitung} dibandingkan dengan nilai t_{hitung} dengan acuan taraf signifikansi sebesar $\alpha = 0,05$ dan derajat kebebasan (dk) = $n-2$, sehingga ketentuan yang berlaku adalah sebagai berikut :

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel} \rightarrow H_1$ diterima (ada pengaruh yang signifikan)
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel} \rightarrow H_0$ diterima (tidak ada pengaruh yang signifikan).

HASIL PENELITIAN

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
Pria	48	48.0
Wanita	52	52.0
Jumlah	100	100.0

Sumber: Data Penelitian yang diolah, 2020

2. Responden Berdasarkan Usia Presentase Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Presentase (%)
<17 Tahun	7	7.0
17-27 Tahun	63	62.0
28-38 Tahun	28	28.0
39-49 Tahun	2	2.0
Jumlah	100	100.0

Sumber: Data Penelitian yang diolah, 2020

3. Responden berdasarkan Pendidikan Presentase Responden Berdasarkan Pendidikan

Usia	Jumlah Responden	Presentase (%)
SLTP	3	3.0
SLTA	64	64.0
Diploma	14	14.0
Sarjana	19	19.0
Jumlah	100	100.0

Sumber: Data Penelitian yang diolah, 2020

4. Responden berdasarkan Penghasilan Presentase Responden Berdasarkan Penghasilan

Usia	Jumlah Responden	Presentase (%)
< Rp. 1.000.000	31	31.0

Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	57	57.0
Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000	9	9.0
Rp. 10.000.000 - Rp. 15.000.000	1	1.0
> Rp. 15.000.000	2	2.0
Jumlah	100	100.0

Sumber: Data Penelitian yang diolah, 2020

5. Responden berdasarkan Status
Presentase Responden Berdasarkan
Status

Usia	Jumlah Responden	Presentase (%)
Menikah	37	37.0
Belum Menikah	63	63.0
Jumlah	100	100.0

Sumber: Data Penelitian yang diolah, 2020

6. Responden berdasarkan Pekerjaan
Presentase Responden Berdasarkan
Pekerjaan

Usia	Jumlah Responden	Presentase (%)
Wiraswasta	5	5.0
Karyawan Swasta	26	26.0
Pelajar/ Mahasiswa	21	21.0
TNI / POLRI	2	2.0
PNS	15	15.0
Lainnya	31	31.0
Jumlah	100	100.0

Sumber: Data Penelitian yang diolah, 2020

Pernyataan Responden Mengenai Kualitas
Produk

Jawaban responden mengenai Kecepatan
sistem yang berkualitas tinggi

Jawaban	Frekuensi	Persentase
---------	-----------	------------

Responden		(%)
Sangat Tidak Setuju	-	-
Tidak Setuju	-	-
Kurang Setuju	8	8.0
Setuju	42	42.0
Sangat Setuju	50	50.0
Total	100	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer
2020

Jawaban responden mengenai Kemudahan
yang memiliki processor berkualitas

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	-	-
Tidak Setuju	1	1.0
Kurang Setuju	2	2.0
Setuju	58	58.0
Sangat Setuju	39	39.0
Total	100	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer
2020

Jawaban responden mengenai
Kenyamanan dalam memiliki RAM
berkapasitas besar

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	-	-
Tidak Setuju	-	-
Kurang Setuju	-	-
Setuju	45	45.0
Sangat Setuju	55	55.0

Total	100	100.0
-------	-----	-------

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2020

Jawaban responden mengenai fitur mudah dimengerti dan di pahami

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	-	-
Tidak Setuju	-	-
Kurang Setuju	-	-
Setuju	65	65.0
Sangat Setuju	35	35.0
Total	100	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2020

Jawaban responden mengenai menyediakan berbagai macam aplikasi yang dapat di unduh pada *playstore*

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	-	-
Tidak Setuju	-	-
Kurang Setuju	-	-
Setuju	59	59.0
Sangat Setuju	41	41.0
Total	100	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2020

Jawaban responden mengenai memiliki teknologi *fast charging*

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	-	-
Tidak Setuju	-	-
Kurang Setuju	3	3.0
Setuju	58	58.0
Sangat Setuju	39	39.0
Total	100	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2020

Jawaban responden mengenai Fitur-fitur yang lengkap dan canggih

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	-	-
Tidak Setuju	-	-
Kurang Setuju	3	3.0
Setuju	58	58.0
Sangat Setuju	39	39.0
Total	100	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2020

Jawaban responden mengenai tingkat mengalami kerusakan sangat kecil

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	-	-
Tidak Setuju	-	-
Kurang Setuju	7	7.0
Setuju	59	59.0
Sangat Setuju	34	34.0
Total	100	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2020

Jawaban responden mengenai gambar yang dihasilkan kamera produk jernih

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	-	-
Tidak Setuju	-	-
Kurang Setuju	4	4.0
Setuju	54	54.0
Sangat Setuju	42	42.0
Total	100	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2020

Jawaban responden mengenai harga produk yang ditetapkan sudah sesuai dengan kualitas produk

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
-------------------	-----------	----------------

Sangat Tidak Setuju	1	1.0
Tidak Setuju	1	1.0
Kurang Setuju	1	1.0
Setuju	64	64.0
Sangat Setuju	33	33.0
Total	100	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2020

Jawaban responden mengenai spesifikasi yang ditawarkan sesuai dengan produk

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	-	-
Tidak Setuju	-	-
Kurang Setuju	4	4.0
Setuju	62	62.0
Sangat Setuju	34	34.0
Total	100	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2020

Jawaban responden mengenai desain yang ditampilkan sesuai dengan Produk

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	-	-
Tidak Setuju	-	-
Kurang Setuju	1	1.0
Setuju	68	68.0
Sangat Setuju	31	31.0
Total	100	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2020

Jawaban responden mengenai baterai yang cukup kuat ketika digunakan

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	-	-
Tidak Setuju	-	-
Kurang Setuju	1	1.0

Setuju	67	67.0
Sangat Setuju	32	32.0
Total	100	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2020.

Jawaban responden mengenai memiliki baterai dengan efektifitas daya mumpuni

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	-	-
Tidak Setuju	-	-
Kurang Setuju	1	1.0
Setuju	69	69.0
Sangat Setuju	30	30.0
Total	100	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2020

Jawaban responden mengenai produk memiliki material yang cukup kuat

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	-	-
Tidak Setuju	-	-
Kurang Setuju	3	3.0
Setuju	71	71.0
Sangat Setuju	26	26.0
Total	100	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2020

Jawaban responden mengenai kemudahan ketika diperbaiki

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	-	-
Tidak Setuju	-	-
Kurang Setuju	7	7.0
Setuju	68	68.0
Sangat Setuju	25	25.0
Total	100	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2020

Jawaban responden mengenai kenyamanan ketika produk digunakan

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	-	-
Tidak Setuju	-	-
Kurang Setuju	1	1.0
Setuju	66	66.0
Sangat Setuju	33	33.0
Total	100	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2020

Jawaban responden mengenai produk dapat dengan mudah diperoleh

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	-	-
Tidak Setuju	-	-
Kurang Setuju	-	-
Setuju	71	71.0
Sangat Setuju	29	29.0
Total	100	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2020

Jawaban responden mengenai produk yang dihasilkan *smartphone* oppo sesuai dengan standar kelayakan produk

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	-	-
Tidak Setuju	-	-
Kurang Setuju	4	4.0
Setuju	64	64.0
Sangat Setuju	32	32.0
Total	100	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2020

Jawaban responden mengenai produk memiliki desain yang *stylish*

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	-	-
Tidak Setuju	1	1.0
Kurang Setuju	3	3.0
Setuju	66	66.0
Sangat Setuju	30	30.0
Total	100	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2020

Jawaban responden mengenai Resolusi layar produk yang berkualitas

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	-	-
Tidak Setuju	-	-
Kurang Setuju	3	3.0
Setuju	66	66.0
Sangat Setuju	31	31.0
Total	100	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2020

Jawaban responden mengenai informasi produk yang disampaikan sesuai dengan kualitas produk

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	-	-
Tidak Setuju	-	-
Kurang Setuju	2	2.0
Setuju	72	72.0
Sangat Setuju	26	26.0
Total	100	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2020

Jawaban responden mengenai mudah dalam memperoleh pelayanan dari pihak produk

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	-	-
Tidak Setuju	-	-
Kurang Setuju	4	4.0
Setuju	68	68.0
Sangat Setuju	28	28.0
Total	100	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2020

Jawaban responden mengenai produk mudah didapatkan

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	-	-
Tidak Setuju	-	-
Kurang Setuju	2	2.0
Setuju	67	67.0
Sangat Setuju	31	31.0
Total	100	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2020

Pernyataan Responden Mengenai Kepuasan Konsumen
Jawaban responden mengenai merasa puas atas manfaat produk

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	-	-
Tidak Setuju	-	-
Kurang Setuju	-	-
Setuju	72	72.0
Sangat Setuju	28	28.0
Total	100	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2020

Jawaban responden mengenai responden selalu menggunakan produk

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	-	-
Tidak Setuju	-	-
Kurang Setuju	1	1.0
Setuju	80	80.0
Sangat Setuju	19	19.0
Total	100	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2020

Jawaban responden mengenai Produk yang ditawarkan sesuai keinginan

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	-	-
Tidak Setuju	-	-
Kurang Setuju	-	-
Setuju	78	78.0
Sangat Setuju	22	22.0
Total	100	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2020

Jawaban responden mengenai Produk yang ditawarkan memiliki citra yang baik

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	-	-
Tidak Setuju	-	-
Kurang Setuju	1	1.0
Setuju	70	70.0
Sangat Setuju	29	29.0
Total	100	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2020

Jawaban responden mengenai memberikan informasi produk yang positif pada konsumen

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	-	-
Tidak Setuju	-	-
Kurang Setuju	1	1.0
Setuju	75	75.0
Sangat Setuju	24	24.0
Total	100	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2020

Jawaban responden mengenai mendorong konsumen lain untuk menggunakan produk

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	-	-
Tidak Setuju	-	-
Kurang Setuju	-	-
Setuju	78	78.0
Sangat Setuju	22	22.0
Total	100	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2020

Jawaban responden mengenai Harga/biaya sesuai kualitas produk

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	-	-
Tidak Setuju	-	-
Kurang Setuju	-	-
Setuju	76	76.0
Sangat Setuju	24	24.0
Total	100	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2020

Jawaban responden mengenai Melayani konsumen dengan ramah

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	-	-
Tidak Setuju	-	-
Kurang Setuju	-	-
Setuju	77	77.0
Sangat Setuju	23	23.0
Total	100	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2020

Jawaban responden mengenai Produk yang dibutuhkan selalu tersedia

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	-	-
Tidak Setuju	-	-
Kurang Setuju	-	-
Setuju	77	77.0
Sangat Setuju	23	23.0
Total	100	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2020

Jawaban responden mengenai perusahaan selalu menghargai konsumen

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	-	-
Tidak Setuju	-	-
Kurang Setuju	1	1.0
Setuju	75	75.0
Sangat Setuju	24	24.0
Total	100	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2020

Uji Validitas

Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

Uji Validitas Butir Pertanyaan Kualitas Produk

Validitas Butir-Butir Pertanyaan Kuesioner			
	Corrected Item Total Correlation (r Hitung)	r Tabel	Validitas
Butir 1	0.444	0.195	Valid
Butir 2	0.547	0.195	Valid
Butir 3	0.469	0.195	Valid
Butir 4	0.686	0.195	Valid
Butir 5	0.672	0.195	Valid
Butir 6	0.522	0.195	Valid
Butir 7	0.586	0.195	Valid
Butir 8	0.553	0.195	Valid
Butir 9	0.629	0.195	Valid
Butir 10	0.497	0.195	Valid
Butir 11	0.631	0.195	Valid
Butir 12	0.737	0.195	Valid
Butir 13	0.751	0.195	Valid
Butir 14	0.755	0.195	Valid
Butir 15	0.772	0.195	Valid
Butir 16	0.561	0.195	Valid
Butir 17	0.692	0.195	Valid
Butir 18	0.622	0.195	Valid
Butir 19	0.559	0.195	Valid
Butir 20	0.685	0.195	Valid

Butir 21	0.633	0.195	Valid
Butir 22	0.733	0.195	Valid
Butir 23	0.700	0.195	Valid
Butir 24	0.629	0.195	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan data Kuesioner Melalui Program SPSS 22.00

Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen Uji Validitas Butir Pertanyaan Kepuasan Konsumen

Validitas Butir-Butir Pertanyaan Kuesioner			
	Corrected Item Total Correlation (r Hitung)	r Tabel	Validitas
Butir_1	0.521	0.195	Valid
Butir_2	0.549	0.195	Valid
Butir_3	0.645	0.195	Valid
Butir_4	0.670	0.195	Valid
Butir_5	0.675	0.195	Valid
Butir_6	0.738	0.195	Valid
Butir_7	0.786	0.195	Valid
Butir_8	0.814	0.195	Valid
Butir_9	0.720	0.195	Valid
Butir_10	0.781	0.195	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan data Kuesioner Melalui Program SPSS 21.00

Uji Reliabilitas

Variable Kualitas Produk

Uji Reliabilitas Kualitas produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.943	24

Sumber : Hasil Pengolahan data Kuesioner Melalui Program SPSS 22.00

Suatu variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai Cronbach alpha lebih besar dari 0.60. Nilai Cronbach's Alpha untuk Kualitas produk adalah sebesar 0.943. Berarti dapat diasumsikan reliabel.

Variable Kepuasan Konsumen

Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.914	10

Sumber : Hasil Pengolahan data Kuesioner Melalui Program SPSS 22.00

Nilai Cronbach's Alpha Kepuasan konsumen yang dapat dilihat pada tabel diatas adalah sebesar 0.914. Nilai ini dapat diasumsikan reliabel.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Regresi antara Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Smartphone Oppo DiBatam

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.848	2.980		3.976	.000
Kualitas Produk	.294	.029	.719	10.250	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil Pengolahan Data kuesioner melalui program SPSS 22.00

Model regresi yaitu : $Y = 11.848 + 0.294X$. Dari persamaan regresi tersebut maka dapat diketahui bahwa Konstanta (a) sebesar 11.848 satuan menyatakan bahwa jika Kualitas produk nilainya adalah 0 atau tidak ada, maka Kepuasan Konsumen Pada Produk Smartphone Oppo di Batam nilainya sebesar 11.848 satuan. Koefisien regresi Kualitas produk sebesar 0.294 satuan, artinya jika Kualitas produk mengalami peningkatan 1 satuan, maka Kepuasan konsumen Pada Produk Smartphone Oppo di Batam mengalami peningkatan sebesar 0.294 satuan. .

Analisis Koefisien Korelasi

Analisis Koefisien Korelasi antara Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk

Correlations			
		Kualitas Produk	Kepuasan Konsumen
Kualitas Produk	Pearson Correlation	1	.719**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.719**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

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

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner Melalui Program SPSS

Smartphone Oppo di Batam

Berdasarkan pada tabel diatas diperoleh hasil nilai korelasi antara Kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Pada Produk Smartphone Oppo di Batam adalah sebesar 0.719, hal ini berarti hubungan Kualitas produk terhadap Kepuasan Konsumen Produk Smartphone Oppo di Batam kuat dan positif .

Analisis Koefisien Determinasi Kualitas produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Smartphone Oppo diBatam

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.719 ^a	.517	.512	2.39076

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner Melalui Program SPSS 22.0

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R Square) = 51.7%. Hal ini berarti Kualitas produk memberikan kontribusi sebesar 51.7% terhadap kepuasan konsumen,

.sedangkan sisanya sebesar 48.3% dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya di luar Kualitas produk yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis antara Kualitas Produk Terhadap Kepuasan konsumen pada *Smartphone oppo*

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.848	2.980		3.976	.000
Kualitas Produk	.294	.029	.719	10.250	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Oleh karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($10.250 > 1.984$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas produk terhadap Kepuasan konsumen pada Produk Smartphone Oppo di Batam.

HASIL DAN KESIMPULAN

Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk Smartphone OPPO di Batam, hal tersebut diketahui dari hasil uji hipotesis yang diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($10.250 > 1.984$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berdasarkan analisis koefisien korelasi diperoleh hasil sebesar 0.719, ini berarti hubungan Kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk Smartphone OPPO di Batam kuat dan positif. Artinya terjadi hubungan searah antara Kualitas produk dengan kepuasan konsumen produk Smartphone OPPO di Batam. Sedangkan berdasarkan analisis koefisien determinasi diperoleh hasil sebesar 51.7%. Hal ini berarti Kualitas produk memberikan kontribusi sebesar 51.7% terhadap kepuasan konsumen produk Smartphone OPPO di Batam, sedangkan sisanya sebesar 48.3% dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya di luar Kualitas produk yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari, 2012, *Analisis Regresi, Teori, kasus dan solusi*, Edisi kedua Yogyakarta: BPFE UGM
- Alma, Buchari, 2011, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Ginting Hartimbul, dan Nembah F. 2011, *Manajemen Pemasaran*, Bandung : CV. Yrama Widya
- Kotler, Amstrong, 2008, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jakarta : PT. Gelora Aksara Pratama
- Santoso, Singgih 2010, *Statistik Parametrik, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, Cetakan Pertama, PT Elex Media Komputindo, Jakarta : PT Gramedia
- Sekaran, Uma, 2006, *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*, Edisi keempat, Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R and D*, Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2016, *Service, Quality & Satisfacion*. Yogyakarta: Andi