BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada konsumen Tupperware di PT. Banten Anugerah Abadi. Adapun objek yang diteliti adalah pengaruh kualitas produk dan garansi seumur hidup terhadap kepuasan konsumen Tupperware. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden baik member aktif maupun konsumen yang melakukan pembelian di PT. Banten Anugerah Abadi. Lokasi penelitian terletak di Jl. KH. Wasyid Ruko Sukmajaya No.18-19, Cilegon, Banten, sehingga dapat mempermudah dalam memperoleh data serta waktu, tenaga dan biaya dapat digunakan seefisien mungkin. Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 20 April s/d 14 Mei 2018.

B. Jenis Penelitian dan Sumber Data

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, dimana data kuantitatif yaitu jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan

yang dinyatakan dalam bilangan atau berbentuk angka.[1] Data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah data hasil kuesioner (angket) yang diolah menggunakan *SPSS 16.0.*

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.[2] Data primer dalam penelitian ini kemudian diolah dan dianalisis oleh peneliti.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain, dan telah terdokumentasikan sehingga peneliti tinggal menyalin data tersebut untuk kepentingan penelitiannya.[3] Data sekunder dalam penelitian yang dapat dijadikan bahan oleh penulis seperti sejarah singkat Tupperware dan PT. Banten Anugerah Abadi.

---

[1] Sugiyono, *Statistik untuk Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2010), 15.

[2] Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 42.

[3] Zainal Mustafa EQ, *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 92.

Adapun populasi dan sampel dalam penelitian ini yaitu:

1. Populasi

Populasi merupakan suatu objek/subjek yang mempunyai karakteristik tertentu dan ditetapkan oleh peneliti yang nantinya akan dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Sugiyono menjelaskan bahwa "populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya".[4] Adapun populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen Tupperware di PT. Banten Anugerah Abadi terdapat 2500 member Tupperware yang aktif, sehingga populasi ditetapkan sebanyak 2500 member.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel diambil dari populasi.[5]

---

[4] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif R & D* (Bandung: Alfabeta, 2009), 2.

[5] Sugiyono, *Cara Mudah Menyusun: Skripsi, Tesis dan Disertasi* (Bandung: Alfabeta, 2014), 62.

Berdasarkan data yang diperoleh bahwa terdapat 2500 member Tupperware yang aktif di PT. Banten Anugerah Abadi. Jumlah kelayakan sampel penelitian yang digunakan diperoleh berdasarkan rumus *slovin* dengan nilai persepsi 10% sebagai berikut:

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

Dimana:

n: jumlah sampel

N: jumlah populasi

e: batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir/diinginkan yaitu 10%, perhitungannya sebagai berikut:

$$n = \frac{2500}{1 + 2500.(0.1)^2}$$

$$= \frac{2500}{26}$$

$$= 96$$

Jadi sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 96 responden yang ada di PT. Banten Anugerah Abadi. Metode penelitian menggunakan *accidental sampling*, merupakan teknik

penentuan sampel berdasarkan kebetulan,[6] yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Dalam penelitian ini yaitu siapa saja yang membeli produk dan yang termasuk member Tupperware di PT. Banten Anugerah Abadi akan dijadikan sampel.

C. Pengumpulan dan Pengolahan Data

Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara. Selanjutnya bila dilihat dari segi cara atau teknik dapat dilakukan dengan cara wawancara (inteview), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya.[7]

Adapun teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Observasi

   Observasi adalah suatu metode pengukuran data untuk mendapatkan data primer, yaitu dengan cara melakukan pengamatan langsung secara seksama dan sistematis, dengan menggunakan alat indra (indra mata, telinga, hidung, tangan dan pikiran).[8] Dalam penelitian ini penulis melakukan observasi di PT. Banten Anugerah Abadi.

---

[6] Sugiyono, *Cara Mudah Menyusun: Skripsi, Tesis dan Disertasi*, 85.

[7] Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi dengan Metode R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 156.

[8] Zainal Mustafa EQ, *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi*, 94.

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang lain. Pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan yang diwawancarai, tetapi dapat juga secara tidak langsung seperti memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab pada kesempatan lain. Instrument dapat berupa pedoman wawancara maupun *checklist*.[9] Penulis mewawancarai Spouse Distributor untuk mengetahui informasi yang berkaitan dengan PT. Banten Anugerah Abadi dan alasan member memilih produk Tupperware.

3. Kuesioner (angket)

Teknik angket (kuesioner) merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan/ pernyataan kepada responden dengan harapan memberikan respons atas daftar pertanyaan tersebut. Daftar pertanyaan/pernyataan dapat bersifat terbuka jika tidak ditentukan sebelumnya sedangkan bersifat tertutup jika alternatif- alternatif jawaban telah disediakan. Instrumen yang berupa lembar daftar pertanyaan tadi dapat berupa angket (kuesioner), *checklist*, atau skala.[10]

Peneliti menggunakan metode angket (kuesioner) yang diajukan kepada member Tupperware di PT. Banten Anugerah

---

[9] Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, 51.

[10] Aji Idris Soentoro, *Cara Mudah Belajar Metodologi Penelitian dengan Aplikasi Statistika* (Depok: PT Paramedia Bakti Persada, 2015), 82.

Abadi. Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala likert yang umumnya menggunakan pertanyaan/ pernyataan tertutup dengan lima (5) alternatif jawaban secara berjenjang yaitu:

a. Sangat tidak setuju, diberi skor 1
b. Tidak setuju, diberi skor 2
c. Netral, diberi skor 3
d. Setuju, diberi skor 4
e. Sangat setuju, diberi skor 5

D. Teknik Analisis Data

1. Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Validitas atau kesahihan adalah menunjukan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur *(valid measure if it successfully measure the phenomenon).*[11] Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Hasil r hitung kita bandingkan

[11] Sofiyan Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS versi 17* (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2010), 162.

dengan r tabel dimana df = n-2 dengan sig 5%. Suatu pertanyaan dapat dilihat pada hasil *output SPSS* pada tabel dengan judul *Item Total Statistic*. Menilai kevalidan masing-masing butir pertanyaan. Suatu butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai r hitung > r tabel.[12]

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kesetabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan cara membandingkan r reliabilitas dengan r tabel pada taraf kesalahan 5%. Jika nilai r reliabilitas > r tabel maka instrumen dinyatakan reliabel.

2. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.[13]

---

[12] Izmawati, "Pengaruh Harga Pakaian Terhadap Minat Santri Menurut Ekonomi Islam," (Skripsi, Program Ekonomi Syariah, IAIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2015), 65.

[13] Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi dengan Metode R&D*, 206.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi berganda adalah pengujian yang digunakan untuk menguji lebih dari satu variabel secara simultan (bersama-sama). Regresi ini bertujuan untuk memprediksi besar variabel terikat dengan menggunakan data variabel bebas yang telah diketahui besarnya.[14]

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya variabel independen yaitu kualitas produk dan garansi seumur hidup terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen, dimana rumusnya:

$$\mathbf{Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e}$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen (Variabel Dependen)

α = Konstanta/intersep

β_1 = Koefisien regresi variabel X_1

β_2 = Koefisien regresi variabel X_2

X_1 = Kualitas Produk (Variabel Independen)

X_2 = Garansi Seumur Hidup (Variabel Independen)

e = Error/galat

[14] Singgih Santoso, *SPSS Versi Mengolah Data Statistik Secara Profesional* (Jakarta, PT. Elex Media Komputindo, 2001), 163.

4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda yang berbasis *ordinary least square* (OLS). Tidak semua uji asumsi klasik harus dikatakan pada analisis regresi linier, misalnya uji multikolinearitas tidak dapat digunakan pada analisis regresi linier sederhana.

Model regresi yang akan digunakan untuk melakukan peramalan sebaiknya merupakan model dengan kesalahan peramalan yang seminimal mungkin. Oleh karena itu, model tersebut sebelum digunakan seharusnya memenuhi beberapa asumsi, yang biasa disebut asumsi klasik.[15]

Dalam penelitian ini peneliti melakukan uji asumsi klasik, yaitu dengan melakukan uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui

[15] Singgih Santoso, *SPSS Versi Mengolah Data Statistik Secara Profesional*, 342.

sebuah grafik *Normal PP-Plot*. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas. Uji kenormalan data juga bisa dilakukan tidak berdasarkan grafik, misalnya dengan Uji *Kolmogorov-Smirnov*.[16]

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Nilai korelasi tersebut dapat dilihat dari *Collinearity Statistics*, apabila nilai VIF *(Variance Inflation Factor)* memperlihatkan hasil yang lebih besar dari 10 dan nilai *tolerance* tidak boleh lebih kecil dari 0,1 maka hal tersebut menunjukan adanya gejala multikolinearitas. Sedangkan apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 maka tidak terdapat gejala multikolinearitas.[17]

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas.

---

[16] Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, 181.
[17] Gujarati Damodar, *Dasar-Dasar Ekonometrika* (Jakarta: Erlangga, 2006), 185.

Model regresi yang baik adalah terjadi homoskedastisitas dalam model atau dengan perkataan lain tidak terjadi heteroskedastisitas.[18]

Adapun cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode *scatterplot.* Dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residual) untuk menguji dapat diketahui dari nilai signifikan korelasi rank sperman yaitu:

a) Jika nilai sig > 0,05 maka tidak terdapat heteroskedastisitas.
b) Jika nilai sig < 0,05 maka terdapat heteroskedastisitas.

Selain itu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat melihat grafik *Scatterplot.*

5. Uji Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah suatu perumusan sementara mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu dan juga dapat menuntun/ mengarahkan penyelidikan selanjutnya.[19] Hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Uji Hipotesis t (Parsial)

Uji t merupakan uji statistik yang sering kali ditemui dalam masalah-masalah praktis statistika. Uji t termasuk dalam golongan statistik parametrik. Uji ini digunakan untuk

[18] Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis,* 179.
[19] Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis,* 104.

mengetahui kebenaran pernyataan atau dugaan yang dihipotesiskan oleh si peneliti.[20]

Untuk mengetahui nilai t statistik tabel ditentukan tingkat signifikansi α = 5% dengan derajat kebebasan yaitu df = (n-k). Rumus uji t sebagai berikut:

$$\mathbf{t} = \frac{\sqrt{\mathbf{n-2}}}{\sqrt{\mathbf{1-r2}}}$$

Keterangan: t = Penguji koefisien korelasi

r = koefisien korelasi

n = jumlah sampel

Adapun hipotesisnya yaitu:

1) Ho = $\beta_{1,}$ β_2 = 0, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.
2) Ha = $\beta_{1,}$ $\beta_2 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria uji yang digunakan dalam analisis ini adalah:

1) Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka Ho ditolak dan Ha diterima, atau dikatakan signifikan, artinya secara parsial variabel independen (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y) maka hipotesis diterima.

[20] Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, 257.

2) Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka Ho diterima dan Ha ditolak, atau dikatakan tidak signifikan, artinya secara parsial variabel independen (X) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y) maka hipotesis ditolak.

Berdasarkan nilai signifikansi:

1) Jika nilai sig < 0,05 maka signifikan.
2) Jika nilai sig > 0,05 maka tidak signifikan.

b. Uji Hipotesis F (Simultan)

Uji statistik F digunakan untuk melihat apakah variabel bebas yaitu variabel kualitas produk (X_1) dan garansi seumur hidup (X_2) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu kualitas produk (Y).

Pengambilan keputusan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel}, serta dengan melihat nilai signifikansi yang diperoleh dari hasil perhitungan.

Adapun hipotesisnya yaitu:

1) Ho = $\beta_{1,}$ $\beta_2 = 0$, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.
2) Ha = $\beta_{1,}$ $\beta_2 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria uji yang digunakan dalam analisis ini adalah:

1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, artinya variabel independen (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).
2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, artinya variabel independen (X) secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

Berdasarkan nilai signifikansi:

1) Jika nilai sig < 0,05 maka signifikan.
2) Jika nilai sig > 0,05 maka tidak signifikan.

Perhitungan mencari nilai F tabel dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\mathbf{F_{tabel} = F\ (k;\ n\text{-}k)}$$

6. Koefisien Korelasi (r)

Koefisien korelasi menunjukan kemampuan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Analisis korelasi berguna untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu variabel dengan variabel lain. Jadi tidak mempersoalkan apakah suatu variabel tertentu tergantung kepada variabel lain. Simbol dari besaran korelasi adalah r yang disebut koefisien korelasi sedangkan parameternya ρ (dibaca rho).[21] Dengan besarnya penaksiran besarnya korelasi yang digunakan adalah:

[21] Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, 129.

Tabel 3.1

Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Cukup kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

7. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.[22] Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\mathbf{KD = r^2 \times 100\%}$$

Keterangan:

KD= Nilai koefisien determinasi

r = Nilai koefisien korelasi

Nilai koefisien determinasi sering kali berada antara 0 sampai 1 ($0 \leq KD \leq 1$).

a) Jika nilai koefisien determinasi = 0, berarti tidak berpengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

b) Jika nilai koefisien determinasi = 1, berarti variabel independen adalah (X) 100% berpengaruh variabel dependen (Y).

[22] Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif* (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2011), 108.

c) Jika nilai koefisien determinasi berada diantara 0 dan 1 maka besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah sesuai dengan nilai KD itu sendiri, dan selebihnya berasal dari faktor-faktor lain.[23]

E. Definisi Operasional Variabel

Sugiyono menyatakan, bahwa variabel di dalam penelitian merupakan suatu atribut dari sekelompok objek yang diteliti yang mempunyai variasi antara satu dengan yang lain dalam kelompok tersebut.[24] Definisi masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Produk (X_1)

Menurut Kotler dan Keller, kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang dinginkan pelanggan.[25]

Pada penelitian ini ditentukan lima indikator dari variabel kualitas produk menurut Kotler, yaitu:

a. Bentuk (*performance*)
b. Keistimewaan (*features*)
c. Keandalan (*reliability*)
d. Daya tahan (*durability*)

---

[23] Misbahudin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Edisi 2 (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 49.

[24] Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, 49.

[25] Philip Kotler, dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009), 143.

e. Keindahan/gaya (*aesthetics*)

2. Garansi Seumur Hidup (X_2)

Menurut Blischke dan Murthy menyebutkan garansi merupakan kesepakatan kontraktual antara produsen dan konsumen berkaitan dengan penjualan produk. Dalam kesepakatan ini, produsen diharuskan melakukan perbaikan (rektifikasi) terhadap produk yang mengalami kegagalan dalam periode garansi.[26]

Pada penelitian ini indikator variabel garansi menurut Kotler yaitu:

a. Kemudahan klaim proses garansi
b. Kualitas layanan garansi
c. Ketepatan waktu sesuai yang dijanjikan

3. Kepuasan Konsumen (Y)

Kotler mendefinisikan kepuasan pelanggan *(customer satisfaction)* adalah tingakat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.[27]

Pada penelitian ini indikator dari kepuasan konsumen menurut Santoso yaitu:

---

[26] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Marketing Management 9e Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol* (Jakarta: Gramedia, 2010), 99.

[27] Philip Kotler, dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009), 159.

a. Rasa senang dan puas

b. Pengalaman memuaskan

c. Terpenuhinya harapan

d. Keinginan merekomendasikan

Ringkasan setiap variabel, dimensi dan indikator dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.2

Operasional Variabel

Variabel/ Dimensi	**Konsep**	**Indikator**	**Ukuran**	**Skala**
Kualitas Produk (X_1)	Kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang dinginkan pelanggan.	• Bentuk (*performance*) • Keistimewaan (*features*) • Keandalan (*reliability*) • Daya tahan (*durability*) • Keindahan/ gaya (*aesthetics*)	• Memiliki kesesuaian kinerja yang praktis • Memiliki keistimewaan produk yang menjadi pembeda dengan produk lain • Dapat diandalkan dalam setiap momen • Daya tahan produk yang tidak mudah rusak • Menarik perhatian karena memiliki desain yang bagus	Likert
Garansi Seumur Hidup (X_2)	Kesepakatan kontraktual antara produsen dan konsumen berkaitan dengan penjualan produk.	• Kemudahan klaim proses garansi • Kualitas layanan garansi	• Menyediakan proses klaim garansi dengan mudah • Memberikan pelayanan yang berkualitas terhadap	Likert

		• Ketepatan waktu sesuai yang dijanjikan	garansi produk • Terbukti kualitasnya dengan layanan garansi seumur hidup • Menyediakan produk yang bergaransi dengan tepat waktu • Garansi sesuai yang dijanjikan produsen/penjual	
Kepuasan Konsumen (Y)	Tingakat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.	• Rasa senang dan puas • Pengalaman memuaskan • Terpenuhinya harapan • Keinginan merekomenda sikan	• Konsumen merasa puas dengan kualitas yang ditetapkan produk • Konsumen merasa puas dengan garansi seumur hidup yang ditetapkan produk • Konsumen yang puas akan melakukan pembelian ulang • Produk sesuai dengan yang diharapkan konsumen • Konsumen yang puas merekomendasikan produk kepada orang lain	Likert