

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,
PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN BERDAMPAK PADA PENJUALAN PADA
PERCETAKAN DI KECAMATAN PANAI HULU**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program
Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Labuhanbatu**



OLEH

MUHAMMAD ZAIRI MUKTI

NPM. 2001300199

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LABUHANBATU
RANTAUPRAPAT**

2024

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : MUHAMMAD ZAIRI MUKTI
NPM : 2001300199
PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BERDAMPAK PADA PENJUALAN PADA PERCETAKAN DI KECAMATAN PANAI HULU.

RANTAUPRAPAT, Mei 2024

DISETUJUI:

PEMBIMBING UTAMA



YUDI PRAYOGA, SE, M.Si
NIDN.0128109301

PEMBIMBING PENDAMPING



FADZIL HANAFI ASNORA, S.Ikom, MM
NIDN.0120099103

MENYETUJUI:

DEKAN



PRISTYONO, SE, M.Si
NIDN.0116118301

KAPRODI MANAJEMEN



ABD HALIM, SE, M.Si
NIDN.1126128901

LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL SKRIPSI

NAMA : **MUHAMMAD ZAIRI MUKTI**
NPM : **2001300199**
PROGRAM STUDI : **S-1 MANAJEMEN**
JUDUL SKRIPSI : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BERDAMPAK PADA PENJUALAN PADA PERCETAKAN DI KECAMATAN PANAI HULU**

Dengan ini penulis menyatakan bahwa penelitian ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu adalah hasil karya tulis penulis sendiri dan sepanjang pengetahuan penulis, hasil karya tulis ini tidak berisi karya orang lain atau plagiat yang telah dipublikasikan, kecuali bagian-bagian yang diambil sebagai referensi atau kutipan dan telah dicantumkan sumbernya, serta ditulis mengikuti aturan penulisan karya ilmiah yang lazim. Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan apabila ternyata terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis dan penulis bersedia menerima aturan hukum sesuai dengan aturan yang berlaku.

Sei Jawi-Jawi, Mei 2024

Yang Menyatakan



MUHAMMAD ZAIRI MUKTI

NPM : 2001300199

ABSTRAK

Muhammad zairi mukti. Npm, 2001300199, PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BERDAMPAK PADA PENJUALAN PADA PERCETAKAN DI KECAMATAN PANAI HULU, 2024. Skripsi.

Tujuan penelitian ini untuk memaparkan pengaruh pelayanan, promosi, dan harga terhadap kepuasan pelanggan yang bertransaksi di percetakan di wilayah kecamatan panai hulu. Sebagian besar konsumen yang bertransaksi adalah masyarakat yang berkecimpug di bidang jasa. Peneliti mengambil dua sampel penelitian di kecamatan panai hulu, yaitu percetakan Graha computer dan Pak Raja komputer. Peneliti ini menggunakan metode kuantitatif dengan mengambil sampel, membagikan kuisioner, dan teknik wawancara, serta juga dengan observasi lapangan. Dengan penelitian tersebut, hasil menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara harga dengan kepuasan pelanggan. Akan tetapi, terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Terdapat juga pengaruh antara promosi terhadap kepuasan pelanggan, dan terdapat pula pengaruh antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan.

Kata kunci : kualitas produk, kualitas pelayanan, promosi, harga, kepuasan pelanggan, penjualan.

ABSTRACT

MUHAMMAD ZAIRI MUKTI. Npm.2001300199.The influence of products quality, promotion and price on customers satisfaction has an impact on sales at printing in Panai Hulu sub-district ,2024.Thesis

The aim of this research is to explain the influence of service, promotion and price on customer satisfaction with printing transaction in the Panai Hulu sub-district area. Most of the customers who make transactions are people involved in the service sectors. The researchers took two research samples in Panai Hulu sub-district, namely Graha computer printing and Pak raja komputer. This research uses quantitative methods by taking samples, distributing questionnaires. And interview techniques, as well as field observations. With the research, the results show that there is no influence between product quality and customer satisfaction, there is no significant influence between price and customer satisfaction. However, there is an influence between service quality and customer satisfaction. There is also an influence between promotions on customer satisfaction and there is also an influence between customer satisfaction and customer loyalty .

Keywords : *product quality, promotion, prices, customer satisfaction, sales.*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah menganugerahkan rahmat, berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BERDAMPAK PADA PENJUALAN PADA PERCETAKAN DI KECAMATAN PANAI HULU ”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sains Biologi di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Labuhanbatu.

Ucapan terimakasih yang utama saya berikan kepada kedua orang tua ,kakak dan adik saya, serta keluarga besar yang selalu memberi do'a, nasihat, masukan, serta dukungan baik moril maupun materil kepada penulis selama masa perkuliahan di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Labuhanbatu. Serta tidak lupa saya ucapkan terimakasih kepada kedua pembimbing saya Bapak Yudi Prayoga,SE,M.Si sebagai Dosen Pembimbing I dan Bapak Fadzil Hanafi Asnora ,S.Ikom,MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan dan masukan selama melaksanakan pengerjaan tugas akhir ini serta kesediaan waktunya untuk berdiskusi.

Penulis juga menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Ade Parlaungan Nasution, SE,M.Si.Ph.D selaku Rektor Universitas Labuhanbatu.
2. Pristiyono, SE,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Labuhanbatu.
3. Bapak Abd Halim, SE,M.Si sebagai Ketua kaprodi Manajemen, Universitas Labuhanbatu.
4. Ibu Mulya Rafika,SE,M.Si selaku Pembimbing Akademik yang telah membimbing dan mengarahkan selama perkuliahan.
5. Bapak Drs.Zufrie,MM, Zulkarnain Nasution S.E,M.Si, Suratno SE,M.Si, Rahmad M.H, Drs.Daslan Simanjuntak, M.Si, Ibu Kurnia Tika Sari,SE,M.Si , Zeyina Hayati,MM dan Ibuk Rodiah,M.Pd selaku Dosen Pembahas yang telah memberi saran dan masukan dalam penyelesaian mata kuliah dan tugas akhir ini. Universitas Labuhanbatu
6. Seluruh Dosen dan Staf Karyawan Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Labuhanbatu.
7. Para analis Penguji Terpadu, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Labuhanbatu.
8. Rekan-rekan sejawat angkatan 2024 Mahasiswa/i , Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Fakultas Hukum dan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Labuhanbatu.
9. Dan semua pihak yang turut membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini. Semoga Allah membalas segala amal kebaikan yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini dan akhir kata penulis berharap -

Skripsi ini dapat bermanfaat baik bagi civitas akademika maupun masyarakat.

Rantauprapat, Mei 2024



Muhammad Zairi Mukti
Npm: 2001300199

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN/PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN NASKAH SKRIPSI	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan dan Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Penelitian Terdahulu	8
B. Landasan Teori	9
C. Kerangka Berfikir	24
D. Hipotesis Penelitian.....	24

BAB III. METODE PENELITIAN	26
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	26
1. Lokasi Penelitian	26
2. Waktu Penelitian	26
B. Populasi dan Sampel Penelitian	26
1. Populasi	26
2. Sampel	27
C. Metode pengumpulan data.....	29
D. Sumber Data	30
E. Defenisi operasional	30
F. Analisis statistik data.....	33
1. Analisis auter model	33
2. Analisis inner model	33
3. Pengjian Hipotesis.....	34
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
A. Hasil Penelitian	35
1. Profil dan sejarah perusahaan UD. Graha computer.....	35
2. Profil dan sejarah perusahaan UD. Pak Raja jaya computer..	36
3. Strutur organisasi.....	37
4. Hasil deskriptif responden.....	38
5. Hasil Analisis deskriptif variabel penelitian	43
6. Instrumen penelitian	50
B. Pembahasan.....	66
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	71

A. Kesimpulan.....	71
B. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN KUESIONER.....	77
LAMPIRAN TABULASI PENELITIAN	80

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Jadwal Penelitian

No	Kegiatan Penelitian	Nov 2023	Des 2023	Jan 2024	Feb 2024	Mar 2024	Apr 2024
1	Pengajuan Judul						
2	Penyusunan Proposal						
3	Observasi Lapangan						
4	Penyebaran Kuesioner						
5	Analisis dan Pengolahan Data						
6	Penyusunan Laporan						

Sumber : Peneliti (2023)

Tabel. 3.2 Skala Pengukuran Likert

No	Pernyataan	Bobot
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Kurang Setuju	2
5	Tidak Setuju	1

Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Promosi, harga, kepausan Pelanggan dan Tingkat Penjualan.

Variabel	Pengertian Variabel	Indikator Variabel	Skala
Kualitas Produk (X1)	Totalitas fitur yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk tertentu menurut yang di isyaratkan dari segi kebutuhan pelanggan Kotler (2016:97)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mutu 2. Kesesuaian 3. Tahan lama 4. Tahan uji 5. Kemudahan Perbaikan 	Likert
Kualitas Pelayanan (X2)	Kualitas Pelayanan merupakan tujuan utama bagi suatu perusahaan dalam menghasilkan kepuasan pelanggan dan untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai berdasarkan yang diharapkan pelanggan Wibowo, (2019)	<ol style="list-style-type: none"> 1. tangible (berwujud), 2. reliabelity (kehandalan), 3. responsiviness (ketanggapan), 4. assurance (jaminan), 5. emphaty (empati) 	Likert
Promosi (X3)	Komunikasi pemasaran dimana, perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Periklanan di media elektronik 2. Periklanan di media cetak 3. Promosi penjualan dengan pemberian hadiah 	Likert

	Sunyoto (2012:23)		
Harga (X4)	Pembebanan biaya yang pada serangkaian aktivitas untuk kemudian dibebankan pada produk. Hansen dan Mowen,(2018:55)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga terjangkau (sesuai kemampuan) 2. Harga sesuai kualitas produk 3. Harga lebih ekonomis 4. Harga sesuai dengan manfaat produk 	Lokert
Kepuasan Pelanggan (Y)	Tingkat kepuasan yaitu fungsi dari perbedaan antara kinerja yang di rasakan dengan sesuatu yang telah di harapkan. Ratnasari dan Aksa (2011:117-118)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas Produk 2. Kualitas pelayanan 3. Emosional 4. Harga 	Likert
Tingkat Penjualan (Z)	besarnya unit produk yang dijual yang dinyatakan dalam jumlah unit yang harus dicapai dalam penjualan produk Sumarwan, (2011)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencapaian volume penjualan 2. Mendapatkan laba. 3. Menunjang pertumbuhan perusahaan. 	Likert

Sumber : Data Olahan Peneliti

Tabel 4.1 Tingkat Pengembalian Kuisisioner

Jumlah kuisisioner yang disebar	100
Jumlah kuisisioner yang kembali	100

Tingkat Pengembalian kuisioner yang dapat digunakan	100%
---	------

Sumber :Data primer diolah 2024

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	45	45,0
Perempuan	55	55,0
Jumlah	100	100

Sumber : Data penelitian yang diolah SPSS 21

Tabel 4.3 Karekteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur Responden	Jumlah	Persentase (%)
18 – 20 Tahun	13	13,0
21 – 30 Tahun	53	53,0
31 – 40 tahun	24	24,0
41- 50 tahun	10	10,0
Jumlah	100	100

Sumber : Data penelitian yang diolah SPSS 21

Tabel 4.4 Karekteristik Responden Berdasarkan Status

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Mahasiswa	25	25,0
Karyawan Swasta	29	29,0
PNS/Polri/TNI	18	18,0
Wiraswasta	14	14,0
Guru	11	11,0
Lainnya	3	3,00
Jumlah	100	100

Sumber : Data penelitian yang diolah SPSS 21

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Upah/Gaji

Lama nya berlangganan	Jumlah	Persentase (%)
< Rp 500.00	12	12,0
Rp 1000.000 – Rp 2.500.000	32	32,0

Rp.2.501.000 – Rp 4.000.000	21	21,0
>Rp 4.001.0000	35	35,0
Jumlah	100	100

Sumber : Data penelitian yang diolah SPSS 21

Tabel 4.6 Jawaban Responden Atas Kuisisioner Kualitas Produk (X1)

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS	JLH
1	Percetakan menawarkan variasi desain yang Beragam	25	64	11	0	0	100
		25%	64%	11%	0%	0%	100 %
2	Desain yang ditawarkan selalu menampilkan model terbaru	22	57	21	0	0	100
		22%	57%	21%	0%	0%	100%
3	Desain percetakan selalu mengikuti tren terkini	17	57	23	3	0	100
		17%	57%	23%	3%	0%	100%
4.	Saya meyakini percetakan memiliki tingkat kenyamanan dan keamanan yang terjamin	23	60	17	0	0	100
		23%	60%	17%	0%	0%	100%

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2024

Tabel 4.7 Jawaban Responden Atas Kuisisioner Kualitas pelayanan (X2)

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS	JLH
1	Karyawan Percetakan memberikan layanan sesuai waktu	23	65	11	1	0	100
		23%	65%	11%	1%	0	100%
2	Karyawan Percetakan bersedia menanggapi keluhan pelanggan	26	54	19	1	0	100
		26%	54%	19%	1%	0	100%
3	Pelanggan merasa aman saat melakukan transaksi di Percetakan	16	67	15	2	0	100
		16%	67%	15%	2%	0	100%
4	Terdapat jam operasional yang nyaman bagi para pelanggan	27	61	12	0	0	100
		27%	61%	12%	0%	0	100%

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2024

Tabel 4.8 Jawaban Responden Atas Kuisisioner Promosi (X3)

NO	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS	JLH
1	Percetakan melakukan promosi di media elektronik maupun cetak dengan inovatif	16	58	20	3	3	100
		16 %	58 %	20 %	3%	3%	100%
2	Percetakan selalu memberikan diskon, kupon atau potongan harga	23	65	12	0	0	100
		23 %	65 %	12 %	0%	0	100%
3	Tema-tema promosi sesuai dengan isu terkini	6	51	38	4	1	100
		6%	51 %	38 %	4%	1%	100%
4	Tema-tema promosi mendorong pembelian	11	64	21	2	2	100
		11 %	64 %	21 %	2%	2%	100%

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2024

Tabel 4.9 Jawaban Responden Atas Kuisisioner Harga (X4)

NO	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS	JLH
1	Harga sesuai kinerja produk	16	58	20	3	3	100
		16 %	58 %	20 %	3%	3%	100%
2	Harga kompetitif dibandingkan pesaing	23	65	12	0	0	100
		23 %	65 %	12 %	0%	0	100%
3	Strategi harga yang ditetapkan menarik untuk membeli	6	51	38	4	1	100
		6%	51 %	38 %	4%	1%	100%
4	Percetakan menawarkan harga yang sesuai dengan manfaat produknya	11	64	21	2	2	100
		11 %	64 %	21 %	2%	2%	100%

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2024

Tabel 4.10 Jawaban Responden Atas Kuisisioner Kepuasan Pelanggan (Y)

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS	JLH
1	Produk yang dipilih sesuai dengan yang diharapkan konsumen, sehingga kenyamanan dan kepuasan konsumen	12	58	25	3	2	100
		12 %	58 %	25 %	3%	2%	100 %
2	Minat konsumen untuk berkunjung kembali	11	74	15	0	0	100
		11	74	15	0%	0%	100

		%	%	%			%
3	ualitas pelayanan dan kualitas produk telah sesuai dengan harapan konsumen	33	58	8	1	0	100
		33%	58%	8%	1%	0%	100%
4	Konsumen memberikan rekomendasi kepada orang lain	25	62	12	1	0	100
		25%	62%	12%	1,0%	0%	100%

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2024

Tabel 4.11 Jawaban Responden Atas Kuisiner Tingkat Penjualan (Z)

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS	JLH
1	Percetakan selalu mencapai peningkatan penjualan	12	58	25	3	2	100
		12%	58%	25%	3%	2%	100%
2	Percetakan menyelesaikan tugas harus meningkatkan volume penjualan	11	74	15	0	0	100
		11%	74%	15%	0%	0%	100%
3	Percetakan dapat terlibat aktif dalam bekerja untuk mendapatkan laba	33	58	8	1	0	100
		33%	58%	8%	1%	0%	100%
4	Penunjangan pertumbuhan perusahaan adalah salah satu faktor modal perusahaan	25	62	12	1	0	100
		25%	62%	12%	1,0%	0%	100%

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2024

Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	r-Tabel	Keterangan
X1.1	11.9500	2.896	.407	0.1654	Valid
X1.2	12.0900	2.285	.699	0.1654	Valid
X1.3	12.2200	2.375	.556	0.1654	Valid
X1.4	12.0400	2.382	.680	0.1654	Valid

Sumber : Data primer yang diolah

Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	r-Tabel	Keterangan
X2.1	11.9200	2.458	.643	0.1654	Valid
X2.2	12.2600	2.376	.652	0.1654	Valid
X2.3	12.1300	2.498	.793	0.1654	Valid
X2.4	12.0200	2.545	.688	0.1654	Valid

Sumber : Data primer yang diolah

Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X3)

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	r-Tabel	Keterangan
X3.1	12.3100	2.135	.540	0.1654	Valid
X3.2	12.3800	2.117	.569	0.1654	Valid
X3.3	12.3500	2.048	.586	0.1654	Valid
X3.4	12.3700	2.155	.559	0.1654	Valid

Sumber : Data primer yang diolah

Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X4)

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	r-Tabel	Keterangan
X4.1	12.3500	1.503	.601	0.1654	Valid
X4.2	12.4400	1.421	.669	0.1654	Valid
X4.3	12.4600	1.766	.557	0.1654	Valid
X4.4	12.5200	1.808	.397	0.1654	Valid

Sumber : Data primer yang diolah

Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	r-Tabel	Keterangan
Y.1	12.0700	2.308	.571	0.1654	Valid
Y.2	11.9200	2.236	.656	0.1654	Valid
Y.3	12.1200	2.248	.603	0.1654	Valid
Y.4	12.0400	2.261	.588	0.1654	Valid

Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Variabel Penjualan (Z)

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	r-Tabel	Keterangan
Z.1	11.9200	2.337	.570	0.1654	Valid
Z.2	11.7800	2.355	.612	0.1654	Valid
Z.3	11.5800	3.256	.448	0.1654	Valid
Z.4	11.3700	2.801	.441	0.1654	Valid

Sumber : Data primer yang diolah

Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	r alpha	r kritis	Kriteria
1	Kualitas Produk	0.777	0.600	Reliabel
2	Kualitas pelayanan	0.849	0.600	Reliabel
3	Promosi	0.764	0.600	Reliabel
4	Harga	0.754	0.600	Reliabel
5	Kepuasan Pelanggan	0.794	0.600	Reliabel
6	Penjualan	0.721	0.600	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah

Tabel 4.17 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.44363944
Most Extreme Differences	Absolute	.101
	Positive	.101
	Negative	-.075
Kolmogorov-Smirnov Z		1.009
Asymp. Sig. (2-tailed)		.260
a. Test distribution is Normal.		

Tabel 4.18 Rekapitulasi Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.400	2.344			
	Kualitas produk	.035	.094	.037	.607	1.647
	Kualitas pelayanan	.041	.090	.044	.656	1.523
	Promosi	.208	.107	.201	.560	1.787
	harga	-.044	.121	-.037	.569	1.758
	Penjualan	.560	.075	.603	.892	1.122

a. Dependent Variable: Y

Tabel 4.19 Hasil Analisis Direct Effects

Percetakan	Y → X1	Y→X2	Y→X3	Y→X4	Y→Z
UD. Graha Komputer	0.178	0.060	0.390	-0.285	0.628
UD. Pak Raja Komputer	-0.100	0.198	0.019	-0.111	0.656

Sumber: Lampiran output Smart PLS

Tabel 4.19 Hasil Analisis Indirect Effects

Percetakan	X1→Y→Z	X2→Y→Z	X3→Y→Z	X4→Y→Z
UD. Graha Komputer	-0.065	0.130	0.012	-0.072
UD. Pak Raja Komputer	0.031	-0.037	0.390	-0.189

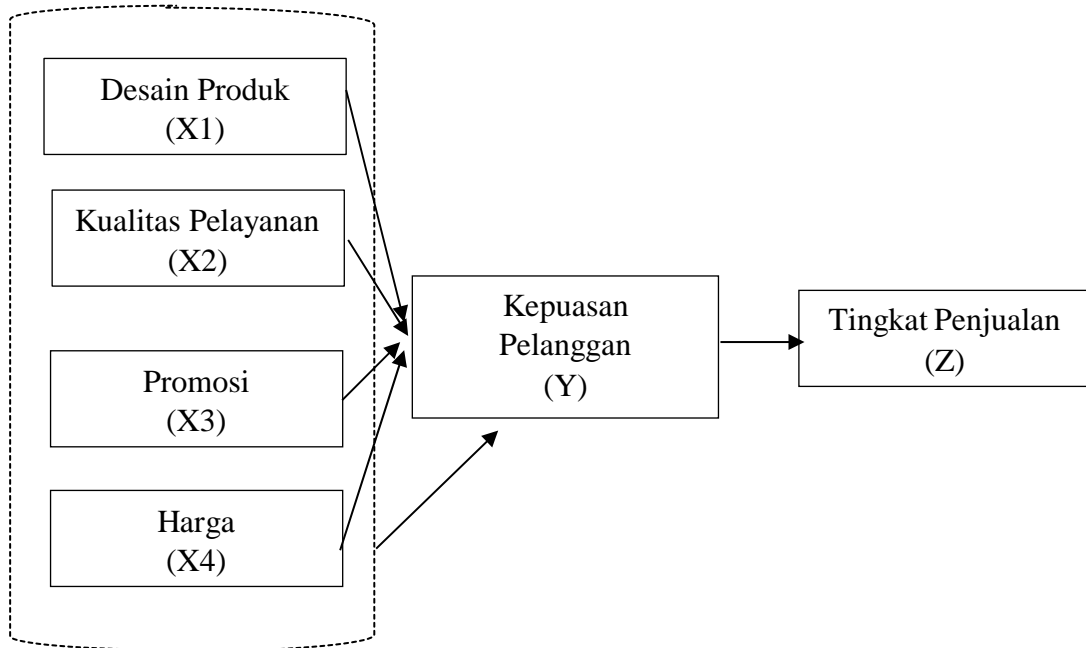
Sumber: Lampiran output Smart PLS

Tabel 4. 13 Nilai R-Square

Percetakan	Variabel	R Square	R Square Adjusted
UD. Graha Komputer	Kepuasan Konsumen (Z)	0.562	0.513
	Penjualan (Y)	0.034	0.052
UD. Pak Raja Komputer	Kepuasan Konsumen (Z)	0.672	0.598
	Penjualan (Y)	0.094	0.122

Sumber : Data primer Diolah, 2024

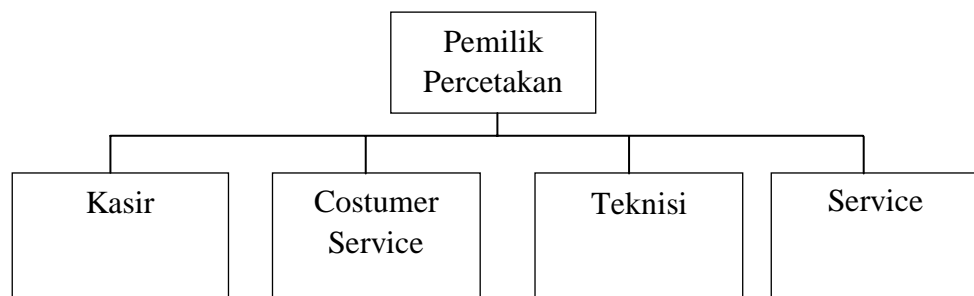
DAFTAR GAMBAR



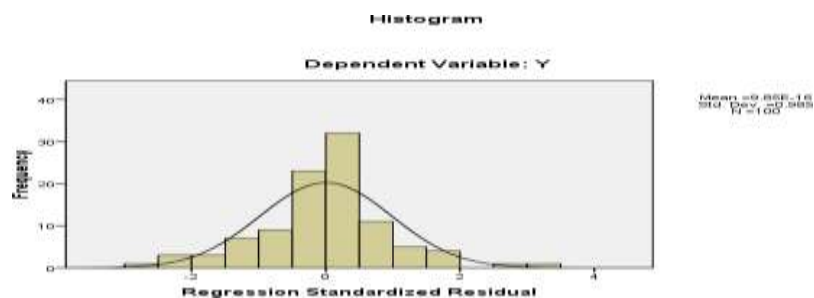
Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Gambar 4.1 Struktur Organisasi UD. Graha Komputer dan UD. Pak

Raja Jaya Komputer



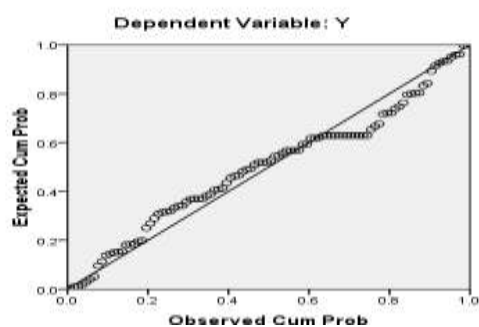
Gambar 4.1 Histogram Display Normal Curve Volume Penjualan



Sumber : Data Diolah, 2024

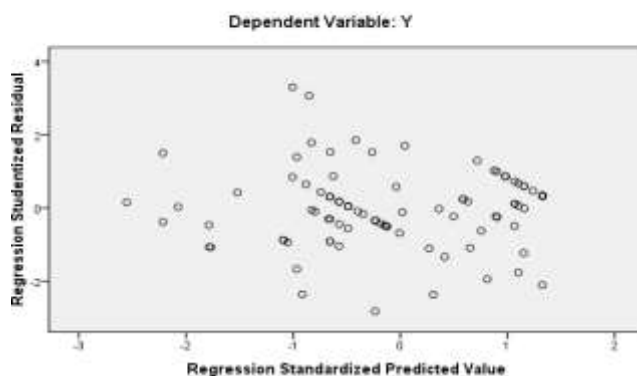
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot



DAFTAR LAPIRAN