

sindy1234.docx

by Student Turnitin

Submission date: 28-Aug-2025 03:17AM (UTC-0700)

Submission ID: 2736810122

File name: sindy1234.docx (622.48K)

Word count: 13908

Character count: 85498

**ANALISIS KUALITAS PRODUK SUSU SGM EKSPLOR
DI TEMBILAHAN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SI)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Islam Indragiri



OLEH :

**SENDI RAHAYU
NIM. 101211010110**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM INDRAGIRI**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Dosen Pembimbing I dan II dengan ini menyatakan :

Nama Mahasiswa : SENDIRAHAYU
NIM : 101211010110
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Analisis Kualitas Produk Susu SGM Eksplor
Di Tembilahan

Skripsi mahasiswa yang bersangkutan telah disetujui dan dinyatakan memenuhi kriteria ilmiah yang ditetapkan untuk dapat diajukan dalam ujian skripsi (Ujian Komprehensif Lisan) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Indragiri Tembilahan.

Tembilahan, 10 Juni 2025
Menyetujui :

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. DHARMA SETIAWAN, M.M.
NIDN. 1020106101

SM. GUNTUR, S.E., M.Si.
NIDN. 1006046401

Mengetahui :

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri

SYAFRINADINA, SE., MM
NIDN. 1015118203

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM INDRAGIRI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : SENDI RAHAYU
NIM : 101211010110
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Analisis Kualitas Produk Susu SGM Eksplor
Di Tembilahan

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : SENDI RAHAYU
NIM : 101211010110
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Analisis Kualitas Produk Susu SGM Eksplor
Di Tembilahan

Dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya ilmiah orisinal saya sendiri dan tidak mengandung unsur plagiarisme dari karya ilmiah pihak lain. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan hasil penjiplakan atau plagiat, saya bersedia menerima pencabutan gelar kesarjanaan serta menjalani sanksi hukum sesuai dengan ketentuan dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Tembilahan, 21 Mei 2025

Penulis

SENDI RAHAYU
NIM 101211010110

ABSTRAK

ANALISIS KUALITAS PRODUK SUSU SGM EKSPLOR DTEMBILAHAN

Sendi Rahayu, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Islam Indragiri
sindyrachayu10032003@gmail.com

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kualitas produk, yang terdiri atas variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini mencakup Kinerja, Keandalan, Kesesuaian, Daya Tahan, dan Estetika, sedangkan variabel terikatnya adalah Kualitas Produk. Penelitian dilaksanakan di Kota Tembilahan dengan objek penelitian berupa konsumen yang membeli susu SGM Eksplor. Waktu pelaksanaan penelitian diperkirakan berlangsung dari bulan April 2024 hingga Mei 2025, dengan jumlah sampel sebanyak 50 responden. Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dan kuantitatif, dengan sumber data yang meliputi data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan studi kepustakaan. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, dan diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 5,334 + 0,218X_1 + 0,498X_2 + 0,622X_3 - 0,073X_4 + 0,010X_5$. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square (R^2) sebesar 0,839, yang berarti bahwa 83,9% variasi dalam variabel Kualitas Produk dapat dijelaskan oleh kelima variabel bebas tersebut, sedangkan sisanya sebesar 16,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel Kinerja (X_1), Daya Tahan (X_4), dan Estetika (X_5) tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap Kualitas Produk susu SGM Eksplor di Tembilahan. Sementara itu, variabel Keandalan (X_2) dan Kesesuaian (X_3) terbukti berpengaruh secara parsial terhadap Kualitas Produk tersebut. Sedangkan berdasarkan uji simultan, diketahui bahwa secara bersama-sama variabel Kinerja, Keandalan, Kesesuaian, Daya Tahan, dan Estetika berpengaruh secara signifikan terhadap Kualitas Produk susu SGM Eksplor di Tembilahan.

Kata Kunci: Kinerja, Keandalan, Kesesuaian, Daya Tahan, Estetika, Kualitas Produk.

ABSTRACT

ANALYSIS OF SGM EKSPLOR MILK PRODUCT QUALITY IN TEMBILAHAN

*Sendi Rahayu*²², Management, Study Program, Faculty of Economics and
Business, Universitas Islam Indragiri
sindyrahayu18032003@gmail.com

Abstract : This study aims to determine the factors that affect quality, consisting of independent variables and dependent variables. The independent variables in this study are performance, reliability, conformity, durability, and aesthetics, while the dependent variable is Product Quality. The research was conducted in Tembilahan City, and the object of the research is consumers who buy SGM Eksplor milk in Tembilahan, and the research time is estimated from April 2024 to May 2025. The sample size is 50 people. The types of data used are qualitative and quantitative, and the data sources used are primary data and secondary data. The data collection technique is by using a questionnaire and literature study. The data analysis uses multiple linear regression. $Y =$ From the research results, the multiple linear regression equation is obtained, which is $5.334 + 0.218X_1 + 0.498X_2 + 0.622X_3 - 0.073X_4 + 0.010X_5$. The coefficient of determination test obtained an R-square (R^2) value of 0.839, which means that 83.9% of the Product Quality variable is influenced by the five explanatory variables, namely Performance, Reliability, Conformity, Durability, and Aesthetics. The remaining 16.1% is influenced by other variables not included in this research. The partial test shows that Performance (X_1), Durability (X_4), and Aesthetics (X_5) do not have a partial effect on the Product Quality of SGM Eksplor milk in Tembilahan, while the variables Reliability (X_2) and Conformity (X_3) have a partial effect on the Product Quality of SGM Eksplor milk in Tembilahan. The simultaneous test shows that the variables Performance, Reliability, Conformity, Durability, and Aesthetics jointly affect the Product Quality of SGM Eksplor milk in Tembilahan.

Keywords: Performance, Reliability, Conformity, Durability, Aesthetics, Product Quality.

²⁴ KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya. Ucapan ²terima kasih yang mendalam juga penulis sampaikan kepada kedua orang tua tercinta yang senantiasa memberikan kasih sayang, perhatian, serta dukungan yang begitu besar. Berkat dorongan dan motivasi dari merekalah, penulis ²terdorong untuk menyelesaikan studi ini demi meraih cita-cita dan memenuhi harapan mereka, khususnya dalam proses penyusunan skripsi ini. Dengan izin-Nya, penulis akhirnya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: **“ANALISIS KUALITAS PRODUK SUSU SGM EKSPLOR DI TEMBILAHAN”**.

⁴⁸Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan ²studi pada jenjang Sarjana (S1) Program Studi Manajemen dengan Konsentrasi Pemasaran di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Indragiri. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang ⁷⁹sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara moril maupun materil, selama proses penyusunan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Teruntuk orang yang sangat istimewa dalam hidupku, Kepada orang tua saya ayahanda Sunarto, ¹²⁴Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan dibangku perkuliahan, Namun beliau mampu mendidik anak-anak sampai di bangku perkuliahan. Yang menjadi teladan kesabaran, kegigihan, dan kekuatan dalam menjalani hidup. Dan untuk Ibunda Yuliana, beliau sangat berperan dalam penyusunan dan menyelesaikan prorgam studi Penulis, Beliau juga tidak sempat merasakan pendidikan dibangku perkuliahan, Namun cinta dan kasih sayang, kepedulian, serta doa restu dalam setiap

langkah hidupku. “Terima kasih tak terhingga atas Perjuangan, cinta dan doa restu yang selalu menyertai setiap perjuanganku. menyertai setiap perjuanganku. Skripsi ini kupersembahkan untuk kedua orang tua tercinta”.

2. Dr. H. Najamuddin, Lc, MA selaku Rektor Universitas Islam Indragiri
3. Drs. Ahmad Rifa'i, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri.
4. Syafrinadina, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen
5. Drs. Dharma Setiawan, M.,M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan membantu serta memberikan saran-saran dan dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. SM. Guntur, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah menyediakan waktu, memberikan bimbingan, bantuan, serta masukan dan motivasi, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
7. Bapak-bapak dan Ibu-ibu Dosen yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan selama penulis mengikuti perkuliahan.
8. Kepada Adik-adik tercinta (Muhammad Alif Setiawan, Al-fatih Khairi Rahman, Aqilla Aura Putri, dan Mhd.Arsyad Alfariqi) kalian adalah sinar keceriaan dan kebahagiaan dalam hidupku. Terima kasih atas dukungan, dan cinta yang selalu kalian berikan. Skripsi ini kupersembahkan untuk membanggakan kalian, sebagai bentuk terima kasih atas segala kebaikan dan ketulusan yang selalu kalian berikan.

9. Kepada seseorang yang tidak kalah pentingnya dikehidupan saya, Said Agil. Terima kasih atas kehadiranmu sebagai pendamping dalam setiap situasi, serta menjadi tempat kembali yang setia memberikan kenyamanan dan dukungan., mendengarkan keluh kesah, banyak berkontribusi memberikan dukungan, semangat, tenaga, pikiran, materi maupun bantuan dan senantiasa sabar menghadapi saya. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan saya hingga di pesunyunan skripsi ini.
10. Kepada seluruh keluarga, teman-teman, dan sahabat, serta rekan seperjuangan angkatan 2021 terutama Untuk Sahabat di bangku perkuliahan, terima kasih atas setiap tawa, dukungan, dan kerja sama yang telah kita bagikan bersama. Kalian yang selalu ada dalam suka dan duka, dalam senang dan sedih. karena dengan kalian, perjalanan perkuliahan menjadi lebih berwarna dan berarti.
11. Kepada seluruh responden yang terlibat dalam penelitian ini yang telah meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam mendapatkan informasi.
12. Terakhir, diri saya sendiri Sendi Rahayu. Terimakasih atas ketekunan dan kegigihan yang telah kusimpan dalam menjalani setiap tantangan dan perjuangan Skripsi ini. kupersembahkan untukmu, sebagai bentuk penghargaan atas usahamu yang tak kenal lelah dalam mencapai impian dan cita-cita. Semoga setiap langkah yang telah kau tempuh menjadi pijakan untuk mencapai mimpi-mimpi yang lebih besar. Terima kasih, diriku sendiri, karena denganmu, aku belajar untuk selalu sabar dan terus maju ke depan Hanya doa dan ucapan syukur yang dapat penulis panjatkan, semoga

⁶ semoga segala kebaikan yang telah diberikan oleh Bapak, Ibu, Saudara, serta rekan-rekan ¹³ semua mendapatkan balasan yang setimpal dari Tuhan Yang Maha Esa. Akhir kata, besar harapan penulis agar penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Tembilahan 10 Juni 2025
Penulis

SENDI RAHAYU
NIM 101211010110

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	11
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.6 SISTEMATIKA PENULISAN	12
BAB II TELAAH PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Pengertian Pemasaran	14
2.1.2 Pengertian Kualitas	15
2.1.3 Pengertian Produk	16
2.1.4 Kualitas Produk.....	16
2.1.5 Dimensi Kualitas Produk	17

59	2.2 Penelitian Terdahulu	21
	2.3 Kerangka Pemikiran.....	23
	2.4 Hipotesis Penelitian.....	24
	2.5 Variabel Penelitian.....	26
	BAB III METODE PENELITIAN	28
	3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	28
150	3.1.1 Lokasi	28
	3.1.2 Waktu	28
32	3.2 Jenis dan Sumber Data.....	28
	3.3 Populasi dan Sampel.....	29
	3.2.1 Populasi.....	29
	3.2.2 Sampel.....	29
	3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	30
	3.5 Analisis Data	31
	3.5.1 Uji Validitas	31
	3.5.2 Uji Reabilitas	31
5	3.5.3 Regresi Linear Sederhana	32
	3.5.4 Uji Hipotesis	32
112	BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	34
	4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	34
	4.2 Hasil Penelitian	38
27	4.3 Hasil Analisis Data.....	49
	BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	61
	5.1 Kesimpulan.....	61
	5.2 Saran.....	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Produk Susu Formula Periode 2020-2024	7
Tabel 1.2 Manfaat Produk Susus Formula SGM Eksplor.....	8
Tabel 1.3 Data Penjualan Susu SGM Eksplor Di Tembilahan.....	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 2.2 Operasional Variabel.....	26
Tabel 3.2 Skala Likert	30
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	40
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kinerja (X1).....	41
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variable Keandalan (X2).....	42
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variable Kesesuaian (X3).....	43
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variable Daya Tahan (X4).....	45
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variable Estetika (X5).....	46
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Variable Kualitas Produk (Y).....	47
Tabel 4.10 Uji Validitas	49
Tabel 4.11 Uji Realibilitas.....	51
Tabel 4.12 Persamaan Regresi Linear Berganda.....	51
Tabel 4.13 Hasil Koefisien Determinasi	53
Tabel 4.14 Pengujian Hipotesis Secara Parsial	53
Tabel 4.15 Hasil Uji F.....	56
Tabel 4.16 Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Kualitas Produk Susu SGM Eksplor Di Tembilahan.....	57

4.4
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	24
Gambar 4.1 Susu SGM Eksplor	35
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT.Sarihusada Gnerasi Mahardhika.....	37

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis saat ini berlangsung dengan sangat cepat dan mengalami transformasi yang terus berlanjut. Para pelaku usaha di berbagai sektor dituntut untuk memiliki sensitivitas tinggi terhadap setiap perubahan yang terjadi serta menjadikan kepuasan pelanggan sebagai fokus utama dalam menjalankan usahanya. Dewasa ini, keberhasilan pemasaran suatu perusahaan tidak hanya dinilai dari seberapa banyak konsumen yang berhasil diperoleh, namun juga bagaimana cara mempertahankan konsumen tersebut.

Persaingan bisnis yang semakin intens, terutama dari perusahaan-perusahaan dengan produk sejenis, menuntut setiap perusahaan untuk bergerak lebih gesit dalam menarik perhatian konsumen. Oleh karena itu, perusahaan yang mengadopsi konsep pemasaran harus memahami perilaku konsumen serta berbagai faktor yang memengaruhi keputusan pembelian guna menunjang upaya pemasaran produk secara efektif.

Susu merupakan salah satu bahan pangan istimewa bagi manusia karena memiliki cita rasa yang lezat serta kandungan gizi yang seimbang. Nutrisi yang terdapat dalam susu dapat diserap dan dimanfaatkan oleh tubuh. Namun, dalam kehidupan sehari-hari, tidak semua orang mengonsumsi susu dalam bentuk segar karena sebagian besar tidak terbiasa dengan aroma khas dari susu yang belum melalui proses pengolahan, atau sama sekali tidak suka susu dan sebagian lagi menganggap harga susu mahal dibandingkan kebutuhan sehari-hari lainnya.

Dengan adanya teknologi pengolahan/pengawetan bahan makanan, maka hal tersebut di atas dapat diatasi, sehingga susu beraroma enak dan disukai orang serta anak-anak. Secara umum, orang tua membeli susu dengan dua tujuan utama: sebagai pelengkap gizi untuk melengkapi makanan pokok, serta sebagai pendukung perkembangan kecerdasan anak agar tumbuh sehat dan cerdas. Seiring dengan kemajuan zaman, peran dan konsumsi susu mengalami perkembangan yang pesat. Jika dahulu susu dipandang kurang penting, kini susu telah menjadi salah satu kebutuhan utama dalam mendukung gaya hidup sehat. Namun, di tengah perkembangan tersebut, industri susu menghadapi tantangan yang cukup kompleks, yakni kenaikan harga susu yang berdampak pada menurunnya daya beli masyarakat.

¹⁶² PT. Sarihusada Generasi Mahardhika (Sarihusada) adalah ⁴ salah satu produsen susu formula di Indonesia. Adapun produk-produknya berupa susu seperti untuk balita dan anak yaitu (SGM Ananda, SGM LLM+, ³ SGM Eksplor Soya, SGM Eksplor 1 plus, SGM Eksplor 3 plus, dan SGM Eksplor 5 plus).

Tingkat persaingan yang tinggi di antara ⁴ produsen susu formula membuat konsumen memiliki banyak alternatif produk sejenis yang ditawarkan. Kondisi ini dapat berdampak pada penjualan perusahaan yang telah lama beroperasi di industri tersebut. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk ²¹ menjaga kepuasan serta loyalitas konsumen dengan cara mengoptimalkan kinerja berbagai atribut produk yang dimilikinya. Susu formula ¹³⁰ adalah susu untuk anak untuk membantu memenuhi kebutuhan nutrisi anak.

Ketatnya persaingan pada industri susu formula juga mengharuskan produsen

Perusahaan harus senantiasa berfokus pada kepentingan konsumen. Banyaknya merek serta inovasi yang ditawarkan oleh produsen susu formula menciptakan beragam pilihan bagi konsumen. Kondisi ini secara tidak langsung dapat mengurangi tingkat loyalitas konsumen terhadap suatu produk tertentu. Semakin beragamnya merek susu formula di pasaran memberikan konsumen lebih banyak pilihan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan mereka. Setiap produk menawarkan karakteristik, fitur, dan keunggulan tersendiri yang mampu menarik minat konsumen untuk mencobanya. Oleh karena itu, produsen perlu memahami secara tepat apa yang diinginkan oleh konsumen. Jika produsen gagal memenuhi ekspektasi tersebut, besar kemungkinan konsumen akan beralih ke merek lain. bisa mengikuti keinginan konsumen maka konsumen akan berganti merek.

Kualitas mendorong pelanggan untuk membentuk hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, hubungan ini memungkinkan perusahaan untuk lebih memahami harapan pelanggan secara mendalam. Dengan pemahaman tersebut, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara memaksimalkan pengalaman positif dan meminimalkan pengalaman negatif. Persepsi pelanggan terhadap kualitas produk akan memengaruhi pandangan mereka terhadap kinerja perusahaan, yang pada akhirnya berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan. Pelanggan biasanya memusatkan perhatian pada fungsi, mutu, dan manfaat dari suatu produk. Seiring waktu, kebutuhan pelanggan terus berkembang dan menjadi dasar bagi perusahaan dalam meningkatkan produk maupun layanannya oleh tingkat kekritisannya yang semakin tinggi, cenderung menuntut pelayanan secara pribadi dan ikut dilibatkan dalam pengembangan suatu

produk.

⁶¹ Kualitas produk merupakan salah satu fokus utama perusahaan. Kualitas menjadi bagian dari kebijakan strategis untuk meningkatkan daya saing produk, dengan tujuan utama memberikan kepuasan kepada konsumen—baik dengan menawarkan mutu yang setara maupun melebihi produk pesaing.

¹¹⁴ Menurut Kotler dan Armstrong (2012:283), kualitas produk diartikan sebagai kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya. Hal ini mencakup berbagai aspek ¹⁴⁵ seperti daya tahan (durability), ¹⁴⁵ keandalan (reliability), ketepatan, kemudahan pengoperasian, kemudahan perbaikan, ⁴ serta atribut produk lainnya.

Dimensi kualitas produk menurut Mullins, Orville, Larreche, Dan Boyd (2005:422) terdiri dari *performance* (kinerja) yaitu berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk. *Durability* (daya tahan), yang berarti berupa lama umur produk bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana produk memenuhi spesifikasi atau tidak ditemukannya cacat pada produk. *Features* (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau ketertarikan konsumen terhadap produk. *Reliability* (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. *Esthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk. *Perceived quality* (kesan kualitas), sering dibilang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.

Perusahaan harus bekerja keras membuat kebijakan – kebijakan strategis baru dalam menjual produk mereka menghadapi persaingan ketat dengan kompetitor yang memberikan nilai yang besar kepada konsumen. Pada dasarnya semakin banyaknya pesaing maka semakin banyak pulapilihan bagi konsumen untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan apa yang menjadi harapannya. Sehingga akibat dari perubahan tersebut adalah konsumen menjadi lebih pintar dalam menghadapi setiap produk yang diluncurkan di pasar.

Masyarakat kini lebih selektif dan pintar dalam memilih sebuah produk, sehingga mereka akan mendapatkan manfaat yang mereka cari dari sebuah produk. Bahkan, terkadang mereka tidak ragu untuk mengeluarkan biaya yang lebih besar untuk mendapatkan produk yang berkualitas. Ketatnya persaingan akan memposisikan produsen atau pemasar untuk selalu mengembangkan dan membuat perluasan pasar.

Susu SGM adalah salah satu merek susu formula bayi yang memiliki tingkat peminat tinggi di kalangan konsumen. Popularitasnya didukung oleh harga yang relatif terjangkau dibandingkan dengan produk susu bayi lainnya..

Susu SGM adalah merek yang berasal dari singkatan nama perusahaannya, yakni PT Sarihusada Generasi Mahardhika (Sarihusada). Perusahaan ini bergerak di bidang penyediaan produk nutrisi bagi ibu dan anak. Awalnya, Sarihusada didirikan sebagai proyek percontohan hasil kerja sama antara Perserikatan Bangsa-Bangsa dan Pemerintah Indonesia, yang bertujuan untuk meningkatkan asupan gizi masyarakat pasca Perang Dunia II dan masa penjajahan Jepang pada tahun 1945. Saat ini, Sarihusada memproduksi berbagai jenis produk susu formula bayi

yang terdiri dari SGM Eksplor Ananda, SGM Eksplor 1 Plus dan SGM Eksplor 3 Plus. Susu pertumbuhan SGM yang disebut SGM Eksplor hingga sekarang masih sangat dikenal dan diterima oleh masyarakat luas.

Susu formula SGM tersedia dalam berbagai varian rasa, seperti vanila, coklat, dan madu. Selain itu, produk ini juga hadir dalam berbagai ukuran kemasan, mulai dari 150 gram hingga 1000 gram. PT Sari Husada, selaku produsen, terus mengembangkan dan memproduksi susu formula bayi yang hingga saat ini dikenal luas dan banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Untuk menarik minat konsumen, SGM meluncurkan kampanye khusus bagi balita dengan tema “Aku Anak SGM.” Meningkatnya jumlah produsen susu formula bayi di Indonesia membuat persaingan dalam industri ini semakin ketat. Salah satu bentuk produk susu olahan adalah susu bubuk, yang memiliki keunggulan dalam hal daya simpan karena sebagian besar kandungan airnya telah diuapkan. Jenis susu bubuk yang diproduksi meliputi susu bubuk penuh (whole milk), susu bubuk skim, dan susu bubuk krim. Proses pengolahan susu bubuk dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk bahan baku, peralatan, kebersihan, tahapan proses, hingga pengemasan. Oleh karena itu, dibutuhkan observasi lebih lanjut untuk memahami proses produksi susu bubuk secara menyeluruh. Berikut ini merupakan Top Brand dari produk susu formula SGM:

Tabel 1.1. : Top Brand Produk Susu Formula Periode 2020-2024

No.	Merek	Tahun (%)				
		2020	2021	2022	2023	2024

1	Dancow Batita	27,20	28,00	28,40	27,20	18,40
2	Bebelac	20,00	20,10	19,50	22,70	17,70
3	SGM	25,30	27,60	27,60	21,30	12,60
4	Chil Mil	-	-	-	8,00	6,50
5	Lactogen	6,40	6,80	6,70	6,30	5,60

Sumber data : Olah Data www.topbrand-award.com

Berdasarkan data pada Tabel 1, terlihat bahwa selama periode 2020 hingga 2024, susu formula SGM menempati posisi ketiga di antara empat merek susu lainnya. Selama kurun waktu tersebut, tingkat pembelian susu formula SGM mengalami fluktuasi. Pada tahun 2024 terjadi penurunan penjualan sebesar 12,60%, sementara pada tahun 2020 justru mengalami peningkatan sebesar 25,30%. Di tahun 2021 hingga 2022, penjualan cenderung stabil dengan persentase sebesar 27,60%. Perubahan ini disebabkan oleh keputusan pembelian konsumen yang bervariasi setiap tahunnya, seiring dengan perubahan pola konsumsi. Adapun berikut ini merupakan manfaat dari produk Susu Formula SGM Eksplor:

Tabel 1.2. : Manfaat Produk Susu formula SGM Eksplor

NO.	Kemasan	Nama Produk	Manfaat
1.		SGM Eksplor Ananda	Susu untuk bayi usia 0–12 bulan dibagi menjadi dua kategori, yaitu SGM Ananda 1 untuk bayi berusia 0–6 bulan dan SGM Ananda 2 untuk usia 6–12 bulan. Produk SGM Ananda dapat menjadi alternatif pilihan bagi ibu yang mengalami kendala dalam menyusui, seperti rendahnya produksi ASI.
2.		SGM Eksplor 1 Plus	Untuk anak usia 1–3 tahun, pemberian Susu SGM dapat membantu mendukung proses tumbuh kembang anak yang sedang aktif dalam mengeksplorasi lingkungan sekitarnya.
3.		SGM Eksplor 3 Plus	Susu pertumbuhan untuk anak usia 3–5 tahun berperan dalam menunjang kebutuhan nutrisi anak pada masa awal belajar dan berkembang secara aktif.

Sumber data : Olah Data PT Sarihusada Generasi Mahardhika 2022

Tabel 1.3. : Data Penjualam Susu SGM Eksplor Di Tembilahan

Semester	Swalayan Gerry	Swalayan Onemart
	Realisasi	Realisasi
Semester (2) 2022	14.990 pcs/6 bln	19.850 pcs/6 bln
Semester (1) 2023	9.050 pcs/6 bln	11.207 pcs/6 bln
Semester (2) 2023	6.670 pcs/6 bln	9.800 pcs/6 bln
Semester (1) 2024	4.850 pcs/6 bln	7.808 Pcs/6 bln

Sumber : Swalayan Gerry, Swalayan Onemart

Dari tabel diatas dapat disimpulkan pada toko Swalayan Gerry target penjualannya tiap bulan adalah 2.100 pcs/bulan, tiap bulannya mengalami gelombang penjualan yaitu pada tahun semester (2) 2022 terealisasi 14.990 pcs. pada 6 bulan pertama, semester (1) 2023 terealisasi sebanyak 9.050 pcs susu, semester (2) 2023 terealisasi 6.670 pcs susu, semester (1) 2024 sebanyak 4.850 pcs susu. Pada Swalayan Onemart penjualan adalah 3.000 pcs/bulan, pada semester (2) 2022 terealisasi sebanyak 19.850, pada semester (1) 2023 sebanyak 11.207 pcs, semester (2) 2023 9.800 kemudian pada semester (1) 2024 sebanyak 7.808 pcs.

Saat ini, konsumen menjadi sangat selektif dalam menentukan pilihan produk hingga pada tahap pengambilan keputusan pembelian. Seperti yang kita ketahui, beragam produk dengan berbagai tawaran tersedia di pasaran, termasuk juga susu, yang mana sekarang ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Pilihan yang semakin banyak ini membuat banyak konsumen menentukan

Pilihan terhadap sebuah produk, dalam hal ini susu, dipengaruhi oleh daya tarik yang mampu memikat konsumen sehingga mereka tertarik untuk membeli dan tetap setia pada produk tersebut.

Kualitas merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Kualitas produk dapat berpengaruh terhadap minat beli konsumen, dimana minat merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku dan minat juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang mereka lakukan. Dalam persaingan seperti sekarang ini, perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga tampak berbeda dengan produk pesaing. Konsumen mempunyai keinginan untuk membeli suatu produk berdasarkan pada sebuah merek. Seseorang biasanya memiliki preferensi terhadap produk, merek, atau jasa tertentu guna memenuhi kebutuhannya. Keinginan tersebut tidak muncul begitu saja, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti lingkungan sosial, pengalaman konsumsi di masa lalu, serta latar belakang historis yang membentuk pola pikir dan perilaku konsumennya. Keputusan pembelian konsumen merupakan tindakan memilih merek yang paling disukai di antara berbagai pilihan yang tersedia. Namun, terdapat dua faktor yang dapat mempengaruhi peralihan dari niat membeli menjadi keputusan pembelian sebenarnya, yaitu pengaruh sikap dari orang lain dan faktor situasional. Oleh sebab itu, preferensi dan niat membeli belum tentu selalu berujung pada pembelian yang nyata.. Kualitas produk yApabila produk yang ditawarkan perusahaan berkualitas baik dan sesuai dengan kebutuhan konsumen, maka konsumen cenderung melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dilakukan penelitian dengan judul: **“ANALISIS KUALITAS PRODUK SUSU SGM EKSPLOR DI TEMBILAHAN”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dapat dibuat suatu perumusan masalah, yaitu: "FAKTOR-FAKTOR APA YANG MEMPENGARUHI KUALITAS PRODUK SUSU SGM EKSPLOR DI TEMBILAHAN?"

1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kualitas produk Susu SGM Eksplor di wilayah Tembilahan.

1.3.2 Manfaat penelitian

Manfaat dalam penelitian ini dapat dilihat berikut ini, yaitu :

a. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan penelitian ini digunakan sebagai bahan masukan perusahaan dalam merencanakan dan melaksanakan kegiatan usaha, sehingga pada akhirnya konsumen tertarik untuk melakukan penelitian ini masa akan datang.

b. Bagi peneliti

Bagi peneliti dalam penelitian ini digunakan sebagai langkah awal bagi peneliti untuk mengembangkan dan menerapkan pengetahuan berupa teori-teori yang diperoleh di bidang pemasaran khususnya berkaitan dengan masalah yang terjadi objek penelitian.

c. Bagi pihak akademisi

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi sumber informasi yang berguna dan menjadi acuan bagi peneliti-peneliti berikutnya.

1.4 Sistematika Penulisan

Secara keseluruhan, penulisan ini disusun dalam 6 (enam) bab, dimana setiap bab terdiri dari beberapa subbab. Adapun susunan sistematika penulisan adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan yang mencakup tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TELAAH PUSTAKA

Pada bab ini berisikan teori-teori yang diteliti, berkaitan kepada materi pembahasan yang diuraikan menyakut berbagai materi yaitu tentang kualitas produk, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis dan variabel - variabel penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab metode penelitian berisi tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data dan analisa data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini digambarkan uraian obyek penelitian, ¹⁰⁵ hasil penelitian, dan pembahasan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini merupakan bagian penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran yang dikemukakan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Pemasaran

Menurut Kotler (2012:6), pemasaran merupakan fungsi dari suatu organisasi serta rangkaian proses yang bertujuan untuk menciptakan, menyampaikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan, serta mengelola hubungan dengan pelanggan secara menguntungkan bagi organisasi dan para pemegang sahamnya.

Menurut Machfoedz (2010:140), pemasaran merupakan sebuah proses yang dijalankan oleh perusahaan guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen melalui penyediaan produk berupa barang atau jasa. Konsumen yang menjadi fokus dari kegiatan pemasaran ini disebut sebagai pasar sasaran. Dalam proses pemasaran, perusahaan memanfaatkan berbagai alat pemasaran seperti produk itu sendiri, penetapan harga, serta lokasi penjualan produk.

Selain itu, pemasaran juga melibatkan cara menyampaikan informasi kepada konsumen, yang dikenal sebagai komunikasi pemasaran. Keempat elemen ini secara keseluruhan dikenal sebagai bauran pemasaran. Sementara itu, menurut Stanton (2009:7), pemasaran adalah sebuah sistem terpadu dari berbagai aktivitas bisnis yang bertujuan untuk merancang, menetapkan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan produk berupa barang atau jasa. Seluruh aktivitas ini dilakukan guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, baik yang sudah ada maupun calon pembeli potensial. Swastha (2011:8) pemasaran adalah sistem keseluruhan

dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, dan mendistribusikan barang, jasa, ide kepada pasar sasaran agar mencapai tujuan.

2.1.2 Pengertian Kualitas

Menurut Davis (dalam Yamit, 2011: 8), kualitas memiliki definisi yang lebih luas, yaitu sebagai suatu kondisi yang bersifat dinamis dan berkaitan dengan produk, jasa, manusia, proses, serta lingkungan, yang mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan.

Pendekatan yang dikemukakan oleh Davis menegaskan bahwa kualitas tidak hanya berfokus pada hasil akhir berupa produk dan jasa, tetapi juga melibatkan kualitas sumber daya manusia dan lingkungan. Sulit untuk menciptakan produk dan jasa berkualitas tanpa didukung oleh manusia dan proses yang berkualitas pula.

Menurut Gaspersz (2014, 181) mendefinisikan kualitas adalah totalitas dari karakteristik suatu produk ¹³³Menunjang kemampuan dalam memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan. Kualitas sering diartikan sebagai segala hal yang mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan atau kesesuaian terhadap standar maupun kebutuhan tertentu. ⁷¹Dalam perusahaan yang bergerak di bidang jasa dan layanan, penekanan utama diberikan ⁵⁰pada kualitas proses, karena konsumen biasanya terlibat secara langsung di dalamnya. Sebaliknya, perusahaan manufaktur yang memproduksi barang lebih fokus pada kualitas hasil akhir, karena konsumen umumnya tidak ikut serta dalam proses produksinya. Oleh karena itu, ⁵⁰diperlukan suatu sistem manajemen mutu yang mampu memberikan keyakinan kepada konsumen bahwa produk yang dihasilkan memiliki standar kualitas yang baik..

2.1.3 Pengertian Produk

Pengertian produk sebenarnya cukup mudah dipahami, namun tidak selalu mudah untuk didefinisikan secara tepat. Istilah produk mencakup tidak hanya aspek fisik, tetapi juga ¹⁸ hal-hal lain yang ditentukan oleh konsumen, seperti layanan yang menyertainya, aspek psikologis seperti rasa puas dalam penggunaan, simbol status, nilai estetika, dan sebagainya. Menurut ¹⁸ Kotler dalam Mursid (2014:71), produk dapat diartikan sebagai hasil akhir yang terdiri dari unsur fisik, layanan, serta nilai ¹⁸ simbolis yang diciptakan dan ditawarkan oleh perusahaan dengan tujuan memberikan kepuasan serta manfaat bagi konsumen.

Menurut Sangadji (2013:15), produk diartikan sebagai segala sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk yang dipasarkan meliputi barang-barang fisik seperti mobil, makanan, pakaian, rumah, barang elektronik, dan lain-lain. Sementara itu, ¹⁸ Kotler dan Armstrong (2012:236) mendefinisikan produk (product) sebagai segala sesuatu yang dapat diberikan kepada pasar untuk menarik perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi, yang dapat memenuhi atau memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen

⁶⁵ 2.1.4 Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan fokus utama dalam perusahaan, kualitas ²² produk yang harus memberi kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing. Berikut ini definisi kualitas produk dari para pakar utama.

Menurut Nasution (2014: 40), Kecocokan dalam menggunakan suatu

produk adalah apabila produk mempunyai daya tahan penggunaannya yang lama, Produk yang digunakan dapat memberikan dampak positif terhadap citra atau status sosial konsumen. Selain itu, produk tersebut memiliki ketahanan yang baik, tidak mudah rusak, disertai jaminan kualitas (*quality assurance*), serta sesuai dengan kaidah etika dalam penggunaannya.

Menurut Kotler (2013: 146), kualitas produk berkaitan dengan bagaimana produk dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, serta seberapa baik seberapa baik produk dapat memberikan nilai dan kepuasan kepada mereka.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012: 283), kualitas produk diartikan sebagai kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya dengan baik, yang mencakup aspek seperti daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan penggunaan, kemudahan perbaikan, serta atribut lain yang dimiliki produk tersebut..

2.1.5 Dimensi Kualitas Produk

Menurut Nasution (2014: 123) kualitas adalah suatu kondisi atau sifat yang membedakan sesuatu dari yang lain dan membuatnya lebih baik atau lebih unggul. Untuk menentukan kualitas produk, terdapat enam dimensi, yaitu:

1. Kinerja (*Performance*): Kemampuan produk untuk melakukan fungsinya dengan baik dan efisien, sehingga memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan
2. Keandalan (*Reliability*): Kemampuan produk untuk berfungsi secara stabil dan tanpa hambatan, sehingga dapat mengurangi kemungkinan kegagalan dan meningkatkan kepuasan pelanggan..

3. Kesesuaian (*Conformance*): Kesesuaian mengacu pada kemampuan suatu produk untuk memenuhi standar dan spesifikasi yang telah ditetapkan. Hal ini memastikan bahwa produk tersebut selaras dengan kebutuhan serta harapan pelanggan. Daya Tahan (*Durability*): Kemampuan produk untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan dalam jangka waktu lama, sehingga meminimalkan biaya perawatan dan penggantian.
4. Estetika (*Aesthetics*): Kualitas produk yang terkait dengan penampilan dan desain produk, sehingga mempengaruhi persepsi dan kepuasan pelanggan terhadap produk tersebut.

Menurut Kotler (2012: 84), kualitas merupakan keseluruhan karakteristik dan atribut dari sebuah produk atau layanan yang memengaruhi kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan yang disampaikan secara eksplisit maupun tersirat. Dalam menilai kualitas produk, terdapat enam dimensi utama, yaitu:

1. Kinerja (*performance*) merupakan karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli, misalnya adanya karakteristik produk dan kemudahan.
2. Keandalan (*reliability*), yang merupakan kemungkinan kegagalan produk dalam rencana waktu yang diberikan. Keandalan (*reliability*) meliputi tingkat kerusakan dan kemungkinan kegagalan.
3. Kesesuaian (*conformance*), Kesesuaian mengacu pada kemampuan suatu produk untuk memenuhi standar dan spesifikasi yang telah ditetapkan. Hal ini memastikan bahwa produk tersebut selaras dengan kebutuhan serta harapan

pelanggan..

4. ¹⁹ Daya tahan (*durability*) adalah jumlah pemakaian produk yang masih dapat diterima sebelum produk tersebut harus diganti. Daya tahan ⁷⁵ ini mencakup umur teknis dan umur ekonomis produk.
5. *Service (ability)*, yang merupakan kecepatan dan kemudahan pembetulan, dan kehormatan dan kemampuan dari jasa individu. *Service ability* meliputi pemasangan dan kemudahan produk.
- ¹⁴⁸ 6. Estetika, merupakan bagaimana penampilan produk, rasanya, suaranya, atau bau nya.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:214), ²² kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya, yang mencakup durabilitas, keandalan, ketepatan, kemudahan dalam pengoperasian dan perbaikan, serta atribut produk lainnya. Dimensi-dimensi yang menentukan kualitas produk tersebut meliputi:

1. Kinerja (*performance*) Merupakan sifat dasar yang menjadi ciri utama ¹⁹ produk inti (*core product*) yang dibeli, seperti karakteristik produk dan kemudahan penggunaan.
2. Keandalan (*reliability*), Keandalan (*reliability*) mengacu pada kemungkinan produk mengalami kegagalan dalam jangka waktu tertentu, mencakup tingkat kerusakan dan peluang terjadinya kegagalan.
- ³⁰ 3. Kesesuaian (*conformance*), yang merupakan derajat atau tingkat di mana sebuah barang atau jasa memenuhi penetapan suatu standar. Kesesuaian (*conformance*) dapat dilihat dari spesifikasi dan desain produk.
4. Daya tahan (*durability*), yang merupakan jumlah penggunaan produk yang

dapat diterima sebelum produk tersebut diganti. Daya tahan (*durability*) meliputi umur teknis dan umur ekonomis.

5. Estetika adalah aspek yang berkaitan dengan tampilan produk, termasuk rasa, suara, dan aromanya.

Konsumen senantiasa melakukan penilaian terhadap kinerja suatu produk, hal ini dapat dilihat dari kemampuan produk menciptakan kualitas produk dengan segala spesifikasinya sehingga dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Pengarang/ Tahun	Judul dan Identitas Jurnal	Variabel Peneliti Dan Alat Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	Suroso, (2012)	Analisis Pengaruh Kualitas produk Terhadap Minat Beli Handephone Nokkia Di Sidoarjo. (Skripsi FE Univ Pembangunan Nasional)	Variabel Penelitian : Kualitas Produk Minat Beli Alat Analisis : Microsoft Excel, SPSS	Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh terhadap minat pembelian Handphone Nokia.

No.	Nama Pengarang/ Tahun	Judul dan Identitas Jurnal	Variabel Peneliti Dan Alat Analisis Data	Hasil Penelitian
2.	Mawasari,(2018)	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Olahan Buah Carica Di Daerah Wonosobo (Skripsi FE Universitas Sanata Dharma Yogyakarta	Penelitian Variabel : Kualitas produk Harga Promosi Minat Beli Alat Analisis : Microsoft Excel, SPSS	Berdasarkan hasil analisis data, kualitas produk, harga, dan promosi secara simultan memiliki pengaruh terhadap minat beli ulang konsumen terhadap buah carica di Toko Oleh-Oleh Yuasa Food.
3.	Wardani, (2015)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Muslim Padu Jaizah Boutiquet Logosari Semarang. (Skripsi FE Univ Islam Negri Walisongo)	Penelitian Variabel : Kualitas Produk Harga Minat Beli Alat Analisis : Microsoft Excel, SPSS	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen muslim.

4.	Putra, Jonathan Caesar & Ricky Taliumantak.	³⁷ Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Kota Kasablanka (Jurnal Ilmiah Nasional)	³⁸ Variabel Penelitian : Kualitas Produk Persepsi Harga citra Merek Alat Analisis: Microsoft Excel, SPSS	³⁸ Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, variabel kualitas produk dan citra merek tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.
5.	³⁷ Supangkat, Aditya Hangga & Supriyatin, S. (2017)	Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas Di Intiko (Jurnal Ilmu & RisetManajemen)	³⁹ Vaiabel Peneliti: Kualitas Produk Citra Merek Harga Keputusan Pembelian Alat Analisis: Microsoft Excel, SPSS	³⁹ Penelitian ini mengungkapkan bahwa secara parsial, kualitas produk dan citra merek tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

¹³
Sumber : Data Penelitian (2025)

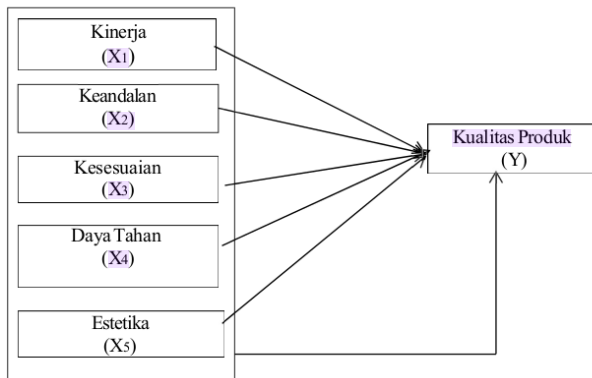
2.3 Kerangka Penelitian

Kerangka pemikiran merupakan sebuah diagram yang menggambarkan secara umum alur logis dari pelaksanaan sebuah penelitian. Kerangka ini disusun berdasarkan pertanyaan penelitian (research question) dan menggambarkan kumpulan konsep beserta hubungan antar konsep tersebut. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini terdiri dari beberapa variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan dalam kerangka pemikiran ini yaitu Kinerja (X_1) merupakan karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core*

¹⁹product) yang dibeli, misalnya adanya karakteristik produk dan kemudahan (Kotler, 2012: 25), Keandalan (X₂) yang merupakan kemungkinan kegagalan produk dalam rencana waktu yang diberikan. Keandalan (*reliability*) meliputi tingkat kerusakan dan kemungkinan kegagalan (Kotler, 2012: 25), Kesesuaian (X₃) Kesesuaian (*conformance*) merupakan tingkat atau derajat di mana suatu barang atau jasa memenuhi standar yang telah ditetapkan. Menurut Kotler (2012:25), kesesuaian dapat dilihat dari sejauh mana produk memenuhi spesifikasi dan desain yang telah dirancang. ⁸⁸Daya Tahan (X₄) berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis (Kotler, 2012: 25), dan Estetika (X₅) Estetika merupakan aspek yang berkaitan dengan ¹⁴⁷bagaimana suatu produk terlihat, terasa, terdengar, atau tercium. Menurut Kotler (2012:25), estetika mencakup penampilan fisik produk serta daya tarik visual yang dapat memengaruhi persepsi dan preferensi konsumen. Sedangkan variabel terikat adalah ⁵kualitas produk (Y) yang merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, dan ¹⁹⁸atribut produk lainnya (Kotler and Armstrong, 2012:283).

Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini, yaitu :

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran



Sumber : Kotler (2012)

2.4 Hipotesis

Menurut Priyanto (2011: 9), hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang belum terbukti kebenarannya. Berdasarkan latar belakang masalah dan didukung oleh landasan teori yang telah dijelaskan sebelumnya, penulis dapat menyusun hipotesis sementara sebagai berikut:

1. Diduga Kinerja (X_1) berpengaruh terhadap Kualitas Produk (Y) Produk Susu SGM Eksplor di Tembilahan.
2. Diduga Keandalan (X_2) berpengaruh terhadap Kualitas Produk (Y) Produk Susu SGM Eksplor di Tembilahan.
3. Diduga Kesesuaian (X_1) berpengaruh terhadap Kualitas Produk (Y) Produk Susu SGM Eksplor di Tembilahan.

4. Diduga Daya Tahan (X_4) berpengaruh terhadap Kualitas Produk (Y) Produk Susu SGM Eksplor di Tembilahan.
5. Diduga Estetika (X_5) berpengaruh terhadap Kualitas Produk (Y) Produk Susu SGM Eksplor di Tembilahan.
6. Diduga Kinerja (X_1), Keandalan (X_2), Kesesuaian (X_3), Daya Tahan (X_4), dan Estetika (X_5) berpengaruh secara simultan terhadap Kualitas Produk (Y) Produk Susu SGM Eksplor di Tembilahan.

2.5 Variabel Peneliti

Menurut Sugiyono (2014: 38) Variabel penelitian merupakan atribut, karakteristik, Variabel adalah nilai atau karakteristik dari individu, objek, atau aktivitas yang memiliki variasi tertentu dan ditentukan oleh peneliti untuk dianalisis dan diambil kesimpulannya. Berdasarkan hubungan antar variabel, penelitian ini melibatkan dua jenis variabel, yaitu variabel bebas (independent variable) dan variabel terikat (dependent variable).. Adapun penjelasan masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (Independent variable) adalah variabel yang diduga sebagai penyebab atau pendahulu dari variabel lain. Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah :
 - a. Kinerja (X_1)
 - b. Keandalan (X_2)
 - c. Kesesuaian (X_3)
 - d. Daya Tahan (X_4)
 - e. Estetika (X_5)

2. Variabel Terikat (Dependent Variable) adalah variabel yang diperkirakan menjadi akibat atau dipengaruhi oleh variabel sebelumnya. Dalam penelitian ini, variabel terikat yang digunakan adalah Kualitas (Y).

Tabel 2.2 : Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Kinerja (X ₁)	Kinerja (performance) adalah ciri utama dalam operasi produk inti (core product) yang dibeli, seperti sifat produk dan kemudahan penggunaannya (Kotler, 2012: 25).	1. Manfaat 2. Karakteristik pengoperasian
Keandalan (X ₂)	Keandalan (reliability) adalah kemungkinan terjadinya kegagalan produk dalam jangka waktu yang telah ditentukan. Keandalan mencakup tingkat kerusakan serta peluang terjadinya kegagalan (Kotler, 2012: 25).	1. Variasi produk 2. Performa terbaik 3. Ramah lingkungan
Kesesuaian (X ₃)	Kesesuaian (conformance) adalah tingkat atau derajat sejauh mana suatu barang atau jasa memenuhi standar yang telah ditetapkan. Kesesuaian ini dapat diukur berdasarkan spesifikasi dan desain produk (Kotler, 2012: 25).	1. Desain 2. Pengawasan Kualitas 3. Standar Karakteristik
DayaTahan (X ₄)	Daya tahan merujuk pada seberapa lama suatu produk dapat digunakan secara berkelanjutan. Dimensi ini mencakup baik umur teknis maupun umur ekonomis dari produk tersebut (Kotler, 2012:25).	1. Lama usia produk 2. Keawetan produk

Estetika (X ₅)	Estetika, merupakan bagaimana penampilan produk, rasanya suaranya atau baunya, Estetika suatu produk meliputi penampilan produk dan daya tarik produk (Kotler, 2012:25)	1. Penampiln produk 2. Daya Tarik produk
Kualitas Produk (Y)	Kotler and Amstrong (2012:283) kualitas produk adala kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, realibilitas, ketetapan kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.	1.Kinerja 2.Keandalan 3.Kesesuaian 4.Daya Tahan 5.Estetika

BAB II

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Tembilahan dan yang dijadikan sebagai objek penelitiannya adalah konsumen yang membeli susu SGM Eksplor di Tembilahan. Sedangkan waktu penelitian dilakukan dari bulan April 2025 sampai Mei 2025.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

- a. Menurut Idrus (2009:23), data kuantitatif adalah data yang didominasi oleh angka. Sedangkan data kualitatif berupa informasi deskriptif terkait berbagai aspek perusahaan, seperti penjualan, pembayaran, struktur organisasi, perizinan, serta tanggapan dari responden dalam penelitian.
- b. Menurut Idrus (2009: 23), data kualitatif merujuk pada Data kualitas objek penelitian adalah data yang berbentuk non-numerik. Sedangkan data kuantitatif merupakan data dalam bentuk angka yang terkait dengan realisasi penjualan produk atau barang susu SGM Eksplor di Tembilahan.

3.2.2 Sumber Data

- a. Data Primer, yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2014:137). Dalam penelitian data primer

¹ datanya yakni konsumen/pelanggan yang membeli produk susu SGM Eksplor di Tembilahan.

- b. ¹⁰ Menurut Sugiyono (2014:137), data sekunder adalah sumber data yang tidak diperoleh secara langsung dari pengumpul data. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini meliputi informasi yang sudah tersedia, ¹⁵⁹ seperti sejarah berdirinya perusahaan, brosur, struktur organisasi, serta data lain yang telah dimiliki oleh ⁴⁴ perusahaan.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Arikunto (2010:173), populasi merupakan keseluruhan subjek yang menjadi fokus dalam penelitian. ¹ Sedangkan Soehardi Sigit dalam Sunyoto (2011:17) menjelaskan bahwa populasi adalah kumpulan individu atau kelompok yang menjadi target atau objek penelitian. Berdasarkan definisi tersebut, ¹⁰ populasi dalam penelitian ini adalah konsumen atau pelanggan yang membeli susu SGM Eksplor di Tembilahan.

3.3.2 ¹ Sampel

Menurut Bailey dalam Iqbal Hasan (2013:60), untuk penelitian di mana populasi dan ukuran sampel tidak diketahui, ukuran sampel minimum yang disarankan adalah 30. Dalam penelitian ini, penulis menetapkan sampel sebagai ³⁹ konsumen yang membeli susu SGM Eksplor dengan jumlah sebanyak sampel yaitu 50 orang, dengan menggunakan metode “Simple Random Sampling”. Simple Random Sampling yaitu metode pemilihan sampel yang mana pemilihan responden diambil secara acak yang langsung ditemui dilapangan.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Kuesioner adalah strategi untuk mengumpulkan data dimana responden menjawab serangkaian pertanyaan tertulis yang diberikan ketika peneliti memahami dengan tepat faktor-faktor yang akan diukur dan harapan responden, kuesioner merupakan pendekatan pengumpulan data yang tepat dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini evaluasi diberikan dalam Skala Likert dengan menggunakan kriteria sebagai berikut :

Tabel 3.1 Skala likert

No	Arti	Singkatan	Skor
1.	Sangat Setuju	SS	5
2.	Setuju	S	4
3.	Cukup Setuju	CS	3
4.	Tidak Setuju	TS	2
5.	Sangat Tidak Setuju	STS	1

2. Studi kepustakaan (*Library Research*)

Yaitu semua upaya yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data atau informasi yang berkaitan dengan topik atau masalah yang sedang atau akan diteliti. Informasi tersebut bisa diperoleh dari berbagai sumber seperti buku ilmiah, laporan penelitian, karya ilmiah, tesis, disertasi, peraturan, ketetapan, buku tahunan, serta sumber tertulis lainnya baik yang berbentuk cetak maupun elektronik.

3. Wawancara

Yaitu teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang

mewawancarai Wawancara merupakan bentuk komunikasi langsung yang terjadi antara peneliti dan responden. Proses komunikasi ini berlangsung dalam bentuk tanya jawab secara tatap muka, sehingga gerakan dan ekspresi wajah responden menjadi bagian penting yang melengkapi pesan verbal.

3.5 Analisa Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif secara statistik dengan bantuan perangkat lunak SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) versi 26.0 untuk Windows. SPSS merupakan salah satu aplikasi komputer yang digunakan untuk mengolah dan menganalisis data statistik. Adapun jenis analisis data yang dilakukan antara lain:

3.5.1 Uji Validitas

Validitas merupakan ukuran yang menggambarkan sejauh mana suatu instrumen dapat dianggap benar atau akurat. Instrumen yang valid memiliki tingkat validitas yang tinggi, sementara instrumen yang kurang valid memiliki tingkat validitas yang rendah.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah sejauh mana sebuah instrumen dapat dipercaya sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah dianggap baik (Arikunto, 2010:178). Menurut Sugiyono, instrumen dikatakan reliabel jika hasil perhitungannya menunjukkan koefisien keandalan (reliabilitas) sebesar $\alpha = 0,05$ atau lebih (Ghozali, 2009:133).

3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Metode ini dipakai untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat atau tidak. Hubungan antar variabel akan dianalisis menggunakan persamaan regresi dengan model sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$$

Dimana :

Y = Kualitas Produk

a = Konstanta

b = Koefisien regresi variabel bebas

X₁ = Kinerja

X₂ = Keandalan

X₃ = Kesesuaian

X₄ = Daya Tahan

X₅ = Estetika

e = standar error

3.5.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk menguji kebenaran hipotesis yang telah diajukan serta untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Metode yang biasa digunakan dalam pengujian ini meliputi Analisis Korelasi, Uji Determinasi, dan Uji Simultan (F).

a. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R₂) di gunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti variabel dependen sangat terbatas (Ghozali, 2009: 28). Nilai yang mendekati 1 berarti variabel - variabel independen memberikan semua informasi yang di butuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t, yang juga disebut uji parsial, digunakan untuk menguji pengaruh setiap variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat. Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel atau dengan memperhatikan nilai signifikansi pada setiap hasil t hitung. Prosedur uji t ini mirip dengan uji F (lihat hasil perhitungan pada Coefficient Regression Full Model Enter di SPSS). Uji ini dilakukan sekaligus untuk melihat koefisien regresi secara individual variabel penelitian.

c. Uji Simultan (uji F)

Metode ini digunakan untuk menentukan apakah secara bersama-sama koefisien variabel bebas memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau tidak (Sugiyono, 2014: 250).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

A. Sejarah Berdirinya Perusahaan

Sejarah pendirian PT. Sarihusada bermula pada tahun 1954 ketika pemerintah Indonesia bekerja sama dengan Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) mendirikan NV Saridele sebagai bagian dari program khusus untuk mendukung kecukupan protein nasional. NV Saridele kemudian memelopori pengembangan produk nutrisi yang kaya protein untuk masyarakat Indonesia. Pada tahun 1965, diluncurkan merek legendaris SGM yang hingga kini masih bertahan. Saat ini, merek SGM telah berkembang menjadi beberapa varian seperti SGM Bunda, SGM Eksplor, SGM Aktif, dan SGM Progres yang tetap populer dan diterima luas oleh masyarakat.

NV Saridele beralih kepemilikan ke PT. Kimia Farma pada tahun 1968, kemudian pada tahun 1972 berganti nama menjadi Sarihusada setelah terjalannya kerja sama joint venture antara PT. Kimia Farma dan PT. Tiga Rakasa. Pada tahun 1983, Sarihusada melaksanakan penawaran umum perdana (IPO) di Bursa Efek Jakarta. Sebagai perusahaan terbuka, kepemilikan saham mengalami beberapa perubahan penting, dimana pada tahun 1992 PT Tiga Rakasa menjadi pemegang saham mayoritas. Seiring dengan pertumbuhan bisnis yang semakin pesat, Sarihusada memperkuat posisinya di level internasional dengan beraliansi dengan Nutricia Internasional BV (Royal Numico NV) pada tahun 1998. Pada

2007, Sarihusada secara resmi mengundurkan diri dari Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan Bursa Efek Surabaya (BES), sehingga menjadi perusahaan tertutup. Pada tahun 2008, Danone Group mengakuisisi Royal Numico, yang kemudian menjadikannya pemegang saham mayoritas di Sarihusada. Seiring berjalannya waktu, Sarihusada terus memperluas lini produknya dengan berbagai variasi produk yang tetap menjaga kualitas. Produk-produk Sarihusada semakin melengkapi kebutuhan gizi masyarakat, khususnya bagi ibu dan anak. Dari pabrik-pabriknya yang berada di Yogyakarta dan Klaten, Jawa Tengah, serta didukung oleh lebih dari 400 peneliti dari Danone Research Center di Belanda, Singapura, dan Indonesia, Sarihusada hingga saat ini tetap konsisten seperti enam puluh tahun lalu dalam menghasilkan berbagai produk nutrisi berstandar internasional dengan harga yang terjangkau.

Gambar 4.1 Susu SGM Eksplor



Sumber : <https://images.app.goo.gl/hvo9EGPCLQN8RD1J8>

B. Profil Singkat Perusahaan

²⁵ PT Sarihusada Generasi Mahardhika (Sarihusada) merupakan perusahaan yang memproduksi berbagai produk nutrisi bagi ibu hamil, ibu menyusui, dan anak-anak, dengan rasa yang nikmat, harga yang terjangkau, serta memenuhi standar internasional. Sejak tahun 1954, Sarihusada telah beroperasi di Indonesia sebagai bagian dari Program Kecukupan Protein Nasional yang dijalankan oleh pemerintah Indonesia bersama dengan Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB).

Sarihusada adalah bagian dari Danone Nutricia Early Life Nutrition, sebuah perusahaan nutrisi yang beroperasi di berbagai negara dengan pengalaman lebih dari 100 tahun dalam menyediakan nutrisi terbaik untuk anak-anak. Didukung oleh lebih dari 400 ilmuwan, Danone Nutricia Early Life Nutrition telah melahirkan 263 penelitian dan 147 inovasi terkait ASI dan nutrisi awal kehidupan. ⁴² Komitmen Danone Nutricia Early Life Nutrition terhadap nutrisi juga diakui secara internasional dengan meraih peringkat pertama dalam Access to Nutrition Index (ATNI) pada tahun 2013.

Saat ini, Sarihusada memiliki lebih dari 1.000 karyawan yang tersebar di seluruh Indonesia dan mengoperasikan pabrik di wilayah Yogyakarta serta Klaten untuk memproduksi beragam produk, seperti susu pertumbuhan SGM, SGM Bunda, dan Lactamil.

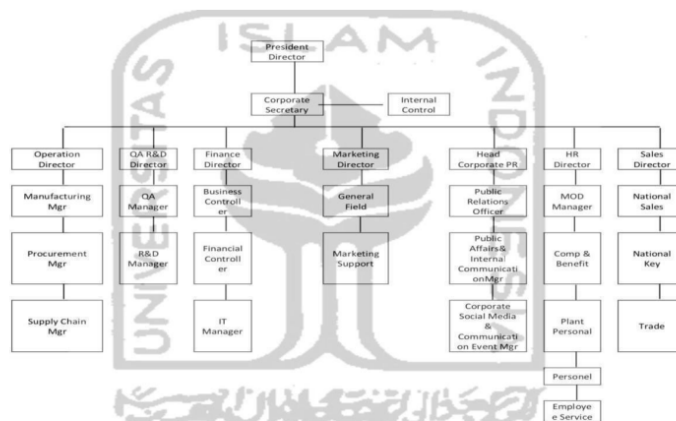
Sarihusada juga secara aktif berinteraksi dan bermitra dengan para praktisi kesehatan, penggiat gizi, pengambil kebijakan dan pihak terkait lainnya untuk memberikan edukasi yang diperlukan untuk mewujudkan generasi Indonesia yang

sehat di masa kini dan masa datang.

C. ⁹⁹Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi adalah sebuah kerangka yang menggambarkan seluruh aktivitas dalam perusahaan untuk mencapai tujuan melalui strategi yang dipilih. Struktur ini secara jelas menunjukkan posisi, deskripsi tugas, dan tanggung jawab setiap karyawan atau jabatan ⁵dalam perusahaan, sehingga menciptakan sistem kerja yang efektif dalam mewujudkan tujuan perusahaan. Berikut adalah struktur organisasi perusahaan yang dapat dilihat pada Gambar 2:

Gambar 4.2. Struktur Organisasi PT. Sarihusada Generasi Mahardhika



Sumber : PT. Sarihusada Generasi Mahardhika

D. Aktivitas Perusahaan

⁵ PT Sarihusada Generasi Mahardhika (Sarihusada) perusahaan yang fokus pada produksi produk nutrisi yang fokus pada produksi produk nutrisi untuk anak-anak. Mereka dikenal dengan produk Susu SGM Eksplor yang memiliki rasa enak, harga terjangkau, dan memenuhi standar internasional.

Perusahaan ini juga berkontribusi pada peningkatan status gizi pada anak-anak di Indonesia. Selain itu, Adapun Visi dan Misi dari Perusahaan PT Sarihusada Generasi Mahardhika Indonesia adalah :

1. Visi

⁶ Memberikan Produk bernutrisi, layanan dan edukasi kepada seluruh ibu dan anak di Indonesia setiap hari. SGM percaya bahwa pemberian nutrisi yang tepat di awal kehidupan manusia akan memberikan efek positif di masa sekarang dan masa mendatang.

2. Misi

⁷⁰ Bersama Ibu-Ibu Indonesia Menyosong Kehidupan Baru Melalui Nutrisi dan Pendidikan Yang Terdepan dan Terjangkau. Dengan misi, ini SGM berkomitmen ntuk ¹³¹ membantu meningkatkan status gizi ibu dan anak di seluruh Indonesia.

¹⁴¹ 4.2 Hasil Penelitian

A. Karakteristik Responden

Penelitian ini mengenai Analisis Kualitas Produk Susu SGM Eksplor Di Tembilahan, Sehingga responden penelitian ini diambil dari konsumen yang membeli produk Susu SGM Eksplor di Tembilahan. Dalam mendapatkan

reponden penelitian maka dilakukan penyebaran sebanyak 50 kuesioner kepada para Konsumen yang membeli produk Susu SGM Eksplor di Tembilahan.

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Orang	Persentase (%)
1.	Laki-laki	10	20%
2.	Perempuan	40	80%
Jumlah		50%	100%

Sumber : Data Olahan, 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa banyak responden laki-laki yang membeli susu SGM eksplor untuk anaknya di Tembilahan adalah sekitar 10 orang, atau 20% sedangkan responden perempuan yang sering berbelanja ke mini market atau suer market sebanyak 40 atau 80% adalah kaum perempuan yang melakukan pembelian susu SGM Eksplor. Susu anak-anak untuk membantu memenuhi kebutuhan nutrisi anak-anak untuk kemampuan belajar si kecil yang *progresif* serta mendukung tumbuh kembang anak yang lebih kuat sistem imun dalam tubuhnya.

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Umur	Jumlah Orang	Persentase (%)
1.	20 - 30 th	10	20%
2.	31 – 40 th	25	50%
3.	41 – 50 th	15	30%
Jumlah		50%	100%

Sumber : Data Olahan, 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden yang berumur 20 – 30 tahun adalah 10 orang (20%) jumlah responden yang berumur 31 – 40 tahun adalah 25 orang (50%) responden umur 41 - 50 tahun

tahun sebanyak 15 orang (30%). Dari tabel terlihat bahwa responden yang berumur 31 – 40 tahun yang mendominasi membeli susu SGM Eksplor untuk tumbuh kembang anaknya di Tembilahan.

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Umur	Jumlah Orang	Persentase (%)
1.	SLTA	35	70%
2.	D3	5	10%
3.	Sarjana	10	20%
Jumlah			100%

Sumber : Data Olahan, 2025

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa responden dengan pendidikan SLTA berjumlah 35 orang atau 70%, kemudian responden berpendidikan D3 sebanyak 5 orang atau 10%, dan sisanya berpendidikan Sarjana sebanyak 10 orang atau sekitar 20%. Hal ini jelas banyak yang minat dari orang-orang pendidikan SLTA hingga pendidikan sarjana dan lain sebagainya yang banyak membelikan anaknya untuk tumbuh kembangnya adalah Susu SGM Eksplor Di Tembilahan dari kalangan bawah hingga kalangan atas atau semua kalangan.

B. Deskripsi Responden

1. Kinerja (X_1)

Kinerja (*Performance*) merupakan karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli, misalnya adanya karakteristik produk dan kemudahan.

Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kinerja (X₁)

No	Persyaratan	SS (5)	S (4)	CS (3)	TS (2)	STS (1)	Total	Mean	Rank
1.	Produk Susu SGM Eksplor banyak Memberikan Manfaat buat Bayi & Anak-Anak	15	30	5	0	0	210	4,2	2
2.	Produk Susu Sgm Eksplor mudah untuk dikonsumsi sebagai minuman	20	28	2	0	0	218	4,36	1
Rata – Rata X₁							4,28		

Sumber :Data Olahan, 2025

Dari tabel di atas, nilai tertinggi terdapat pada pertanyaan kedua yang menyatakan bahwa Produk Susu SGM Eksplor mudah dikonsumsi sebagai minuman, dengan total respons sebanyak 213 dan rata-rata skor 4,36, dimana mayoritas responden memilih jawaban setuju. Peringkat kedua ditempati oleh pertanyaan pertama mengenai manfaat Produk Susu SGM Eksplor bagi bayi dan anak-anak, dengan total respons 210 dan rata-rata skor 4,20, di mana responden juga umumnya setuju dengan pernyataan tersebut. Hal ini menjelaskan jika Kinerja terhadap konsumen sangat mempengaruhi dalam pembelian susu SGM Eksplor di Tembilahan, maka konsumen tersebut akan berusaha untuk membeli ulang produk tersebut.

2. Keandalan (X₂)

Keandalan (reliability) adalah kemungkinan produk mengalami kegagalan dalam rentang waktu yang telah ditentukan. Keandalan mencakup tingkat kerusakan serta potensi terjadinya kegagalan produk tersebut

15

Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keandalan(X₂)

No	Persyaratan	SS (5)	S (4)	CS (3)	TS (2)	STS (1)	Total	Mean	Rank
1.	Produk Susu SGM Eksplor memiliki berbagai variasi produk dari kemasan 120 gram sampai 1000 gram	25	17	6	2	0	215	4,3	2
2.	Produk Susu SGM Eksplor memiliki performa terbaik dalam produk susu	10	38	2	0	0	208	4,16	3
3.	Produk Susu SGM Eksplor ramah lingkungan dan mudah untuk dikonsumsi anak-anak	24	19	7	0	0	217	4,34	1
Rata – Rata X₂		4,27							

Sumber : Data Olahan 2025

10

Berdasarkan tabel di atas, nilai tertinggi terdapat pada pertanyaan ketiga yang menyatakan bahwa Produk Susu SGM Eksplor ramah lingkungan dan mudah dikonsumsi oleh anak-anak, dengan total respons sebanyak 217 dan rata-rata skor 4,34, di mana mayoritas responden memilih jawaban sangat setuju. Peringkat kedua ditempati oleh pertanyaan pertama mengenai keberagaman produk Susu SGM Eksplor mulai dari kemasan 120 gram hingga 1000 gram, dengan total respons 215 dan rata-rata skor 4,30, dimana responden umumnya setuju. Sedangkan peringkat ketiga adalah pertanyaan kedua yang menyatakan bahwa Produk Susu SGM Eksplor memiliki performa terbaik dalam kategori produk susu, dengan total respons 208 dan rata-rata skor 4,16. dengan jawaban responden adalah setuju. Hal ini menjelaskan bahwa keandalan sangat mempengaruhi keputusan pembelian Susu SGM Eksplor di Tembilahan.

3. Kesesuaian (X₃)

Kesesuaian merupakan sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Misalnya pengawasan kualitas dan desain, standar karakteristik operasional. Kesesuaian adalah tingkat di mana suatu barang atau jasa memenuhi standar yang telah ditetapkan. Aspek kesesuaian (*conformance*) dapat dilihat dari kesesuaian spesifikasi dan desain produk serta kesesuaian kinerja dan kualitas produk dengan standar yang diharapkan.

Pada dasarnya, setiap produk memiliki standar ataupun spesifikasi yang telah ditentukan. Kesesuaian berkaitan dengan tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi yang telah diterapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan. Kesesuaian juga merupakan sejauh mana produk memenuhi spesifikasi atau tidak ditemukannya cacat pada produk. Adapun hasil tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut ini, yaitu:

Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kesesuaian(X₃)

No	Persyaratan	SS (5)	S (4)	CS (3)	TS (2)	STS (1)	Total	Mean	Rank
1.	Produk Susu SGM Eksplor memiliki beberapa varian rasa	20	29	1	0	0	219	4,38	1
2.	Produk Susu SGM Eksplor memiliki pengawasan ketat terhadap kualitas produk	17	31	2	0	0	215	4,3	2
3.	Produk Susu SGM Eksplor memiliki standar karakteristik tersendiri dalam produk yg Ditawarkan	10	36	4	0	0	206	4,12	3
Rata – Rata X ₃		4,27							

Sumber : Data Olahan 2025

Berdasarkan ¹⁰ tabel di atas, nilai tertinggi terdapat pada pertanyaan pertama yang menyatakan bahwa Produk Susu SGM Eksplor menawarkan berbagai varian rasa, dengan total tanggapan responden sebanyak 219 dan rata-rata skor 4,38, dimana mayoritas responden memberikan jawaban setuju. Peringkat kedua ditempati oleh pertanyaan kedua mengenai pengawasan ketat terhadap kualitas produk Susu SGM Eksplor, dengan total tanggapan 215 dan rata-rata skor 4,30, di mana responden umumnya setuju. Sedangkan peringkat ketiga adalah pertanyaan ketiga yang menyatakan bahwa Produk Susu SGM Eksplor memiliki standar karakteristik khusus pada produk yang ditawarkan, dengan total tanggapan 206 dan rata-rata skor 4,12. dengan jawaban responden adalah setuju. Kesesuaian Produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk membeli susu SGM Eksplor.

4. Daya Tahan (X₄)

⁸⁰ Daya tahan (*Durability*) berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis. ⁷⁹ Daya tahan menggambarkan umur suatu produk, yaitu lamanya produk dapat digunakan sebelum perlu diganti atau mengalami kerusakan. Semakin panjang ⁷⁸ daya tahan produk, maka produk tersebut dianggap lebih tahan lama. ⁸⁴ Produk yang tahan lama biasanya dipersepsikan memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan produk yang cepat habis atau cepat harus diganti.

Tabel 4.7: Tanggapan Responden Terhadap Variabel Daya Tahan (X₄)

No	Persyaratan	SS (5)	S (4)	CS (3)	TS (2)	STS (1)	Total	Mean	Rank
1.	Produk Susu SGM Eksplor memiliki batas waktu pemakaian atau <i>Expired</i>	20	26	4	0	0	216	4,32	1
2.	Produk Susu SGM Eksplor mengandung bahan pengawet yang sudah diolah menjadi bahan minuman	15	33	2	0	0	213	4,26	2
Rata – Rata X₄		4,29							

Sumber : Data Olahan 2025

Berdasarkan tabel di atas, nilai tertinggi terdapat pada pertanyaan pertama yang menyatakan bahwa Produk Susu SGM Eksplor memiliki masa kedaluwarsa (expired), dengan total tanggapan responden sebanyak 216 dan rata-rata skor 4,32, di mana mayoritas responden memberikan jawaban setuju. Peringkat kedua ditempati oleh pertanyaan kedua yang menyebutkan bahwa Produk Susu SGM Eksplor mengandung bahan pengawet yang telah diolah untuk menjadi bahan minuman, dengan total tanggapan 213 dan rata-rata skor 4,26, di mana responden juga umumnya setuju.

5. Estetika (X₅)

Estetika, merupakan bagaimana penampilan produk, rasanya, suaranya, atau baunya. Estetika suatu produk meliputi penampilan produk dan daya tarik produk. Selain itu juga Estetika adalah daya tarik produk terhadap panca indera. Misal keindahan desain produk, keunikan model produk, dan kombinasi

Tabel 4.8 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Estetika (X₅)

No	Persyaratan	SS (5)	S (4)	CS (3)	TS (2)	STS (1)	Total	Mean	Rank
1.	Desain kemasan Susu SGM Eksplor Menarik	12	35	3	0	0	209	4,18	2
2.	Kemasan Produk Susu eksplor memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk Membelinya	10	38	2	0	0	208	4,16	3
3.	Perusahaan memberikan keamanan Produk Susu SGM Eksplor pada kemasan menarik konsumen	13	34	3	0	0	210	4,2	1
Rata – Rata X_s							4.18		

Sumber : Data Olahan 2025

Berdasarkan tabel di atas, nilai tertinggi terdapat pada pertanyaan ketiga yang menyatakan bahwa perusahaan menjamin keamanan produk Susu SGM Eksplor dengan kemasan yang menarik bagi konsumen, dengan total tanggapan responden sebanyak 210 dan rata-rata skor 4,20, dimana responden umumnya setuju. Peringkat kedua ditempati oleh pertanyaan pertama mengenai desain kemasan Susu SGM Eksplor yang menarik, dengan total tanggapan 209 dan rata-rata 4,19, yang juga mendapatkan jawaban setuju dari responden. Sedangkan peringkat ketiga adalah pertanyaan kedua yang menyatakan bahwa kemasan produk Susu SGM Eksplor memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk membelinya, dengan total tanggapan 208 dan rata-rata skor 4,16, di mana responden juga menyatakan setuju.

6. Kualitas Produk (Y)

⁷¹ Kualitas adalah totalitas dari karakteristik suatu produk (barang dan atau jasa) yang menunjang kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang disifikasikan ⁵² Kualitas produk mengacu pada kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya, yang mencakup aspek seperti daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan dalam penggunaan dan perbaikan, serta karakteristik produk lainnya.

²² Kualitas produk merupakan fokus utama dalam perusahaan, kualitas merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing.

¹³ **Tabel 4.9 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualtas Produk (Y)**

No	Persyaratan	SS (5)	S (4)	CS (3)	TS (2)	STS (1)	Total	Mean	Rank
1.	Produk Susu SGM Eksplor dapat meningkatkan kualitas terhadap bayi & anak-anak	20	30	0	0	0	220	4,40	1
2.	Kemasan produk di desain agar menarik perhatian konsumen	15	32	3	0	0	212	4,24	2
3.	Produk Susu SGM Eksplor yang hamper sama dengan merek lain.	10	38	2	0	0	208	4,16	4
4.	Daya Tahan produk Susu SGM Eksplor yang hamper sama dengan merek lain.		35	3	0	0	209	4,18	3
5.	Keamanan Produk Susu SGM Eksplor dengan memberikan jaminan keamanan produk	10	35	5	0	0	205	4,1	5
Rata – Rata Y							4,22		

Sumber : Data Olahan 2025

Berdasarkan tabel ¹⁰ di atas, nilai tertinggi terdapat pada pertanyaan pertama yang menyatakan bahwa Produk Susu SGM Eksplor mampu meningkatkan kualitas pertumbuhan bayi dan anak-anak, dengan total tanggapan responden sebanyak 220 dan rata-rata skor 4,40, di mana mayoritas responden setuju dengan pernyataan tersebut. Peringkat kedua ditempati oleh pertanyaan kedua mengenai desain kemasan produk yang dibuat untuk menarik perhatian konsumen, dengan total tanggapan 212 dan rata-rata skor 4,24, yang juga mendapat jawaban setuju dari responden.

Peringkat ketiga ditempati oleh pertanyaan keempat yang menyatakan bahwa daya tahan produk Susu SGM Eksplor hampir setara dengan merek lain, dengan total tanggapan responden sebanyak 209 dan rata-rata skor 4,18, dimana mayoritas responden setuju. Peringkat keempat berada pada pertanyaan ketiga yang menyebutkan bahwa Produk Susu SGM Eksplor memiliki karakteristik yang hampir sama dengan merek lain, dengan total tanggapan 208 dan rata-rata 4,16, yang juga mendapat jawaban setuju dari responden. Sedangkan peringkat kelima adalah pertanyaan kelima mengenai jaminan keamanan produk Susu SGM Eksplor, dengan total tanggapan 205 dan rata-rata skor 4,10, di mana responden menyatakan setuju. Hal ini menunjukkan bahwa ⁴⁶ kualitas produk dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kinerja, keandalan, kesesuaian, daya tahan, dan estetika konsumen.

4.3 Hasil Analisis Data

A. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Sebuah instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur yang diinginkan, serta dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Cara pengujian validitas dengan menghitung korelasi antar skor masing-masing pertanyaan dan skor total. Jika nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka instrumen tersebut dapat dikatakan valid dan apabila nilai $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka instrumen tersebut dikatakan tidak valid.

Tabel 4.10 : Uji Validitas

No	Variabel	No Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
1	Kinerja (X_1)	Pernyataan 1	.940**	0,2732	Valid
		Pernyataan 2	.892**	0,2732	Valid
2	Keandalan (X_2)	Pernyataan 1	.804**	0,2732	Valid
		Pernyataan 2	.899**	0,2732	Valid
		Pernyataan 3	.895**	0,2732	Valid
3	Kesesuaian (X_3)	Pernyataan 1	.790**	0,2732	Valid
		Pernyataan 2	.840**	0,2732	Valid
		Pernyataan 3	.857**	0,2732	Valid
4	Daya Tahan (X_4)	Pernyataan 1	.911**	0,2732	Valid
		Pernyataan 2	.835**	0,2732	Valid

No	Variabel	No Indikator	r _{hitung}	r _{tabel}	Ket
5	Estetika (X ₅)	Pernyataan 1	.792**	0,2732	Valid
		Pernyataan 2	.887**	0,2732	Valid
		Pernyataan 3	.649**	0,2732	Valid
6	Kualitas Produk (Y)	Pernyataan 1	.766**	0,2732	Valid
		Pernyataan 2	.791**	0,2732	Valid
		Pernyataan 3	.726**	0,2732	Valid
		Pernyataan 4	.696**	0,2732	Valid
		Pernyataan 5	.678**	0,2732	Valid

Sumber : Output SPSS 26.0 for Windows, 2025

Dari pengujian validitas instrumen penelitian (kuesioner), setiap pertanyaan memperoleh nilai r_{hitung} yang lebih besar daripada r_{tabel}, dimana nilai r_{tabel} untuk 50 responden adalah 0,2732, dan nilai signifikansi (p) kurang dari 0,05. Dengan demikian, seluruh instrumen penelitian tersebut dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila dapat digunakan berulang kali dalam rentang waktu yang berbeda dan tetap menghasilkan hasil yang konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan sejauh mana alat ukur tersebut dapat dipercaya dan diandalkan. Hasil uji reliabilitas dianggap memadai jika koefisien alpha (α) lebih besar dari 0,05, atau apabila nilai koefisien yang diperoleh lebih tinggi dari nilai r_{tabel}. Berikut adalah hasil pengujian reliabilitas tersebut:

Tabel 4.11 : Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	r _{tabel}	Keterangan
1	Kinerja (X ₁)	0,796	0,2732	Reliabel
2	Keandalan (X ₂)	0,835	0,2732	Reliabel
3	Kesesuaian (X ₃)	0,760	0,2732	Reliabel
4	Daya Tahan (X ₄)	0,678	0,2732	Reliabel
5	Estetika (X ₅)	0,666	0,2732	Reliabel
6	Kualitas Produk (Y)	0,783	0,2732	Reliabel

Sumber : Output SPSS 26.0 for Windows, 2025

Dari hasil uji reliabilitas, diperoleh nilai Cronbach's Alpha yang dibandingkan dengan nilai r tabel pada tingkat signifikansi 5% sebesar 0,2732. Karena nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari r tabel, maka dapat disimpulkan bahwa setiap variabel dalam penelitian ini memenuhi kriteria reliabilitas. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.12 : Persamaan Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a		t	Sig.
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error		
1	(Constant)	5.334	1.343	3.457	.001
	Kinerja	.218	.216	1.010	.318
	Keandalan	.498	.200	2.491	.017
	Kesesuaian	.622	.214	2.904	.006
	Daya Tahan	-.073	.177	-.413	.682
	Estetika	.010	.212	.047	.963

a. Dependent Variable: Kualitas Produk

Sumber : Output SPSS 26.0 for Windows, 2025

Hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dapat dirumuskan dalam persamaan sebagai berikut.

$$Y = 5,334 + 0,218 X_1 + 0,498 X_2 + 0,622 X_3 - 0,073 X_4 + 0,010 X_5 + e$$

Persamaan regresi diatas mempunyai makna sebagai berikut :

- Konstanta (a) sebesar 5.334, yang menunjukkan apabila Kinerja, Keandalan, kesesuaian, Daya Tahan dan Estetika jika tidak diperhatikan,

- maka Kualitas Produk akan tetap sebesar 5.334.
- b. Koefisien regresi untuk variabel X_1 yaitu variabel Kinerja sebesar 0.218. Nilai koefisien ini mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel Kinerja akan diikuti oleh peningkatan sebesar 0,218 pada variabel Kualitas Produk.
 - c. Koefisien regresi untuk variabel X_2 yaitu variabel Keandalan sebesar 0.498 menunjukkan bahwa jika variabel Keandalan mengalami penurunan sebesar satu satuan, maka variabel Kualitas Produk justru akan meningkat sebesar 0,498..
 - d. Koefisien regresi untuk variabel X_3 yaitu variabel Kesesuaian sebesar 0.622. Nilai ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada variabel Kesesuaian akan menyebabkan peningkatan sebesar 0,622 pada variabel Kualitas Produk..
 - e. Koefisien regresi untuk variabel X_4 , yaitu variabel Daya Tahan, sebesar 0.073. Nilai ini mengindikasikan bahwa jika variabel Daya Tahan menurun sebanyak satu satuan, maka variabel Kualitas Produk akan meningkat sebesar 0,073..
 - f. Koefisien regresi untuk variabel X_5 , yaitu variabel Estetika, adalah sebesar 0.010. Nilai ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel Estetika akan meningkatkan variabel Kualitas Produk sebesar 0,010.

3. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji koefisien determinasi, uji statistik t, uji statistik f.

Koefisien determinasi

Tabel 4.13 : Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.916 ^a	.839	.821	74795	1.929

a. Predictors: (Constant), Kinerja, Keandalan, Kesesuaian, Daya Tahan, Estetika.

b. Dependent Variable: Kualitas Produk

Sumber : Output SPSS 26.0 for Windows, 2025

Tabel di atas memperlihatkan bahwa hubungan antar variabel memiliki nilai sebesar 0,916, yang menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai R kuadrat (R^2) sebesar 0,839, yang berarti berarti i 83,9% variabel Kualitas Produk di pengaruhi oleh lima variabel penjelas yaitu Kinerja, Keandalan, Kesesuaian, Daya Tahan dan Estetika. Sementara itu, sebesar 16,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam variabel penelitian ini.

4. Uji Statistik t

Hasil analisis yang menunjukkan koefisien signifikansi disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.14 : Pengujian Hipotesis Secara Parsial

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	5.334	1.343		.001
	Kinerja	.218	.216	.183	.318
	Keandalan	.498	.200	.327	.017
	Kesesuaian	.622	.214	.488	.006
	Daya Tahan	-.073	.177	-.089	.682
	Estetika	.010	.212	.006	.963

a. Dependent Variable: Kualitas Produk

Sumber : Output SPSS 26.0 For Windows, 2025

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, maka berdasarkan tabel diatas secara terperinci dihasilkan pengujian sebagai berikut:

a. Kinerja (X_1)

Hasil analisis menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,318. Karena nilai signifikansi ini lebih besar dari probabilitas 0,05 ($0,318 > 0,05$), maka hipotesis alternatif (H_1) ditolak dan hipotesis nol (H_0) diterima. Variabel X_1 memiliki nilai t hitung sebesar 1,010, sedangkan t tabel adalah 2,00856, sehingga t hitung ($1,010 < t$ tabel (2,00856)). Hal ini membuktikan bahwa variabel Kinerja (X_1) tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kualitas Produk susu SGM Eksplor di Tembilahan.

b. Keandalan (X_2)

Hasil analisis menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,017. Karena nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari tingkat probabilitas 0,05 ($0,017 < 0,05$), maka hipotesis alternatif (H_2) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak. Variabel X_2 memiliki nilai t hitung sebesar 2,491, sedangkan t tabel sebesar 2,00856. Karena t hitung X_2 (2,491) lebih besar Nilai t tabel sebesar 2,00856 menunjukkan bahwa variabel Keandalan (X_2) memiliki pengaruh parsial yang signifikan terhadap kualitas produk susu SGM Eksplor di Tembilahan.

c. Kesesuaian (X_3)

Hasil analisis menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,006. Karena nilai signifikansi ini lebih kecil dari tingkat probabilitas 0,05 ($0,006 < 0,05$), maka hipotesis alternatif (H_3) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak. Variabel X_3 memiliki nilai t hitung sebesar 2,904, sedangkan t tabel sebesar

2,00856. Karena t hitung X_3 (2,904) lebih besar dari t tabel (2,00856), hal ini membuktikan bahwa variabel Kesesuaian (X_3) berpengaruh secara parsial terhadap kualitas produk susu SGM Eksplor di Tembilahan.

d. Daya Tahan (X_4)

Hasil analisis menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,963. Karena nilai signifikansi tersebut lebih besar dari tingkat probabilitas 0,05 ($0,963 > 0,05$), maka hipotesis alternatif (H_a) ditolak dan hipotesis nol (H_0) diterima. Variabel X_4 memiliki nilai t hitung sebesar -0,413, sedangkan t tabel sebesar 2,00856. Karena t hitung X_4 (-0,413) lebih kecil dari t tabel (2,00856), hal ini menunjukkan bahwa variabel Daya Tahan (X_4) tidak berpengaruh secara parsial terhadap kualitas produk susu SGM Eksplor di Tembilahan.

e. Estetika (X_5)

Hasil analisis menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,318. Karena nilai signifikansi tersebut lebih besar dari tingkat probabilitas 0,05 ($0,318 > 0,05$), maka hipotesis alternatif (H_a) ditolak dan hipotesis nol (H_0) diterima. Variabel X_5 memiliki nilai t hitung sebesar 0,047, sedangkan t tabel sebesar 2,00856. Karena t hitung X_5 (0,047) lebih kecil dari Dengan nilai t tabel sebesar 2,00856, hasil ini menunjukkan bahwa variabel Estetika (X_5) tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap kualitas produk susu SGM Eksplor di Tembilahan.

5. Uji Simultan (Uji F)

Uji F statistik digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas yang dimasukkan dalam model regresi berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji ini juga bertujuan untuk melihat apakah

secara simultan koefisien dari variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Hasil perhitungannya disajikan dalam tabel berikut:

Tabel : 4.15 Hasil Uji F

		ANOVA ^a				
Mod el		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	128.205	5	25.641	45.835	.000
	Residual	24.615	44	.559		
	Total	152.820	49			

a. Dependent Variable: Kualitas Produk

b. Predictors: (Constant), Kinerja, Keandalan, Kesesuaian, Daya Tahan, Estetika.

Sumber : Output SPSS 26.0 for Windows, 2025

Pengujian hipotesis terhadap variabel Kinerja, Keandalan, Kesesuaian, Daya Tahan, dan Estetika secara simultan menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 48,835, sedangkan F tabel adalah 2,43. Karena F hitung lebih besar dari F tabel ($48,835 > 2,43$), dan nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,000 (lebih kecil dari 0,05), maka hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Kinerja, Keandalan, Kesesuaian, Daya Tahan, dan Estetika secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kualitas produk susu SGM Eksplor di Tembilahan.

4.4 Pembahasan

1. Rekapitulasi

Tabel 4.16 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Kualitas Produk Susu SGM Eksplor Di Tembilahan

No	Variabel Penelitian	Kriteria Penelitian	Rata-rata
1	Kinerja (X_1)	1 - 5	4,28
2	Keandalan (X_2)	1 - 5	4,27

3	Kesesuaian (X_3)	1 – 5	4,27
4	Daya Tahan (X_4)	1 – 5	4,29
5.	Estetika (X_5)	1 - 5	4,18
Jumlah			21,29
Rata – rata			4,26
6.	Kualitas Produk (Y)	1 - 5	
Jumlah			4,22
Rata-rata Y			4,22

Sumber Data Olahan 2025

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa rata-rata keseluruhan untuk variabel X adalah sebesar 4,26. Nilai ini berada pada interval 4,20 – 5,00, yang mengindikasikan bahwa persepsi responden terhadap variabel X berada dalam kategori *Sangat Baik*. Demikian pula, rata-rata keseluruhan untuk variabel Kualitas Produk (Y) adalah sebesar 4,22, yang juga berada dalam interval 4,20 – 5,00. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk susu SGM Eksplor dinilai *Sangat Baik* oleh responden.

2. Variabel Kualitas Produk

a. Pengaruh Kinerja (X_1) terhadap Kualitas Produk (Y)

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,318. Karena nilai tersebut lebih besar dari tingkat probabilitas 0,05 ($0,318 > 0,05$), maka hipotesis alternatif (H_1) ditolak dan hipotesis nol (H_0) diterima. Variabel X_1 memiliki nilai t hitung sebesar 1,010, sedangkan nilai t tabel adalah 2,00856. Karena t hitung X_1 (1,010) lebih kecil dari t tabel Dengan nilai t tabel sebesar 2,00856, hasil ini mengindikasikan bahwa variabel Kinerja (X_1) tidak memberikan pengaruh secara parsial terhadap Kualitas Produk susu SGM Eksplor di Tembilahan. Koefisien regresi untuk variabel X_1 , yaitu Kinerja, adalah sebesar 0,218. Nilai ini

menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel Kinerja akan diikuti oleh peningkatan sebesar 0,218 pada variabel Kualitas Produk. Kinerja mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka variabel Kualitas Produk akan naik sebesar 0,218.

b. Pengaruh Keandalan (X_2) Terhadap Kualitas Produk (Y)

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,017. Karena nilai tersebut lebih kecil dari tingkat probabilitas 0,05 ($0,017 < 0,05$), maka hipotesis alternatif (H_2) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak. Variabel X_2 memiliki nilai t hitung sebesar 2,491, sedangkan nilai t tabel adalah 2,00856. Karena t hitung X_2 (2,491) lebih besar dari t tabel (2,00856), maka dapat disimpulkan bahwa variabel Keandalan (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap Kualitas Produk susu SGM Eksplor di Tembilahan.

Koefisien regresi untuk variabel X_2 , yaitu Keandalan, bernilai 0,498. Artinya, setiap kenaikan satu satuan pada variabel Keandalan akan berdampak pada peningkatan variabel Kualitas Produk sebesar 0,498 satuan..

c. Pengaruh Kesesuaian (X_3) Terhadap Kualitas Produk (Y)

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,006. Karena nilai tersebut lebih kecil dari tingkat probabilitas 0,05 ($0,006 < 0,05$), maka hipotesis alternatif (H_3) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak. Variabel X_3 memiliki nilai t hitung sebesar 2,904, sedangkan nilai t tabel adalah 2,00856. Karena t hitung X_3 (2,904) lebih besar dari t tabel (2,00856), maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kesesuaian (X_3)

berpengaruh secara parsial terhadap Kualitas Produk susu SGM Eksplor di Tembilahan.

Koefisien regresi untuk variabel X_2 , yaitu Keandalan, bernilai 0,498.

Artinya, setiap kenaikan satu satuan pada variabel Keandalan akan berdampak pada peningkatan variabel Kualitas Produk sebesar 0,498 satuan.

d. Pengaruh Daya Tahan (X_4) Terhadap Kualitas Produk (Y)

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,682.

Karena nilai tersebut lebih besar dari tingkat probabilitas 0,05 ($0,682 > 0,05$), maka hipotesis alternatif (H_a) ditolak dan hipotesis nol (H_0) diterima.

Variabel X_4 memiliki nilai t hitung sebesar -0,413, sedangkan nilai t tabel adalah 2,00856. Karena t hitung X_4 (-0,413) lebih kecil dari t tabel (2,00856), maka dapat disimpulkan bahwa variabel Daya Tahan (X_4) tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kualitas Produk susu SGM Eksplor di Tembilahan.

Koefisien regresi untuk variabel X_4 , yaitu Daya Tahan, adalah sebesar -0,073. Nilai ini mengindikasikan bahwa apabila variabel Daya Tahan menurun satu satuan, maka variabel Kualitas Produk justru akan meningkat sebesar 0,073 satuan.

e. Pengaruh Estetika (X_5) Terhadap Kualitas Produk (Y)

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,963.

Karena nilai tersebut lebih besar dari tingkat probabilitas 0,05 ($0,963 > 0,05$), maka hipotesis alternatif (H_a) ditolak dan hipotesis nol (H_0) diterima.

Variabel X_5 memiliki nilai t hitung sebesar 0,047, sedangkan

nilai t tabel adalah 2,00856. Karena t hitung X_5 (0,047) lebih kecil dari t tabel (2,00856), maka dapat disimpulkan bahwa variabel Estetika (X_5) tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kualitas Produk susu SGM Eksplor di Tembilahan.

Koefisien regresi untuk variabel X_5 , yaitu Estetika, sebesar 0,010.

Nilai ini menunjukkan bahwa setiap perubahan satu satuan pada variabel Estetika, baik peningkatan maupun penurunan, akan menyebabkan kenaikan pada variabel Kualitas Produk sebesar 0,010 satuan.

3. Pengaruh Kinerja (X_1), Keandalan (X_2), Kesesuaian (X_3), Daya Tahan (X_4), dan Estetika (X_5) Terhadap Kualitas Produk (Y)

Secara simultan, variabel Kinerja, Keandalan, Kesesuaian, Daya Tahan, dan Estetika menunjukkan nilai F hitung sebesar 45,835, sedangkan nilai F tabel adalah 2,43. Karena F hitung lebih besar daripada F tabel ($45,835 > 2,43$), hal ini mengindikasikan bahwa variabel-variabel tersebut secara bersama-sama berpengaruh signifikan, yaitu $45,835 > 2,43$. Dan pada tabel diatas juga diperoleh nilai signifikannya sebesar 0,000. Dengan demikian dapat dibandingkan bahwa nilai signifikan pada tabel diatas $0,000 < 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a di tolak, hal ini berarti variabel Kinerja, Keandalan, Kesesuaian, Daya Tahan dan Estetika secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kualitas Produk susu SGM Eksplor di Tembilahan.

BAB VI

¹KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang ada dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Persamaan regresi yang dihasilkan yaitu regresi linier berganda yaitu: $Y = 5,334 + 0,218X_1 + 0,498 X_2 + 0,622X_3 - 0,073, X_4 + 0,010X_5$
2. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai R square (R^2) sebesar 0,839, yang menunjukkan bahwa sebesar 83,9% variabel Kualitas Produk dipengaruhi oleh lima variabel independen, yaitu Kinerja, Keandalan, Kesesuaian, Daya Tahan dan Estetika. Sisanya sebesar 16,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam variabel penelitian ini.
3. Hasil uji hipotesis
 - a. Uji parsial (Uji t)
 - 1) Kinerja (X_1) tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kualitas Produk (Y) Susu SGM Eksplor di Tembilahan.
 - 2) Keandalan (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap Kualitas Produk (Y) Susu SGM di Tembilahan.
 - 3) Kesesuaian (X_3) berpengaruh secara parsial terhadap Kualitas Produk (Y) Susu SGM Eksplor di Tembilahan.
 - 4) Daya Tahan (X_4) tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kualitas Produk (Y) susu SGM Eksplor di Tembilahan.

- 5) Estetika (X_5) tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kualitas Produk (Y) Susu SGM Eksplor Di Tembilahan.

b. Uji secara simultan (Uji F)

Uji secara simultan diketahui bahwa variabel Kinerja (X_1), Keandalan (X_2), Kesesuaian (X_3), Daya Tahan (X_4) dan Estetika (X_5) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kualitas Produk (Y) susu SGM Eksplor di Tembilahan.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan, dapat diberikan beberapa saran, terutama kepada produsen :

a. Bagi perusahaan terkait

Untuk pihak PT Sarihusada diharapkan dapat melakukan inovasi pada desain kemasan agar tampilan menjadi lebih menarik karena dalam penelitian ini indikator kualitas produk yaitu estetika memiliki nilai rata-rata terendah di banding dengan indikator kualitas produk lainnya.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas ruang lingkup penelitian dengan menggunakan metode penelitian yang berbeda atau melakukan penelitian dilokasi berbeda karena penelitian yang dilakukan saat ini mungkin belum dapat memberikan gambaran yang utuh tentang permasalahan.

21 DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi., (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- 26 Gaspersz, Vincent., (2014). *Total Quality Management*. Gramedia, Jakarta
- Ghozli, Imam., (2009). *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- 128 Idrus, M.,(2009). *Metode penelitian Ilmu Sosial*. PT. Gelora Aksara Pratama, Yogyakarta.
- Kotler, Philips.,(2013) *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen* Prehallindo, Jakarta.
- Kotler, Philips and Gary Armstrong., (2012) *Dasar - Dasar Pemasaran*, Jalih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Modal. Prehallindo, Jakarta.
- 151 Machfoedz, Mahmud.,(2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*, Cetakan Pertama, CakraIlmu, Yogyakarta.
- 28 Mawasari.,(2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat BeliUlang Konsumen Olahan Buah Carica Di Daerah Wonosobo*. Skripsi Program Studi Manajemen, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Mursid, M, Drs.,(2014). *Management Pemasaran*. Bumi Akara, Jakarta, 2
- Nasution, (2014). *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. Citra Adiya Bakti, Bandung.
- Nasution, S. L. (2014). *Manajemen Kualitas Produk*. Jakarta: Prenada Media Group. Halaman 123.
- 37 Putra, J. C., & Talumantak, R. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Kenangan Kota Kasablanka*. Jurnal Ilmiah Nasional, 4(3), 26-39
- Purnama, Nursana Bani.,(2015). *Manajemen Kualitas Perspektif Global*. Edisi Pertama Cet Pertama Ekonesia FE UII, Yogyakarta.
- Priyatno, Duwi.,(2011). *Buku Pintar Statistik Komputer*. Mediakom, Yogyakarta.

- ⁶² Sangadji, EM., *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal*
- Staton, Wiliam J., (2009). *Dasar-Dasar Manajemen*. Mandar Maju, Jakarta.
- Sugiyono., (2014). ¹ *Metode Penelitian Bisnis*, IKAPI, CV Alfabeta, Bandung,
- Sunyoto, Danang., (2011). *Metode Penelitian Bisnis. Alat Statistik & Analisis Output Komputer Untuk Mahasiswa dan Praktisi*. CAPS, Yogyakarta.
- ⁶³ Suroso., (2012) *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Handphone Nokia Di Sidoarjo*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
- ⁴ Supangkat, A. H., & Supriyatin, S. (2017). *Pengaruh citra merek, kualitas produk, harga terhadap keputusan pembelian tas di intako*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM), 6(9).
- Swastha, D, Basudan Irawan. (2011). ¹⁵⁷ *Manajemen Pemasaran Modern* Liberty
- ⁶⁵ Swastha, D, Basu dan Handoko, T Hani. (2011). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama, Cetakan Ketiga BPFE, Yogyakarta.
- Tjiptono Fandy., (2012). *Manajemen Jasa*. Andi, Yogyakarta.
- ¹⁹ Umar, Husein., (2008). *Riset Pemasaran*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- ¹⁰⁷ Wardan, i. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konumen Muslim Pada Jaizah Boutiquetlogosari Semarang*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

48
Lampiran 3

Uji Validitas

Correlations				
		X1.1	X1.2	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.698	.946
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	50	50	50
X1.2	Pearson Correlation	.698**	1	.892
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	50	50	50
X1	Pearson Correlation	.946**	.892**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	50	50	50

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.698	.563**	.804**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	50	50	50	50
X2.2	Pearson Correlation	.558**	1	.756**	.899
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	50	50	50	50
X2.3	Pearson Correlation	.563**	.756**	1	.895**
	Sig.	.000	.000		.000
	N	50	50	50	50
X2	Pearson Correlation	.804**	.899**	.895**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		
	N	50	50	50	50

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations				
		X3.1	X3.2	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.583	.470*
	Sig. (2-tailed)		.000	.001
	N	50	50	50
X3.2	Pearson Correlation	.583**	1	.561**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	50	50	50
X3.3	Pearson Correlation	.470**	.561**	1
	Sig.	.001	.000	
	N	50	50	50
X3	Pearson Correlation	.790*	.840*	.857**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	50	50	50

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		X1.1	X1.2	X1
X4.1	Pearson Correlation	1	.535	.911*
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	50	50	50
X4.2	Pearson Correlation	.535**	1	.835**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	50	50	50
X4	Pearson Correlation	.911*	.835**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	50	50	50

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

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

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3
X5.1	Pearson Correlation	1	.677	.138	.792**
	Sig. (2-tailed)		.000	.341	.000
	N	50	50	50	50
X5.2	Pearson Correlation	.677**	1	.396**	.887
	Sig. (2-tailed)	.000		.004	.000
	N	50	50	50	50
X5.3	Pearson Correlation	.138**	.396**	1	.649**
	Sig. (2-tailed)	.341	.004		.000
	N	50	50	50	50
X5	Pearson Correlation	.792**	.887**	.649**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50

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

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

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.475**	.429**	.350*	.515*	.766**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.013	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Y.2	Pearson Correlation	.475**	1	.580*	.436**	.389*	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.002	.005	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Y.3	Pearson Correlation	.429**	.580*	1	.476**	.203	.726*
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000	.005	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Y.4	Pearson Correlation	.350*	.436**	.476**	1	.339*	.696**
	Sig. (2-tailed)	.013	.002	.000		.016	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Y.5	Pearson Correlation	.515*	.389*	.203	.339*	1	.678**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.157	.016		.000
	N	50	50	50	50	50	50
Y	Pearson Correlation	.766**	.791**	.726*	.696**	.678**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50

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

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

Uji Realibilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.783	5

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.769	2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.835	3

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.760	3

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.678	2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.666	3

LAMPIRAN
OUTPUT SPSS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	5.334	1.343	3.457	.001
	Kinerja	.218	.216	1.010	.318
	Keandalan	.498	.200	2.491	.017
	Kesesuaian	.622	.214	2.904	.006
	Daya Tahan	-.073	.177	-.413	.682
	Estetika	.010	.212	.047	.963

a. Dependent Variable: Kualitas Produk

Sumber : Output SPSS 26.0 for Windows, 2025

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.916 ^a	.839	.821	74795	1.929

a. Predictors: (Constant), Kinerja, Keandalan, Kesesuaian, Daya Tahan, Estetika.

b. Dependent Variable: Kualitas Produk

Sumber : Output SPSS 26.0 for Windows, 2025

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	5.334	1.343	3.457	.001
	Kinerja	.218	.216	1.010	.318
	Keandalan	.498	.200	2.491	.017
	Kesesuaian	.622	.214	2.904	.006
	Daya Tahan	-.073	.177	-.413	.682
	Estetika	.010	.212	.047	.963

a. Dependent Variable: Kualitas Produk

Sumber : Output SPSS 26.0 for Windows, 2025

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	128.205	5	25.641	45.835	.000 ^b
	Residual	24.615	44	.559		
	Total	152.820	49			

a. Dependent Variable: Kualitas Produk

b. Predictors: (Constant), Kinerja, Keandalan, Kesesuaian, Daya Tahan, Estetika.

Sumber : Output SPSS 26.0 for Windows, 2025

Tabel r (Product Moment)

df	r0.05	df	r0.05	df	r0.05	df	r0.05
1	#NUM!	31	0.355	61	0.252	91	0.206
2	#NUM!	32	0.349	62	0.250	92	0.205
3	0.997	33	0.344	63	0.248	93	0.204
4	0.950	34	0.339	64	0.246	94	0.203
5	0.878	35	0.334	65	0.244	95	0.202
6	0.811	36	0.329	66	0.242	96	0.201
7	0.754	37	0.325	67	0.240	97	0.200
8	0.707	38	0.320	68	0.239	98	0.199
9	0.666	39	0.316	69	0.237	99	0.198
10	0.632	40	0.312	70	0.235	100	0.197
11	0.602	41	0.308	71	0.234	101	0.196
12	0.576	42	0.304	72	0.232	102	0.195
13	0.553	43	0.301	73	0.230	103	0.194
14	0.532	44	0.297	74	0.229	104	0.193
15	0.514	45	0.294	75	0.227	105	0.192
16	0.497	46	0.291	76	0.226	106	0.191
17	0.482	47	0.288	77	0.224	107	0.190
18	0.468	48	0.285	78	0.223	108	0.189
19	0.456	49	0.282	79	0.221	109	0.188
20	0.444	50	0.279	80	0.220	110	0.187
21	0.433	51	0.276	81	0.219	111	0.187
22	0.423	52	0.273	82	0.217	112	0.186
23	0.413	53	0.271	83	0.216	113	0.185
24	0.404	54	0.268	84	0.215	114	0.184
25	0.396	55	0.266	85	0.213	115	0.183
26	0.388	56	0.263	86	0.212	116	0.182
27	0.381	57	0.261	87	0.211	117	0.182
28	0.374	58	0.259	88	0.210	118	0.181
29	0.367	59	0.256	89	0.208	119	0.180
30	0.361	60	0.254	90	0.207	120	0.179

Tabel t (Level Signifikansi 5%)

df	t0.05	df	t0.05	df	t0.05	df	t0.05
1	#NUM!	31	2.045	61	2.001	91	1.987
2	#NUM!	32	2.042	62	2.000	92	1.987
3	12.706	33	2.040	63	2.000	93	1.986
4	4.303	34	2.037	64	1.999	94	1.986
5	3.182	35	2.035	65	1.998	95	1.986
6	2.776	36	2.032	66	1.998	96	1.986
7	2.571	37	2.030	67	1.997	97	1.985
8	2.447	38	2.028	68	1.997	98	1.985
9	2.365	39	2.026	69	1.996	99	1.985
10	2.306	40	2.024	70	1.995	100	1.984
11	2.262	41	2.023	71	1.995	101	1.984
12	2.228	42	2.021	72	1.994	102	1.984
13	2.201	43	2.020	73	1.994	103	1.984
14	2.179	44	2.018	74	1.993	104	1.983
15	2.160	45	2.017	75	1.993	105	1.983
16	2.145	46	2.015	76	1.993	106	1.983
17	2.131	47	2.014	77	1.992	107	1.983
18	2.120	48	2.013	78	1.992	108	1.983
19	2.110	49	2.012	79	1.991	109	1.982
20	2.101	50	2.011	80	1.991	110	1.982
21	2.093	51	2.010	81	1.990	111	1.982
22	2.086	52	2.009	82	1.990	112	1.982
23	2.080	53	2.008	83	1.990	113	1.982
24	2.074	54	2.007	84	1.989	114	1.981
25	2.069	55	2.006	85	1.989	115	1.981
26	2.064	56	2.005	86	1.989	116	1.981
27	2.060	57	2.004	87	1.988	117	1.981
28	2.056	58	2.003	88	1.988	118	1.981
29	2.052	59	2.002	89	1.988	119	1.980
30	2.048	60	2.002	90	1.987	120	1.980

Tabel F ($\alpha = 0,05$)

V1 = dk Penyebut	V2 = dk pembilang			
	1	2	3	4
1	161.45	199.50	215.71	224.58
2	18.51	19.00	19.16	19.25
3	10.13	9.55	9.28	9.12
4	7.71	6.94	6.59	6.39
5	6.61	5.79	5.41	5.19
6	5.99	5.14	4.76	4.53
7	5.59	4.74	4.35	4.12
8	5.32	4.46	4.07	3.84
9	5.12	4.26	3.86	3.63
10	4.96	4.10	3.71	3.48
11	4.84	3.98	3.59	3.36
12	4.75	3.89	3.49	3.26
13	4.67	3.81	3.41	3.18
14	4.60	3.74	3.34	3.11
15	4.54	3.68	3.29	3.06
16	4.49	3.63	3.24	3.01
17	4.45	3.59	3.20	2.96
18	4.41	3.55	3.16	2.93
19	4.38	3.52	3.13	2.90
20	4.35	3.49	3.10	2.87
21	4.32	3.47	3.07	2.84
22	4.30	3.44	3.05	2.82
23	4.28	3.42	3.03	2.80
24	4.26	3.40	3.01	2.78
25	4.24	3.39	2.99	2.76
26	4.23	3.37	2.98	2.74
27	4.21	3.35	2.96	2.73
28	4.20	3.34	2.95	2.71
29	4.18	3.33	2.93	2.70

30	4.17	3.32	2.92	2.69
31	4.16	3.30	2.91	2.68
32	4.15	3.29	2.90	2.67
33	4.14	3.28	2.89	2.66
34	4.13	3.28	2.88	2.65
35	4.12	3.27	2.87	2.64
36	4.11	3.26	2.87	2.63
37	4.11	3.25	2.86	2.63
38	4.10	3.24	2.85	2.62
39	4.09	3.24	2.85	2.61
40	4.08	3.23	2.84	2.61
41	4.08	3.23	2.83	2.60
42	4.07	3.22	2.83	2.59
43	4.07	3.21	2.82	2.59
44	4.06	3.21	2.82	2.58
45	4.06	3.20	2.81	2.58
46	4.05	3.20	2.81	2.57
47	4.05	3.20	2.80	2.57
48	4.04	3.19	2.80	2.57
49	4.04	3.19	2.79	2.56
50	4.03	3.18	2.79	2.56
51	4.03	3.18	2.79	2.55
52	4.03	3.18	2.78	2.55
53	4.02	3.17	2.78	2.55
54	4.02	3.17	2.78	2.54
55	4.02	3.16	2.77	2.54
56	4.01	3.16	2.77	2.54
57	4.01	3.16	2.77	2.53
58	4.01	3.16	2.76	2.53
59	4.00	3.15	2.76	2.53
60	4.00	3.15	2.76	2.53

61	4.00	3.15	2.76	2.52
62	4.00	3.15	2.75	2.52
63	3.99	3.14	2.75	2.52
64	3.99	3.14	2.75	2.52
65	3.99	3.14	2.75	2.51
66	3.99	3.14	2.74	2.51
67	3.98	3.13	2.74	2.51
68	3.98	3.13	2.74	2.51
69	3.98	3.13	2.74	2.50
70	3.98	3.13	2.74	2.50
71	3.98	3.13	2.73	2.50
72	3.97	3.12	2.73	2.50
73	3.97	3.12	2.73	2.50
74	3.97	3.12	2.73	2.50
75	3.97	3.12	2.73	2.49
76	3.97	3.12	2.72	2.49
77	3.97	3.12	2.72	2.49
78	3.96	3.11	2.72	2.49
79	3.96	3.11	2.72	2.49
80	3.96	3.11	2.72	2.49
81	3.96	3.11	2.72	2.48
82	3.96	3.11	2.72	2.48
83	3.96	3.11	2.71	2.48
84	3.95	3.11	2.71	2.48
85	3.95	3.10	2.71	2.48
86	3.95	3.10	2.71	2.48
87	3.95	3.10	2.71	2.48
88	3.95	3.10	2.71	2.48
89	3.95	3.10	2.71	2.47
90	3.95	3.10	2.71	2.47

91	3.95	3.10	2.70	2.47
92	3.94	3.10	2.70	2.47
93	3.94	3.09	2.70	2.47
94	3.94	3.09	2.70	2.47
95	3.94	3.09	2.70	2.47
96	3.94	3.09	2.70	2.47
97	3.94	3.09	2.70	2.47
98	3.94	3.09	2.70	2.46
99	3.94	3.09	2.70	2.46
100	3.94	3.09	2.70	2.46
101	3.94	3.09	2.69	2.46
102	3.93	3.09	2.69	2.46
103	3.93	3.08	2.69	2.46
104	3.93	3.08	2.69	2.46
105	3.93	3.08	2.69	2.46
106	3.93	3.08	2.69	2.46
107	3.93	3.08	2.69	2.46
108	3.93	3.08	2.69	2.46
109	3.93	3.08	2.69	2.45
110	3.93	3.08	2.69	2.45
111	3.93	3.08	2.69	2.45
112	3.93	3.08	2.69	2.45
113	3.93	3.08	2.68	2.45
114	3.92	3.08	2.68	2.45
115	3.92	3.08	2.68	2.45
116	3.92	3.07	2.68	2.45
117	3.92	3.07	2.68	2.45
118	3.92	3.07	2.68	2.45
119	3.92	3.07	2.68	2.45
120	3.92	3.07	2.68	2.45

ORIGINALITY REPORT

50%

SIMILARITY INDEX

46%

INTERNET SOURCES

28%

PUBLICATIONS

27%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	ejournal.unisi.ac.id Internet Source	5%
2	repository.unisi.ac.id Internet Source	3%
3	repository.unbari.ac.id Internet Source	2%
4	text-id.123dok.com Internet Source	1%
5	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
6	www.scribd.com Internet Source	1%
7	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
8	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	1%
9	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	1%
10	repository.usd.ac.id Internet Source	1%
11	Submitted to Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta Student Paper	1%
12	core.ac.uk Internet Source	1%

13	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1 %
14	fekbis.repository.unbin.ac.id Internet Source	1 %
15	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1 %
16	library.polmed.ac.id Internet Source	1 %
17	rumahskripsilengkap.blogspot.com Internet Source	1 %
18	Submitted to Universitas Respati Indonesia Student Paper	1 %
19	eprints.undip.ac.id Internet Source	1 %
20	Submitted to Universitas Sains Alquran Student Paper	1 %
21	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	1 %
22	repository.umsu.ac.id Internet Source	1 %
23	Rika Sylvia, Rizki Amalia Afriana, Masitah Putri Yanti. "PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN T-SHIRT MEREK GT MAN PADA KONSUMEN PT RICKY JAYA SAKTI BANJARMASIN", Dinamika Ekonomi: Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 2023 Publication	1 %
24	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1 %
25	www.poskerja.com Internet Source	1 %
26	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1 %

27	Submitted to Universitas Muhammadiyah Buton Student Paper	1 %
28	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	<1 %
29	anikmujiati493.blogspot.com Internet Source	<1 %
30	docplayer.info Internet Source	<1 %
31	Silvia Silvia, Sinta Westika Putri. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Access by KAI terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Api Pariaman Ekspres", YASIN, 2025 Publication	<1 %
32	id.123dok.com Internet Source	<1 %
33	eprints.upnyk.ac.id Internet Source	<1 %
34	Submitted to Konsorsium PTS Indonesia - Small Campus Student Paper	<1 %
35	Submitted to IAIN Purwokerto Student Paper	<1 %
36	Submitted to LPPM Student Paper	<1 %
37	Submitted to Universitas Wiraraja Student Paper	<1 %
38	jp.feb.unsoed.ac.id Internet Source	<1 %
39	issuu.com Internet Source	<1 %
40	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1 %

41	DINI ELIDA PUTRI. "PENGARUH PERCEIVED SERVICE TERHADAP CITRA MUSEUM NEGERI JAMBI", Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan, 2016 Publication	<1 %
42	carilow.blogspot.com Internet Source	<1 %
43	eprints.umpo.ac.id Internet Source	<1 %
44	repository.eka-prasetya.ac.id Internet Source	<1 %
45	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	<1 %
46	id.scribd.com Internet Source	<1 %
47	www.ejournal.unisi.ac.id Internet Source	<1 %
48	repository.unej.ac.id Internet Source	<1 %
49	ekonomis.unbari.ac.id Internet Source	<1 %
50	moam.info Internet Source	<1 %
51	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	<1 %
52	Submitted to Universitas PGRI Palembang Student Paper	<1 %
53	docobook.com Internet Source	<1 %
54	repository.unhas.ac.id Internet Source	<1 %

55

Internet Source

<1 %

56

Rakhmia Nalibratawati, Herni Suryani, Hendri Maulana, Evie Farida Juliarta, Siti Risa Rosdiyana. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Lipstik Pixy (Survey Pada Toko Elsa Kosmetik)", JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi), 2024

Publication

<1 %

57

repository.uinjkt.ac.id

Internet Source

<1 %

58

www.contohmakalah.net

Internet Source

<1 %

59

repository.untidar.ac.id

Internet Source

<1 %

60

Meilisa Syelviani. "Pengaruh Deskripsi Pekerjaan terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil pada Kantor Camat Tembilahan", Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING), 2017

Publication

<1 %

61

docslib.org

Internet Source

<1 %

62

idr.uin-antasari.ac.id

Internet Source

<1 %

63

Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia

Student Paper

<1 %

64

Nana Diana, Ekawaty Novian. "Penerbitan Sukuk Mudharab, Capital Adequacy Ratio (CAR) dan Profitabilitas", Jurnal Akuntansi Kajian Ilmiah Akuntansi (JAK), 2020

Publication

<1 %

65	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	<1 %
66	www.researchgate.net Internet Source	<1 %
67	Submitted to Universitas Terbuka Student Paper	<1 %
68	www.pekerjadata.com Internet Source	<1 %
69	Submitted to LL DIKTI IX Turnitin Consortium Part V Student Paper	<1 %
70	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<1 %
71	es.scribd.com Internet Source	<1 %
72	www.newsloker.com Internet Source	<1 %
73	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1 %
74	johannessimatupang.wordpress.com Internet Source	<1 %
75	adoc.pub Internet Source	<1 %
76	repositori.uma.ac.id Internet Source	<1 %
77	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1 %
78	Submitted to IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung Student Paper	<1 %
79	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	<1 %

80	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	<1 %
81	etheses.iainkediri.ac.id Internet Source	<1 %
82	etheses.iainpekalongan.ac.id Internet Source	<1 %
83	Submitted to Universitas Islam Malang Student Paper	<1 %
84	123dok.com Internet Source	<1 %
85	Ahmad Fauzan, Abdul Rohman. "PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI SEPEDA MOTOR KAWASAKI", Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen, 2020 Publication	<1 %
86	Diki Okta Dwinasa, Febsri Susanti. "Self-Efficacy, Pelatihan, dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Perawat RSUD Tapan", ARZUSIN, 2025 Publication	<1 %
87	Shufia Alawiyah, Mochammad Mukti Ali. "Pengaruh Live Streaming dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen pada Aplikasi TikTokShop", Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM, 2024 Publication	<1 %
88	Submitted to Udayana University Student Paper	<1 %
89	Submitted to msu Student Paper	<1 %
90	Paulus MM. "PEMASARAN PRODUK", FOKUS : Publikasi Ilmiah untuk Mahasiswa, Staf	<1 %

-
- 91 Yayah Robiatul Adhawiyah, Mochammad Isa Anshori. "PERAN PEMASARAN MEDIA SOSIAL DALAM MENCIPTAKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KESADARAN MEREK (Studi pada Instagram Clothing Line Bangjo)", Aplikasi Administrasi: Media Analisa Masalah Administrasi, 2019

<1 %

Publication

-
- 92 es.slideshare.net

Internet Source

<1 %

-
- 93 ojs.ekonomi-unkris.ac.id

Internet Source

<1 %

-
- 94 Ivan Nouvali Bay Haqi Bay Haqi, Suprihatin Ali. "ANALISIS MINAT BELI DI E-COMMERCE PADA MAHASISWA DITINJAU DARI KUALITAS PRODUK, PRICE CONSCIOUSNESS, DAN CUSTOMER REVIEW", Jurnal Perspektif Bisnis, 2024

<1 %

Publication

-
- 95 M Najib, Sandy Kurniadi, Iri Hamzah. "Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Yasni Bungo", ISTIKHLAF: Jurnal Ekonomi, Perbankan dan Manajemen Syariah, 2024

<1 %

Publication

-
- 96 Muhammad Naufal Majid, Joumil Aidil Saifuddin. "Analisis pengaruh kualitas bahan baku dan proses produksi terhadap kualitas produk pada PT. Berkah Anugerah Inti Semesta", Jurnal Teknik Industri Terintegrasi, 2025

<1 %

-
- 97 Lilis Putri Anggraeni, Chandra Hendriyani.
Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis (JSAB),
2021
Publication <1 %
-
- 98 Submitted to Sultan Agung Islamic University
Student Paper <1 %
-
- 99 Submitted to UIN Sunan Ampel Surabaya
Student Paper <1 %
-
- 100 repository.unair.ac.id
Internet Source <1 %
-
- 101 Karolina Dahay. "FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KETERLAMBATAN LAPORAN
PERTANGGUNGJAWABAN TERHADAP
KUALITAS LKPD", KEUDA (Jurnal Kajian
Ekonomi dan Keuangan Daerah), 2020
Publication <1 %
-
- 102 Submitted to Perguruan Tinggi Pelita Bangsa
Student Paper <1 %
-
- 103 Thiara Anjelia Sukma, Agus Dedi Subagja.
"PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP
MINAT BELI TEH CELUP WALINI SUBANG
(Studi Kasus: PT.Perkebunan Nusantara VIII
Ciater)", The World of Business
Administration Journal, 2022
Publication <1 %
-
- 104 repository.nobel.ac.id
Internet Source <1 %
-
- 105 Submitted to stie-pembangunan
Student Paper <1 %
-
- 106 Submitted to Federal University of Technology
Student Paper <1 %
-
- 107 Submitted to General Sir John Kotelawala
Defence University <1 %

-
- 108 Dharnita Chandra, Puspa Rini, Sattar, Dharlinda Suri, Sengguruh Nilowardono. "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berbelanja Online", Jurnal EMT KITA, 2025
Publication <1 %
-
- 109 Shelfi Wulandari, Meilin Veronica, Emilda Emilda. "Pengaruh Insentif dan Punishment terhadap Kinerja Driver Grab Bike Kota Palembang", Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM, 2024
Publication <1 %
-
- 110 Submitted to Universitas Jambi
Student Paper <1 %
-
- 111 Submitted to Universitas Jember
Student Paper <1 %
-
- 112 Submitted to Universitas Mulawarman
Student Paper <1 %
-
- 113 Evilia Tristiyanti, Suardi Suardi, Syamsul Bachri Daeng Parani. "PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN PRODUK TUPPERWARE DI KOTA PALU", Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT), 2015
Publication <1 %
-
- 114 konsultasiskripsi.com
Internet Source <1 %
-
- 115 repository.ummat.ac.id
Internet Source <1 %
-
- 116 media.neliti.com
Internet Source <1 %
-
- 117 repository.bakrie.ac.id
Internet Source <1 %
-

118	repository.uinjambi.ac.id Internet Source	<1 %
119	repository.widyatama.ac.id Internet Source	<1 %
120	M. Fuad Hadziq, Nina Ismiyanti. "NON-MUSLIM PERCEPTION OF ISLAMIC BANK: IS RELIGIOSITY MORE IMPORTANT THAN LOCATION, PROMOTION, & PRODUCTS", Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business), 2022 Publication	<1 %
121	ejurnal.esaunggul.ac.id Internet Source	<1 %
122	eskripsi.usm.ac.id Internet Source	<1 %
123	etheses.uinmataram.ac.id Internet Source	<1 %
124	repository.stiatabalong.ac.id Internet Source	<1 %
125	Ifa Datul Mustafidah, Prim Masrokan Mutohar, Ahmad Tanzeh. "Prestasi Belajar Siswa di Era Covid 19: Analisis Pelaksanaan Pembelajaran Daring, Motivasi Belajar dan Lingkungan Belajar di Madrasah Ibtidaiyah", EDUKATIF : JURNAL ILMU PENDIDIKAN, 2021 Publication	<1 %
126	Retno Sari, Berkhat Agung Pohwain. "ANALISA KEPUASAN PENGGUNA TERHADAP KUALITAS WEBSITE SD XAVERIUS C AMBON DENGAN MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0", Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE), 2024 Publication	<1 %

127 Salasiah Dan Eli Ampung. "PENGARUH KOMPETENSI APARATUR PEMERINTAH TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PUBLIK PADA KANTOR KECAMATAN SANGATTA SELATAN KABUPATEN KUTAI TIMUR", DEDIKASI, 2020

Publication

<1 %

128 Submitted to Universitas Islam Riau

Student Paper

<1 %

129 e-campus.iainbukittinggi.ac.id

Internet Source

<1 %

130 hes-gotappointment-newspaper.icu

Internet Source

<1 %

131 www.sarihusada.co.id

Internet Source

<1 %

132 Diniati Awaliyah, Nurmina Nurmina. "Hubungan antara Pathological Gambling dengan Perilaku Merokok pada Dewasa Awal di Kota Padang", TSAQOFAH, 2025

Publication

<1 %

133 Dinti Gircela, Lela Nurlaela Wati. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Citra Merk Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen", Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen, 2020

Publication

<1 %

134 ROCHMAT HIDAYAT HARIYONO. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN (STUDI PADA LAPANGAN FUTSAL HIDAYAT FUTSAL SQUARE)", MANAJERIAL, 2018

Publication

<1 %

135 Submitted to STIE PGRI Dewantara Jombang

Student Paper

<1 %

136	Submitted to Universitas Muhammadiyah Tangerang Student Paper	<1 %
137	Zakarias Talpatty, William George Louhenapessy, Geradin Rehatta. "Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Berulang Air Minum di Depot 3 Putri Kelurahan Waihoka", Jurnal Pendidikan Geografi Unpatti, 2025 Publication	<1 %
138	download.garuda.ristekdikti.go.id Internet Source	<1 %
139	hobiternak.com Internet Source	<1 %
140	repository.stienobel-indonesia.ac.id Internet Source	<1 %
141	repository.uinsu.ac.id Internet Source	<1 %
142	www.cnbcindonesia.com Internet Source	<1 %
143	Dwi Citra Nurani, Nasrullah Nasrullah, Abdul Khaliq. "PENGARUH PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI KEUANGAN TERHADAP MANAJEMEN BIAYA PADA BADAN PENDAPATAN DAERAH KABUPATEN PANGKEP", Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2025 Publication	<1 %
144	Submitted to Fakultas ISIP Student Paper	<1 %
145	Hendri Herman, Vargo Christian L. Tobing. "Peran Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen dalam Penggunaan Gas PGN Pada	<1 %

-
- 146 Nurul Rabitha, Umar Hamdan Nasution, Rani Rahim. "PENGARUH PROSES PRODUKSI DAN PENGENDALIAN MUTU TERHADAP KUALITAS PRODUK PADA PT. MEDAN TROPICAL CANNING & FROZEN INDUSTRIES DI MEDAN", Bisnis-Net Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 2025

Publication

-
- 147 e-journal.uajy.ac.id <1 %

Internet Source

-
- 148 eprints.umk.ac.id <1 %

Internet Source

-
- 149 jurnal.utb.ac.id <1 %

Internet Source

-
- 150 lib.unnes.ac.id <1 %

Internet Source

-
- 151 pt.scribd.com <1 %

Internet Source

-
- 152 repositori.usu.ac.id <1 %

Internet Source

-
- 153 repository.unwim.ac.id <1 %

Internet Source

-
- 154 www.funkoters.com <1 %

Internet Source

-
- 155 Cicilia Ayu Wulandari Nuwa, Imelda Virgula Wisang, Yoseph Darius Purnama Ranga, Vinsensius Ama Muda, Viktor Eko Transilvanus. "Kinerja Kerja Pegawai Ditinjau dari Aspek Kompetensi dan Disiplin Kerja di Dinas Pendidikan Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sikka", Journal Of Administration

and Educational Management (ALIGNMENT),
2020

Publication

-
- 156 Syamsudin Syamsudin, Khusnik Hudzafidah, Tatik Amani. "PENGARUH SKEPTISME DAN INDEPENDENSI TERHADAP KUALITAS AUDIT PADA KANTOR INSPEKTORAT KABUPATEN PROBOLINGGO", JUMAD : Journal Management, Accounting, & Digital Business, 2023

Publication

-
- 157 Isman Isman, Jaya Laksana. "PENGARUH DESAIN PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Sepeda Motor Matic Yamaha FinoKecamatan Rimbo Bujang Kabupaten Tebo)", Jurnal Manajemen Sains, 2021

Publication

-
- 158 Nadia Putri Permata Ray Bimaria, Murie P. Kulu, Peridawaty Peridawaty. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sendy's Swalayan Palangka Raya", Jurnal Manajemen Sains dan Organisasi, 2020

Publication

-
- 159 Onny Purnama Yudhia, Subaderi Subaderi. "ANALISIS RASIO KEUANGAN TERHADAP PRICE EARNING RATIO PADA PERUSAHAAN PROPERTY DI BEI", MATRIK, 2019

Publication

-
- 160 Putri Tania, Iswahyudi, Boy Riza Juanda,, Sutarni, Abdul Azis. "KORELASI RADIASI DAN LAMA PENYINARAN MATAHARI TERHADAP PERTUMBUHAN DAN PRODUKSI TANAMAN SORGUM (*Sorghum bicolor* L. Moench)",

-
- 161 Syofian Syofian. "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. PELINDO II CABANG BENGKULU.", Creative Research Management Journal, 2018 <1 %
- Publication
-

- 162 id.wikipedia.org <1 %
- Internet Source
-

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off