

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **4.1. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian ini, didapatkan hasil yang dapat diambil kesimpulannya sebagai berikut :

##### **4.1.1. Analisis Karakteristik Responden**

- a. Jumlah responden yang dijadikan sampel penelitian adalah sejumlah 125 responden yang merupakan konsumen produk Indofood yang berada di daerah Tambak Bayan, Babarsari Yogyakarta. Dari 125 responden tersebut dibedakan berdasarkan jenis kelamin dan didapatkan hasil bahwa 58 responden merupakan responden laki-laki dan 67 responden merupakan responden wanita. Jadi dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini konsumen produk Indofood lebih banyak wanita dari laki-laki.
- b. Jumlah responden menurut pembedaan usia responden yang paling banyak adalah berusia 20-34 tahun dan responden dengan usia diatas 65 tahun tidak ada yang menjadi responden.
- c. Responden juga dibedakan berdasarkan pekerjaan, yaitu pelajar/mahasiswa sejumlah 34 responden yang merupakan responden terbanyak, sedangkan responden paling sedikit memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta, yaitu sejumlah 12 responden.

#### **4.1.2. Penilaian Konsumen Terhadap Faktor Informasi, Kinerja, Dan Atribut Produk Indofood.**

Penilaian konsumen dihitung menggunakan rata-rata hitung yang mana hasilnya adalah sebagai berikut :

- a. Penilaian konsumen terhadap faktor informasi mendapatkan hasil mean sebesar 3.984 yang termasuk dalam range penilaian dengan kategori baik, sehingga kesimpulan akhirnya adalah hipotesis yang menyatakan penilaian konsumen terhadap faktor informasi sangat baik ditolak. Akan tetapi dilihat dari tiap butir pertanyaan didapatkan hasil bahwa informasi yang disampaikan melalui iklan (butir 1) kurang informatif dibandingkan dengan informasi yang melekat pada produk tersebut (butir 2).
- b. Penilaian konsumen terhadap faktor kinerja mendapatkan hasil mean sebesar 4.148 yang termasuk dalam range penilaian dengan kategori baik, sehingga kesimpulan akhirnya adalah hipotesis yang menyatakan penilaian konsumen terhadap faktor kinerja sangat baik ditolak. Dari hasil tiap butirnya didapatkan bahwa kinerja Indofood dalam menyediakan produk (butir 1) lebih baik dari kinerja Indodofood dalam menanamkan image produk yang baik dalam benak konsumen (butir 2).
- c. Penilaian konsumen terhadap faktor atribut mendapatkan hasil mean sebesar 4.184 yang termasuk dalam range penilaian dengan kategori baik, sehingga kesimpulan akhirnya adalah hipotesis yang menyatakan penilaian konsumen terhadap faktor atribut ditolak. Sedangkan dari hasil perhitungan tiap butirnya didapatkan bahwa atribut yang diberikan oleh

Indofood melalui kemudahan dalam penggunaan produk (butir 1) lebih baik dari atribut yang ditunjukkan melalui kemasan produk (butir 2).

Dari keseluruhan penilaian, hipotesis yang menyatakan penilaian konsumen terhadap faktor informasi, kinerja, dan atribut sangat baik ditolak karena penilaian konsumen rata-rata menilai baik faktor informasi, kinerja, dan atribut produk Indofood.

#### **4.1.3. Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Faktor Informasi, Kinerja, Dan Atribut Produk Indofood.**

Pengukuran tingkat kepuasan ini dihitung menggunakan rata-rata hitung yang hasilnya kemudian dimasukkan dalam range yang telah ditentukan. Hasil yang didapat adalah sebagai berikut :

- a. Hasil pengukuran tingkat kepuasan konsumen terhadap faktor informasi yang dihitung dengan rata-rata hitung adalah sebesar 4.188. Nilai itu, masuk dalam kategori kepuasan konsumen tinggi dan hipotesis yang menyatakan tingkat kepuasan konsumen terhadap faktor informasi ditolak. Kurang puasnya konsumen terhadap faktor informasi lebih pada informasi yang disampaikan melalui iklan (butir 1) dari pada informasi yang melekat pada produk tersebut (butir 2), seperti terlihat dari hasil perhitungan rata-rata hitung tiap butir pertanyaan.
- b. Hasil pengukuran tingkat kepuasan konsumen terhadap faktor kinerja yang dihitung dengan rata-rata hitung adalah sebesar 4.656. Nilai itu, masuk

dalam kategori kepuasan konsumen sangat tinggi dan hipotesis yang menyatakan tingkat kepuasan konsumen sangat tinggi diterima. Walaupun dari perhitungan rata-rata tiap butirnya didapatkan hasil yang sama-sama masuk dalam kategori sangat memuaskan, tetapi dapat dilihat dari nilainya yang berbeda dimana konsumen lebih puas terhadap kinerja yang ditunjukkan dalam kemudahan produk dicari dan didapatkan (butir 1) dari pada kinerja dalam penanaman image produk yang baik (butir 2).

- c. Hasil pengukuran tingkat kepuasan konsumen terhadap faktor atribut yang dihitung dengan rata-rata hitung adalah sebesar 4.58. Hasil tersebut, masuk dalam kategori kepuasan konsumen sangat tinggi dan hipotesis yang menyatakan tingkat kepuasan konsumen terhadap faktor atribut sangat tinggi diterima. Dari hasil perhitungan tiap butir didapatkan atribut yang diberikan Indofood melalui mudahnya penggunaan produk (butir 1) lebih memuaskan konsumen daripada atribut yang diberikan melalui kemasan produk (butir 2).

Dari keseluruhan pengukuran tingkat kepuasan konsumen, hipotesis yang menyatakan tingkat kepuasan konsumen terhadap faktor informasi, kinerja, dan atribut produk Indofood diterima karena dari ketiga faktor yaitu faktor informasi, kinerja, dan atribut, hanya faktor informasi saja yang hasilnya masuk dalam kategori tinggi, sedang dua faktor lainnya hasilnya masuk dalam kategori sangat tinggi.

#### **4.1.4. Pengukuran Pengaruh Faktor Informasi, Kinerja, Dan Atribut Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen.**

Pengukuran ini menggunakan alat regresi yang hasilnya sebagai berikut :

a. **Pengukuran Pengaruh Faktor Informasi, Kinerja, Dan Atribut Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Secara Keseluruhan.**

Hasil yang didapat dengan uji F adalah faktor informasi, kinerja, dan atribut berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen, sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis yang menyatakan faktor informasi, kinerja, dan atribut berpengaruh secara signifikan diterima.

b. **Pengukuran Pengaruh Faktor Informasi, Kinerja, Dan Atribut Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Secara Individu.**

Dengan uji T didapatkan hasil bahwa faktor informasi dan faktor atribut berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen, sedangkan faktor kinerja tidak berpengaruh secara signifikan.

#### **4.2. Saran**

Dari hasil penelitian ini, penulis ingin memberikan saran kepada perusahaan yang disini adalah PT. Indofood dengan harapan dapat membantu dalam mempertahankan usahanya.

1. Dari pengukuran tingkat kepuasan konsumen menunjukkan bahwa faktor informasi hanya tingkat kepuasannya tinggi dan bukan sangat tinggi seperti kedua faktor lainnya. Maka dari itu, sangat perlu bagi Indofood meningkatkan usahanya dengan strategi komunikasi yang lebih baik,

sehingga kepuasan konsumen terhadap faktor informasi dapat meningkat. Misalnya saja meningkatkan iklan yang mengandung informasi yang lengkap tentang produk yang ditawarkan. Hal itu dikarenakan hasil penelitian ini tentang penilaian dan tingkat kepuasan konsumen di dapatkan bahwa informasi yang disampaikan melalui iklan kurang informatif. Selain itu, informasi yang melekat pada produk seperti cara penggunaan, bahan-bahan yang digunakan, tanggal kadaluarsa, dan lain-lain yang menjelaskan tentang produk tersebut harus lebih jelas dan lengkap.

2. Melakukan perluasan lini produk, sehingga produk yang dihasilkan dapat menjangkau semua pelanggan dari segala usia. Hal ini didukung dari hasil prosentase responden didapatkan tidak ada konsumen yang menjadi responden dengan usia 65 tahun keatas dalam penelitian ini.
3. Melakukan R&D (Riset and Development) untuk mengetahui apa saja kebutuhan konsumen, sehingga dapat menerapkan market driven strategy yang berdasarkan konsep fokus pada konsumen untuk mencapai laba sebagai tujuan akhir.

## DAFTAR PUSTAKA

- Boone, Louis dan David L Kurtz. 2000. Terjemahan oleh Emil Salim, S.E,  
Fadriansyah Anwar, MBA., Drs. Kusnadi, dan Wisnu Candra K., S.E. 2002  
Pengantar Bisnis. Jakarta : Erlangga.
- Cooper, Donald dan William Emory. 1997. Terjemahan Widyono Soejipto dan Uka  
Wikarya. 1998. Metode Penelitian Bisnis Jilid 2. Jakarta : Erlangga.
- Craven, David. 2000. Strategic Marketing. Sixth Edition. New Jersey : Prentice Hall.
- Hadi, Soetrisno. 1991. Analisis Butir Untuk Angket Tes Dan Skala Nilai Dengan  
Basica. Edisi n1. Yogyakarta : Andi Offset.
- Hair, Joseph F. Jr, Rolp E. Anderson, Ronald L. Tatham, dan William C. Black.  
1998. Multivariate Data Analysis. Fifth Edition. New Jersey : Prentice Hall.
- Hill, Nigel. 1998. Handbook of Customer Satisfaction Measurement. Hampshire :  
Gower.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2000. Terjemahan oleh Alexander Sindoro dan  
Benyamin Molan. 2001. Dasar-dasar Pemasaran Jakarta : Prehallindo.
- Mowen, John C dan Michael Minor. 2001. Terjemahan Lina Salim, S.E., MBA.,  
M.A., 2002. Perilaku Konsumen. Jakarta : Erlangga.
- Rossome, Jeanne. 2003. Customer Satisfaction Measurement In a Business to  
Business Context : a Conceptual Framework. Journal of Business and  
Industrial Marketing, Vol. 18 No. 2, pp. 179-195.
- Saifuddin, Azwar. 1986. Reliabilitas dan Validitas, Interpretasi dan Komputasi.  
Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Supranto, J. 1997. Statistik Teori Dan Aplikasi, Edisi keenam. Jakarta : Erlangga.

## LAMPIRAN

- KUESIONER
- JAWABAN RESPONDEN
- DATA RESPONDEN DENGAN SAMPEL 30 UNTUK PENGUKURAN VALIDITAS
- PERHITUNGAN DATA RESPONDEN DENGAN PROSENTASE
- VALIDITAS DAN RELIABILITAS
- HASIL PENILAIAN KONSUMEN DAN KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN RATA-RATA HITUNG
- HASIL REGRESI UNTUK PENGUJIAN PENGARUH
- TABEL R



Data penilaian terhadap faktor informasi :			Data penilaian terhadap faktor kinerja:		
No	Butir 1	Butir 2	No	Butir 3	Butir 4
1	4	4	1	4	4
2	4	4	2	4	4
3	5	5	3	4	3
4	3	3	4	3	3
5	4	4	5	4	4
6	4	3	6	4	4
7	4	4	7	4	4
8	5	3	8	5	4
9	4	4	9	4	4
10	4	4	10	4	4
11	3	3	11	3	4
12	4	4	12	5	5
13	4	3	13	4	4
14	4	4	14	4	4
15	4	4	15	5	5
16	3	4	16	4	4
17	4	4	17	4	4
18	4	4	18	4	4
19	4	5	19	4	5
20	5	5	20	5	5
21	3	4	21	5	5
22	4	4	22	4	4
23	4	4	23	4	4
24	5	5	24	5	5
25	4	5	25	4	5
26	5	4	26	5	5
27	4	5	27	4	4
28	4	4	28	4	4
29	4	4	29	4	3
30	2	3	30	4	4
Data Penilaian terhadap faktor Atribut :			Data tingkat kepuasan-Informasi		
No	Butir 5	Butir 6	No	Butir 1	Butir 2
1	5	5	1	4	4
2	4	5	2	4	5
3	4	5	3	4	5
4	5	5	4	5	5
5	4	4	5	5	4

6	5	5		6	5	5
7	4	4		7	4	4
8	5	5		8	5	5
9	5	5		9	5	5
10	4	4		10	4	4
11	3	5		11	3	4
12	5	5		12	5	5
13	4	3		13	4	3
14	4	4		14	4	4
15	5	5		15	5	5
16	4	4		16	4	4
17	5	4		17	5	4
18	5	5		18	5	5
19	4	5		19	4	5
20	5	5		20	5	5
21	5	5		21	5	5
22	4	4		22	4	4
23	5	4		23	5	4
24	5	5		24	5	5
25	4	5		25	4	5
26	5	5		26	5	5
27	4	4		27	4	4
28	4	4		28	4	4
29	3	3		29	3	3
30	3	4		30	3	4
Data tingkat kepuasan-Kinerja				Data tingkat kepuasan-Atribut		
No	Butir 3	Butir 4		No	Butir 5	Butir 6
1	5	4		1	5	5
2	5	5		2	5	5
3	5	5		3	4	5
4	5	5		4	5	5
5	5	4		5	5	4
6	5	5		6	5	5
7	4	4		7	4	4
8	5	5		8	5	5
9	5	5		9	5	5
10	4	4		10	4	4
11	5	4		11	5	4
12	5	5		12	5	5
13	4	4		13	4	4

14	4	4		14	4	4
15	5	5		15	5	5
16	4	4		16	4	4
17	5	4		17	5	4
18	5	5		18	5	5
19	5	5		19	5	5
20	5	5		20	5	5
21	5	5		21	5	5
22	4	4		22	4	4
23	5	4		23	5	4
24	5	5		24	3	4
25	5	5		25	5	5
26	5	5		26	5	5
27	4	4		27	4	4
28	5	4		28	5	4
29	4	5		29	4	3
30	5	5		30	5	5

Perhitungan Data Responden Dengan Prosentase :

### Frequencies

#### Statistics

JENISKEL

N	Valid	125
	Missing	0

JENISKEL

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	pria	58	46.4	46.4	46.4
	wanita	67	53.6	53.6	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

### Frequencies

#### Statistics

USIA

N	Valid	125
	Missing	0

USIA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	14-19	8	6.4	6.4	6.4
	20-34	68	54.4	54.4	60.8
	35-49	35	28.0	28.0	88.8
	50-64	14	11.2	11.2	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

## Frequencies

### Statistics

KERJAAN

N	Valid	125
	Missing	0

KERJAAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid pelajar/mahasiswa	34	27.2	27.2	27.2
pegawainegeri	19	15.2	15.2	42.4
pegawaiswasta	12	9.6	9.6	52.0
wiraswasta	30	24.0	24.0	76.0
lain-lain	30	24.0	24.0	100.0
Total	125	100.0	100.0	

Kepada

Yth. Konsumen produk Indofood

Dengan hormat,

Bersama ini, Saya :

Nama : Meyli Kurnia Saputra

NPM : 00 03 11997

Mahasiswa tingkat akhir Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang sedang menyusun skripsi dengan judul “ Pengaruh Faktor Informasi, Kinerja, Dan Atribut Produk Indofood Terhadap Kepuasan Konsumen”.

Dalam penyusunan skripsi ini, saya mohon bantuan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang tersusun dalam kuesioner ini, guna memperoleh data yang dibutuhkan.

Semua jawaban Anda, hanya saya pergunakan untuk kepentingan penulisan skripsi. Untuk itu, Saya mohon kesediannya untuk menjawab pertanyaan kuesioner ini sesuai keadaan yang sebenarnya.

Sebelumnya saya ucapkan terima kasih atas kesediaan Anda yang telah meluangkan waktu untuk menjawab kuesioner ini.

Hormat saya,

(Meyli Kurnia Saputra)

## KUESIONER

### Bagian I

Bagian pertama ini berisi mengenai pertanyaan tentang profil responden sebagai konsumen produk Indofood.

Petunjuk : Jawablah pertanyaan-pertanyaan berikut dengan memberi tanda (√) pada produk yang Anda gunakan dan khusus pertanyaan no. 5 boleh dijawab lebih dari satu produk.

#### Profil Responden

1. Jenis Kelamin :

Pria

Wanita

2. Usia :

14-19 tahun

20-34 tahun

35-49 tahun

50-64 tahun

65 tahun keatas

3. Pekerjaan :

Pelajar/Mahasiswa

Pegawai Negeri

Pegawai Swasta

Wiraswasta

Lain-lain

4. Produk Indofood Yang Dikonsumsi/Pernah Dikonsumsi :

Mie Instant (Indomie, Sarimi, Supermi, Chatz Mie, My Noodlez, Sakura, Nikimiku, Pop Bihun, Mie Telor Cap 3 Ayam, Pasto)

- Minyak Sayur (Bimoli, Sunrise, Delima, Cornola, Happy Salad Oil)
- Saus Sambal Indofood
- Saus Tomat Indofood
- Kecap Indofood
- Tepung Bogasari
- Margarine ( Simas, Amanda )
- Bumbu Instan Indofood
- Sirup Indofood
- Snack (Chiki, Cheetos, Chitato, JetZ, Lay's, Tenny, Yoyo, Tradia, Mixx New)
- Biskuit Indofood
- Makanan Bayi (Promina, SUN)

## Bagian II

Pada bagian kedua ini merupakan pernyataan penilaian konsumen terhadap faktor informasi, kinerja, dan atribut produk Indofood.

Petunjuk : Jawablah pernyataan-pernyataan berikut dengan memberi tanda (√) pada kolom yang sudah tersedia.

SS : Sangat Setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

N : Netral

Menurut Anda,

Keterangan	SS	S	N	TS	STS
1. Dari iklan produk Indofood yang ada, Anda dapat memperoleh informasi yang jelas mengenai jenis produk Indofood yang ditawarkan.					



<p>2. Keterangan-keterangan yang tercantum dalam setiap kemasan produk Indofood memberikan informasi yang jelas tentang keseluruhan produk tersebut.</p>					
<p>3. Produk-produk Indofood sebagai produk sehari-hari mudah untuk dicari dan diperoleh di berbagai tempat.</p>					
<p>4. Dalam benak Anda, Indofood memiliki image produk yang lebih baik dari produk lain yang sejenis.</p>					
<p>5. Produk Indofood pada umumnya mudah digunakan karena bersifat siap pakai.</p>					
<p>6. Produk Indofood memiliki kemasan yang menjamin kualitas isinya.</p>					

### Bagian III

Bagian ketiga ini merupakan bagian terakhir yang berisi pernyataan tentang tingkat kepuasan konsumen.

Petunjuk : Jawablah pernyataan-pernyataan berikut dengan memberi tanda (√) pada kolom yang sudah tersedia.

SS : Sangat Setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

N : Netral

Menurut Anda,

Keterangan	SS	S	N	TS	STS
1. Anda akan merasa puas apabila dalam iklan produk Indofood, menyajikan informasi yang jelas mengenai jenis produk yang ditawarkan.					
2. Anda akan merasa puas apabila dalam kemasan produk-produk Indofood dicantumkan keterangan-keterangan mengenai informasi keseluruhan tentang produk tersebut.					
3. Anda akan merasa puas, apabila produk-produk Indofood yang Anda butuhkan mudah dicari dan diperoleh.					
4. Anda akan merasa puas, apabila image produk Indofood yang Anda beli atau gunakan baik.					
5. Anda akan merasa puas, apabila produk Indofood yang Anda beli mudah untuk Anda gunakan.					
6. Anda akan merasa puas apabila kemasan produk Indofood yang Anda beli terjamin.					

Data Jawaban Responden :

1. Jawaban Penilaian Konsumen Terhadap Faktor Informasi (N=125)

No.	Butir 1	Butir 2	Total
1	4	4	8
2	4	4	8
3	5	5	10
4	3	3	6
5	4	4	8
6	4	3	7
7	4	4	8
8	5	3	8
9	4	4	8
10	4	4	8
11	3	3	6
12	4	4	8
13	4	3	7
14	4	4	8
15	4	4	8
16	3	4	7
17	4	4	8
18	4	4	8
19	4	5	9
20	5	5	10
21	3	4	7
22	4	4	8
23	4	4	8
24	5	5	10
25	4	5	9
26	5	4	9
27	4	5	9
28	4	4	8
29	4	4	8
30	2	3	5
31	4	4	8
32	4	4	8
33	5	5	10
34	3	3	6
35	4	4	8
36	4	3	7
37	4	4	8
38	5	3	8
39	4	4	8
40	4	4	8

41	3	3	6
42	4	4	8
43	4	3	7
44	4	4	8
45	4	4	8
46	3	4	7
47	4	4	8
48	4	4	8
49	4	5	9
50	5	5	10
51	3	4	7
52	4	4	8
53	4	4	8
54	5	5	10
55	4	5	9
56	5	4	9
57	4	5	9
58	4	4	8
59	4	4	8
60	2	3	5
61	4	4	8
62	4	4	8
63	5	5	10
64	3	3	6
65	4	4	8
66	4	3	7
67	4	4	8
68	5	3	8
69	4	4	8
70	4	4	8
71	3	3	6
72	4	4	8
73	4	3	7
74	4	4	8
75	4	4	8
76	3	4	7
77	4	4	8
78	4	4	8
79	4	5	9
80	5	5	10
81	3	4	7
82	4	4	8
83	4	4	8
84	5	5	10

85	4	5	9
86	5	4	9
87	4	5	9
88	4	4	8
89	4	4	8
90	2	3	5
91	4	4	8
92	4	4	8
93	5	5	10
94	3	3	6
95	4	4	8
96	4	3	7
97	4	4	8
98	5	3	8
99	4	4	8
100	4	4	8
101	3	3	6
102	4	4	8
103	4	3	7
104	4	4	8
105	4	4	8
106	3	4	7
107	4	4	8
108	4	4	8
109	4	5	9
110	5	5	10
111	3	4	7
112	4	4	8
113	4	4	8
114	5	5	10
115	4	5	9
116	5	4	9
117	4	5	9
118	4	4	8
119	4	4	8
120	2	3	5
121	4	4	8
122	4	4	8
123	5	5	10
124	3	3	6
125	4	4	8

2. Jawaban Penilaian Konsumen Terhadap Faktor Kinerja (N=125)

No.	Butir 3	Butir 4	Total
1	4	4	8
2	4	4	8
3	4	3	7
4	3	3	6
5	4	4	8
6	4	4	8
7	4	4	8
8	5	4	9
9	4	4	8
10	4	4	8
11	3	4	7
12	5	5	10
13	4	4	8
14	4	4	8
15	5	5	10
16	4	4	8
17	4	4	8
18	4	4	8
19	4	5	9
20	5	5	10
21	5	5	10
22	4	4	8
23	4	4	8
24	5	5	10
25	4	5	9
26	5	5	10
27	4	4	8
28	4	4	8
29	4	3	7
30	4	4	8
31	4	4	8
32	4	4	8
33	4	3	7
34	3	3	6
35	4	4	8
36	4	4	8
37	4	4	8
38	5	4	9
39	4	4	8
40	4	4	8
41	3	4	7

42	5	5	10
43	4	4	8
44	4	4	8
45	5	5	10
46	4	4	8
47	4	4	8
48	4	4	8
49	4	5	9
50	5	5	10
51	5	5	10
52	4	4	8
53	4	4	8
54	5	5	10
55	4	5	9
56	5	5	10
57	4	4	8
58	4	4	8
59	4	3	7
60	4	4	8
61	4	4	8
62	4	4	8
63	4	3	7
64	3	3	6
65	4	4	8
66	4	4	8
67	4	4	8
68	5	4	9
69	4	4	8
70	4	4	8
71	3	4	7
72	5	5	10
73	4	4	8
74	4	4	8
75	5	5	10
76	4	4	8
77	4	4	8
78	4	4	8
79	4	5	9
80	5	5	10
81	5	5	10
82	4	4	8
83	4	4	8
84	5	5	10
85	4	5	9

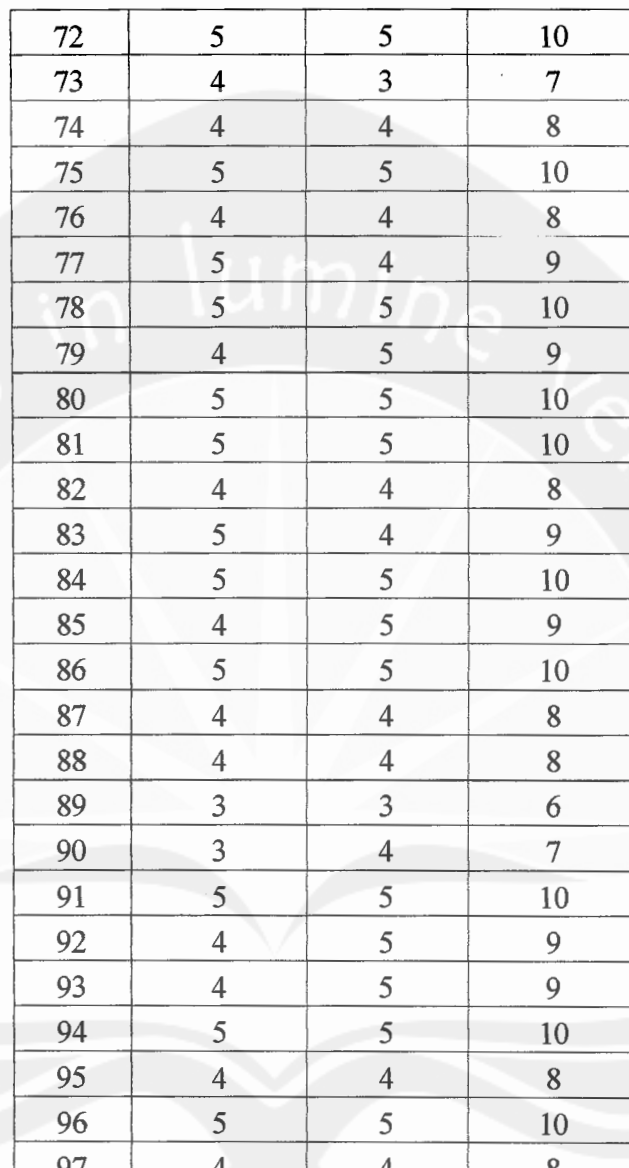
86	5	5	10
87	4	4	8
88	4	4	8
89	4	3	7
90	4	4	8
91	4	4	8
92	4	4	8
93	4	3	7
94	3	3	6
95	4	4	8
96	4	4	8
97	4	4	8
98	5	4	9
99	4	4	8
100	4	4	8
101	3	4	7
102	5	5	10
103	4	4	8
104	4	4	8
105	5	5	10
106	4	4	8
107	4	4	8
108	4	4	8
109	4	5	9
110	5	5	10
111	5	5	10
112	4	4	8
113	4	4	8
114	5	5	10
115	4	5	9
116	5	5	10
117	4	4	8
118	4	4	8
119	4	3	7
120	4	4	8
121	4	4	8
122	4	4	8
123	4	3	7
124	3	3	6
125	4	4	8



3. Jawaban Penilaian Konsumen Terhadap Faktor Atribut (N=125)

No.	Butir 5	Butir 6	Total
1	5	5	10
2	4	5	9
3	4	5	9
4	5	5	10
5	4	4	8
6	5	5	10
7	4	4	8
8	5	5	10
9	5	5	10
10	4	4	8
11	3	5	8
12	5	5	10
13	4	3	7
14	4	4	8
15	5	5	10
16	4	4	8
17	5	4	9
18	5	5	10
19	4	5	9
20	5	5	10
21	5	5	10
22	4	4	8
23	5	4	9
24	5	5	10
25	4	5	9
26	5	5	10
27	4	4	8
28	4	4	8
29	3	3	6
30	3	4	7
31	5	5	10
32	4	5	9
33	4	5	9
34	5	5	10

35	4	4	8
36	5	5	10
37	4	4	8
38	5	5	10
39	5	5	10
40	4	4	8
41	3	5	8
42	5	5	10
43	4	3	7
44	4	4	8
45	5	5	10
46	4	4	8
47	5	4	9
48	5	5	10
49	4	5	9
50	5	5	10
51	5	5	10
52	4	4	8
53	5	4	9
54	5	5	10
55	4	5	9
56	5	5	10
57	4	4	8
58	4	4	8
59	3	3	6
60	3	4	7
61	5	5	10
62	4	5	9
63	4	5	9
64	5	5	10
65	4	4	8
66	5	5	10
67	4	4	8
68	5	5	10
69	5	5	10
70	4	4	8
71	3	5	8



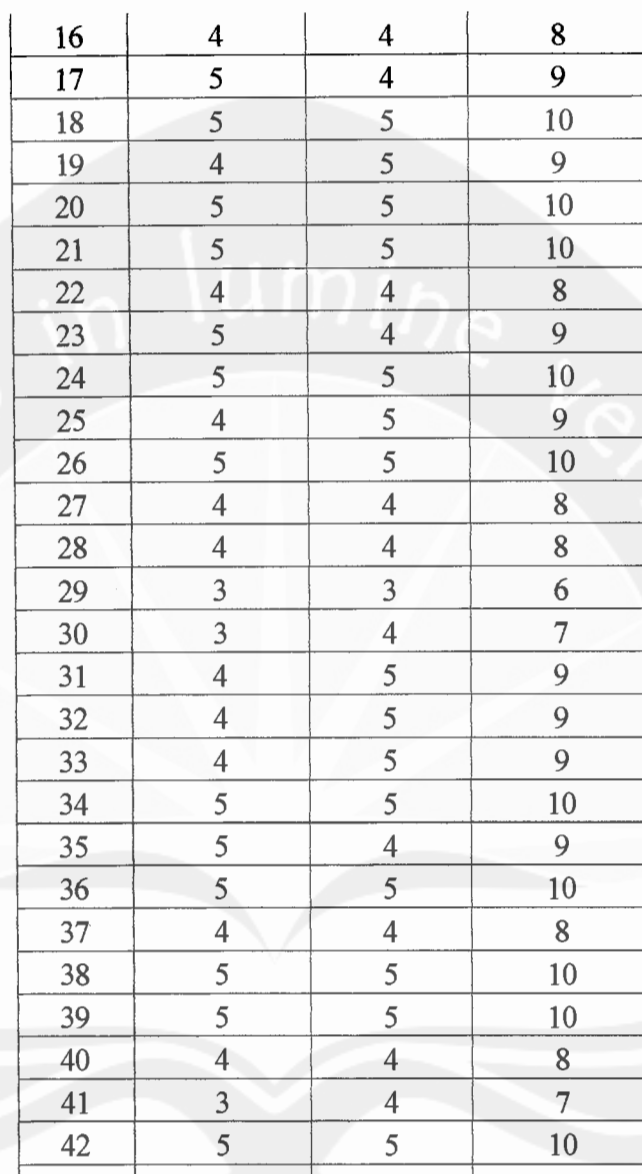
72	5	5	10
73	4	3	7
74	4	4	8
75	5	5	10
76	4	4	8
77	5	4	9
78	5	5	10
79	4	5	9
80	5	5	10
81	5	5	10
82	4	4	8
83	5	4	9
84	5	5	10
85	4	5	9
86	5	5	10
87	4	4	8
88	4	4	8
89	3	3	6
90	3	4	7
91	5	5	10
92	4	5	9
93	4	5	9
94	5	5	10
95	4	4	8
96	5	5	10
97	4	4	8
98	5	5	10
99	5	5	10
100	4	4	8
101	3	5	8
102	5	5	10
103	4	3	7
104	4	4	8
105	5	5	10
106	4	4	8
107	5	4	9
108	5	5	10

109	4	5	9
110	5	5	10
111	5	5	10
112	4	4	8
113	5	4	9
114	5	5	10
115	4	5	9
116	5	5	10
117	4	4	8
118	4	4	8
119	3	3	6
120	3	4	7
121	5	5	10
122	4	5	9
123	4	5	9
124	5	5	10
125	4	4	8

4. Jawaban Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Faktor Informasi Produk

Indofood (N=125):

No.	Butir 1	Butir 2	Total
1	4	5	9
2	4	5	9
3	4	5	9
4	5	5	10
5	5	4	9
6	5	5	10
7	4	4	8
8	5	5	10
9	5	5	10
10	4	4	8
11	3	4	7
12	5	5	10
13	4	3	7
14	4	4	8
15	5	5	10



16	4	4	8
17	5	4	9
18	5	5	10
19	4	5	9
20	5	5	10
21	5	5	10
22	4	4	8
23	5	4	9
24	5	5	10
25	4	5	9
26	5	5	10
27	4	4	8
28	4	4	8
29	3	3	6
30	3	4	7
31	4	5	9
32	4	5	9
33	4	5	9
34	5	5	10
35	5	4	9
36	5	5	10
37	4	4	8
38	5	5	10
39	5	5	10
40	4	4	8
41	3	4	7
42	5	5	10
43	4	3	7
44	4	4	8
45	5	5	10
46	4	4	8
47	5	4	9
48	5	5	10
49	4	5	9
50	5	5	10
51	5	5	10
52	4	4	8
53	5	4	9
54	5	5	10

55	4	5	9
56	5	5	10
57	4	4	8
58	4	4	8
59	3	3	6
60	3	4	7
61	4	5	9
62	4	5	9
63	4	5	9
64	5	5	10
65	5	4	9
66	5	5	10
67	4	4	8
68	5	5	10
69	5	5	10
70	4	4	8
71	3	4	7
72	5	5	10
73	4	3	7
74	4	4	8
75	5	5	10
76	4	4	8
77	5	4	9
78	5	5	10
79	4	5	9
80	5	5	10
81	5	5	10
82	4	4	8
83	5	4	9
84	5	5	10
85	4	5	9
86	5	5	10
87	4	4	8
88	4	4	8
89	3	3	6
90	3	4	7
91	4	5	9
92	4	5	9
93	4	5	9

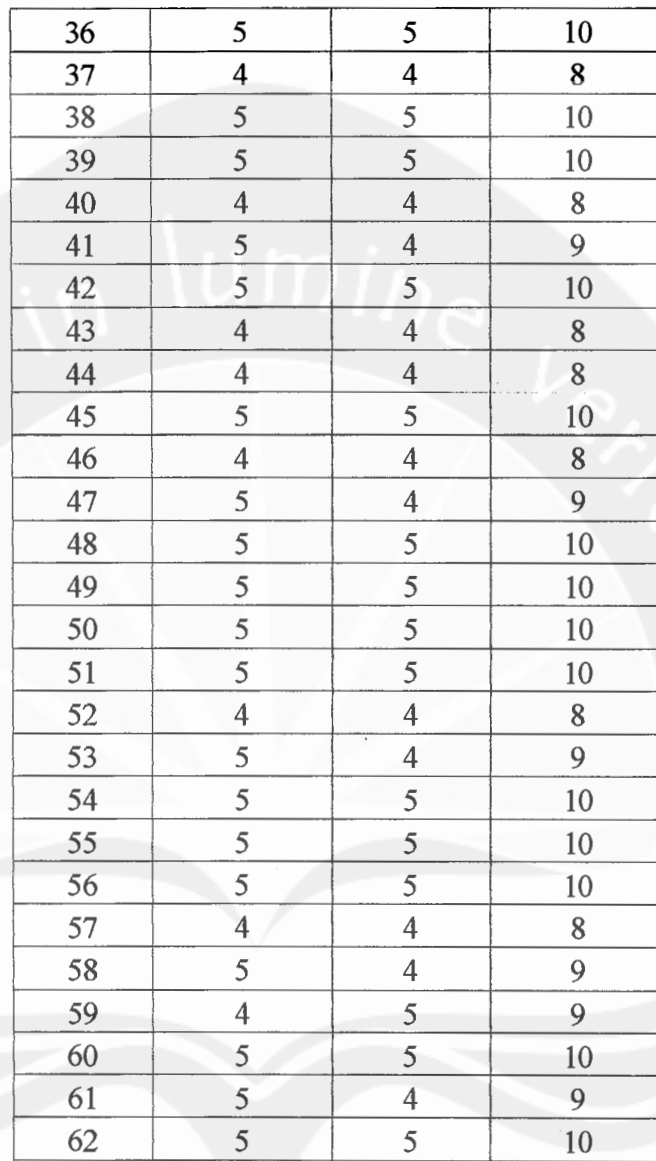
94	5	5	10
95	5	4	9
96	5	5	10
97	4	4	8
98	5	5	10
99	5	5	10
100	4	4	8
101	3	4	7
102	5	5	10
103	4	3	7
104	4	4	8
105	5	5	10
106	4	4	8
107	5	4	9
108	5	5	10
109	4	5	9
110	5	5	10
111	5	5	10
112	4	4	8
113	5	4	9
114	5	5	10
115	4	5	9
116	5	5	10
117	4	4	8
118	4	4	8
119	3	3	6
120	3	4	7
121	4	5	9
122	4	5	9
123	4	5	9
124	5	5	10
125	5	4	9

5. Jawaban Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Faktor Informasi Produk

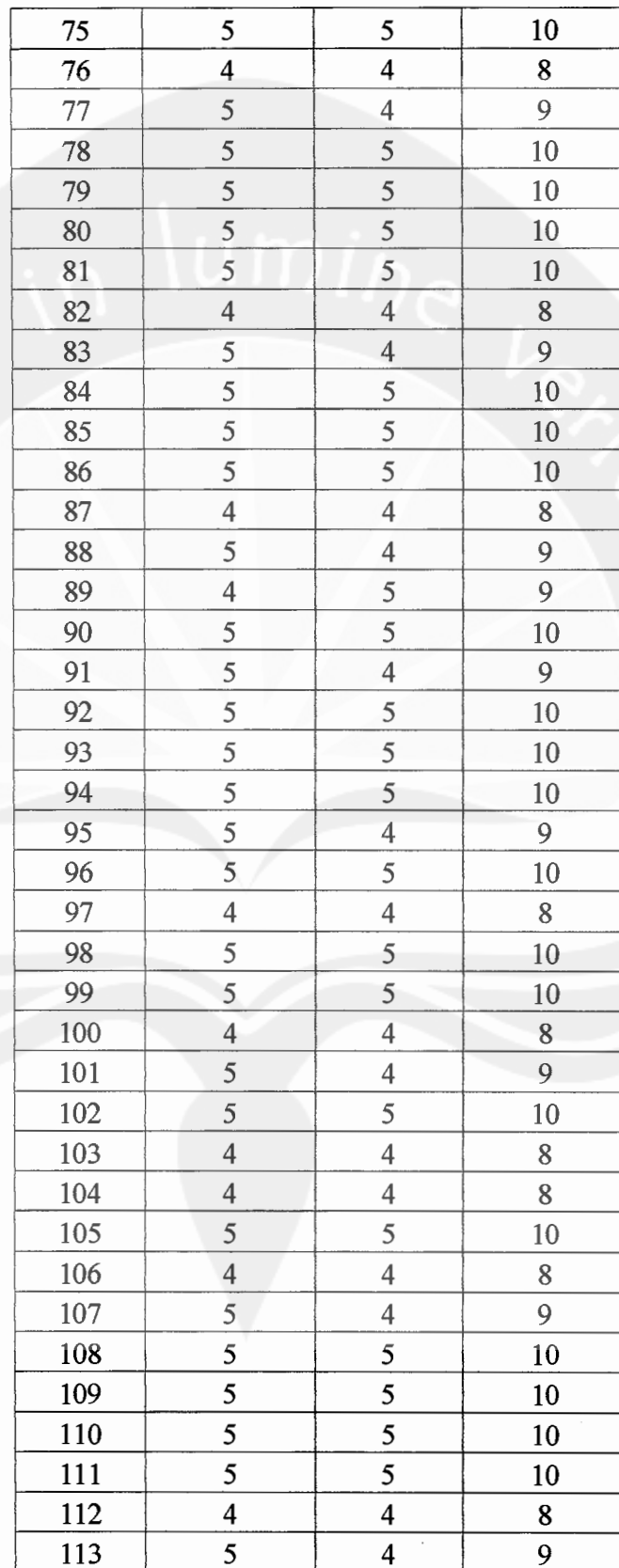
Indofood (N=125) :

No.	Butir 3	Butir 4	Total
1	5	4	9
2	5	5	10
3	5	5	10
4	5	5	10
5	5	4	9
6	5	5	10
7	4	4	8
8	5	5	10
9	5	5	10
10	4	4	8
11	5	4	9
12	5	5	10
13	4	4	8
14	4	4	8
15	5	5	10
16	4	4	8
17	5	4	9
18	5	5	10
19	5	5	10
20	5	5	10
21	5	5	10
22	4	4	8
23	5	4	9
24	5	5	10
25	5	5	10
26	5	5	10
27	4	4	8
28	5	4	9
29	4	5	9
30	5	5	10
31	5	4	9
32	5	5	10
33	5	5	10
34	5	5	10
35	5	4	9





36	5	5	10
37	4	4	8
38	5	5	10
39	5	5	10
40	4	4	8
41	5	4	9
42	5	5	10
43	4	4	8
44	4	4	8
45	5	5	10
46	4	4	8
47	5	4	9
48	5	5	10
49	5	5	10
50	5	5	10
51	5	5	10
52	4	4	8
53	5	4	9
54	5	5	10
55	5	5	10
56	5	5	10
57	4	4	8
58	5	4	9
59	4	5	9
60	5	5	10
61	5	4	9
62	5	5	10
63	5	5	10
64	5	5	10
65	5	4	9
66	5	5	10
67	4	4	8
68	5	5	10
69	5	5	10
70	4	4	8
71	5	4	9
72	5	5	10
73	4	4	8
74	4	4	8



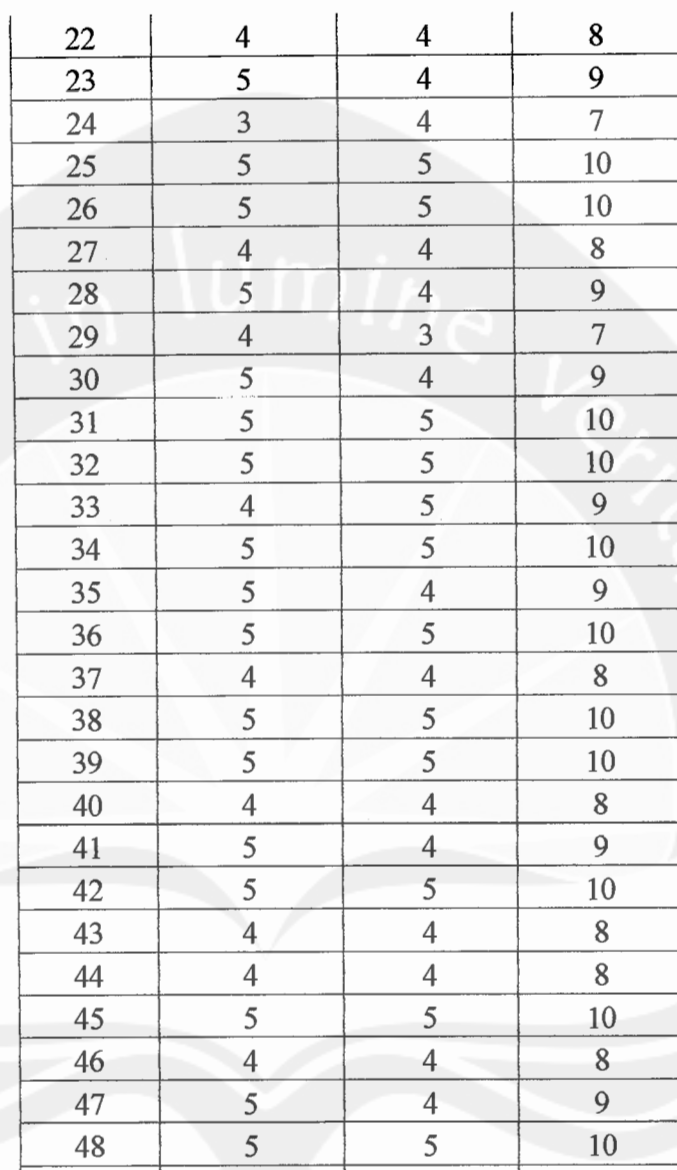
75	5	5	10
76	4	4	8
77	5	4	9
78	5	5	10
79	5	5	10
80	5	5	10
81	5	5	10
82	4	4	8
83	5	4	9
84	5	5	10
85	5	5	10
86	5	5	10
87	4	4	8
88	5	4	9
89	4	5	9
90	5	5	10
91	5	4	9
92	5	5	10
93	5	5	10
94	5	5	10
95	5	4	9
96	5	5	10
97	4	4	8
98	5	5	10
99	5	5	10
100	4	4	8
101	5	4	9
102	5	5	10
103	4	4	8
104	4	4	8
105	5	5	10
106	4	4	8
107	5	4	9
108	5	5	10
109	5	5	10
110	5	5	10
111	5	5	10
112	4	4	8
113	5	4	9

114	5	5	10
115	5	5	10
116	5	5	10
117	4	4	8
118	5	4	9
119	4	5	9
120	5	5	10
121	5	4	9
122	5	5	10
123	5	5	10
124	5	5	10
125	5	4	9

6. Jawaban Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Faktor Informasi Produk

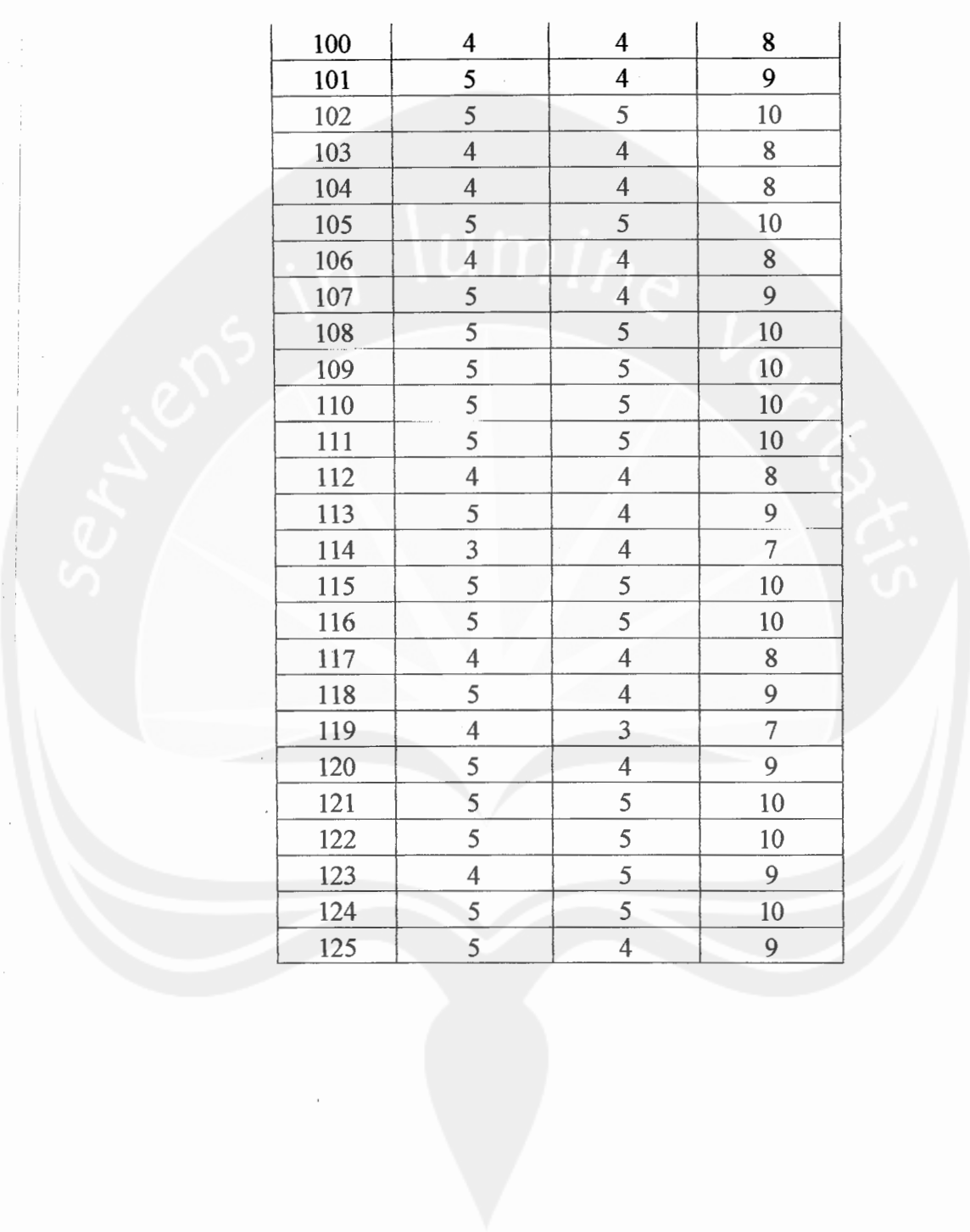
Indofood (N=125) :

No.	Butir 5	Butir 6	Total
1	5	5	10
2	5	5	10
3	4	5	9
4	5	5	10
5	5	4	9
6	5	5	10
7	4	4	8
8	5	5	10
9	5	5	10
10	4	4	8
11	5	4	9
12	5	5	10
13	4	4	8
14	4	4	8
15	5	5	10
16	4	4	8
17	5	4	9
18	5	5	10
19	5	5	10
20	5	5	10
21	5	5	10



22	4	4	8
23	5	4	9
24	3	4	7
25	5	5	10
26	5	5	10
27	4	4	8
28	5	4	9
29	4	3	7
30	5	4	9
31	5	5	10
32	5	5	10
33	4	5	9
34	5	5	10
35	5	4	9
36	5	5	10
37	4	4	8
38	5	5	10
39	5	5	10
40	4	4	8
41	5	4	9
42	5	5	10
43	4	4	8
44	4	4	8
45	5	5	10
46	4	4	8
47	5	4	9
48	5	5	10
49	5	5	10
50	5	5	10
51	5	5	10
52	4	4	8
53	5	4	9
54	3	4	7
55	5	5	10
56	5	5	10
57	4	4	8
58	5	4	9
59	4	3	7
60	5	4	9

61	5	5	10
62	5	5	10
63	4	5	9
64	5	5	10
65	5	4	9
66	5	5	10
67	4	4	8
68	5	5	10
69	5	5	10
70	4	4	8
71	5	4	9
72	5	5	10
73	4	4	8
74	4	4	8
75	5	5	10
76	4	4	8
77	5	4	9
78	5	5	10
79	5	5	10
80	5	5	10
81	5	5	10
82	4	4	8
83	5	4	9
84	3	4	7
85	5	5	10
86	5	5	10
87	4	4	8
88	5	4	9
89	4	3	7
90	5	4	9
91	5	5	10
92	5	5	10
93	4	5	9
94	5	5	10
95	5	4	9
96	5	5	10
97	4	4	8
98	5	5	10
99	5	5	10



100	4	4	8
101	5	4	9
102	5	5	10
103	4	4	8
104	4	4	8
105	5	5	10
106	4	4	8
107	5	4	9
108	5	5	10
109	5	5	10
110	5	5	10
111	5	5	10
112	4	4	8
113	5	4	9
114	3	4	7
115	5	5	10
116	5	5	10
117	4	4	8
118	5	4	9
119	4	3	7
120	5	4	9
121	5	5	10
122	5	5	10
123	4	5	9
124	5	5	10
125	5	4	9



## Reliabilitas Penilaian Konsumen Terhadap Faktor Kinerja

### Reliability

\*\*\*\*\* Method 1 (space saver) will be used for this analysis \*\*\*\*\*

#### RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	BUTIR3	4.1667	.5307	30.0
2.	BUTIR4	4.1667	.5921	30.0

Statistics for SCALE	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
	8.3333	1.0575	1.0283	2

#### Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
BUTIR3	4.1667	.3506	.6768	.
BUTIR4	4.1667	.2816	.6768	.

#### Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 2

Alpha = .8043



## Reliabilitas Penilaian Konsumen Terhadap Faktor Atribut

### Reliability

\*\*\*\*\* Method 1 (space saver) will be used for this analysis \*\*\*\*\*

#### RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	BUTIR5	4.3667	.6687	30.0
2.	BUTIR6	4.4667	.6288	30.0

Statistics for SCALE	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
	8.8333	1.3851	1.1769	2

#### Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
BUTIR5	4.4667	.3954	.6451	.
BUTIR6	4.3667	.4471	.6451	.

#### Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 2

Alpha = .7834



## Reliabilitas Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Faktor Kinerja

### Reliability

\*\*\*\*\* Method 1 (space saver) will be used for this analysis \*\*\*\*\*

#### RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	BUTIR3	4.7333	.4498	30.0
2.	BUTIR4	4.5667	.5040	30.0

Statistics for SCALE	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
	9.3000	.7000	.8367	2

#### Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
BUTIR3	4.5667	.2540	.5375	.
BUTIR4	4.7333	.2023	.5375	.

#### Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 2

Alpha = .6962

## Reliabilitas Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Faktor Atribut

### Reliability

\*\*\*\*\* Method 1 (space saver) will be used for this analysis \*\*\*\*\*

#### RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	BUTIR5	4.6333	.5561	30.0
2.	BUTIR6	4.5000	.5724	30.0

Statistics for SCALE	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
	9.1333	1.0161	1.0080	2

#### Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
BUTIR5	4.5000	.3276	.5959	.
BUTIR6	4.6333	.3092	.5959	.

#### Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0                      N of Items = 2

Alpha = .7466

1. Perhitungan Mean ( Rata-rata Hitung ) Penilaian Konsumen Terhadap Faktor Informasi, Kinerja, Dan Atribut Produk Indofood :

<b>informasi</b>				kuantitatif	kuantitatif	Total	XK
5	21	25	46	105	125	230	996
4	83	75	158	332	300	632	
3	17	25	42	51	75	126	
2	4	0	4	8	0	8	
1	0	0	0	0	0	0	
<b>jumlah</b>	125	125		496	500		
			Mean butir 1 :	3.968			
Mean 1	3,984		Mean butir 2 :	4			
<b>kinerja</b>				kuantitatif	kuantitatif	Total	XK
5	28	32	60	140	160	300	1037
4	88	79	167	352	316	668	
3	9	14	23	27	42	69	
2	0	0	0	0	0	0	
1	0	0	0	0	0	0	
<b>jumlah</b>	125	125		519	518		
			Mean butir 3:	4.152			
Mean 2	4,148		Mean butir 4:	4.144			
<b>atribut</b>				kuantitatif	kuantitatif	Total	XK
5	58	25	83	290	125	415	1046
4	55	75	130	220	300	520	
3	12	25	37	36	75	111	
2	0	0	0	0	0	0	
1	0	0	0	0	0	0	
<b>jumlah</b>	125	125		546	500		
			Mean butir 5:	4.368			
Mean 3	4,184		Mean butir 6:	4			

2. Perhitungan Mean ( Rata-rata Hitung ) Kepuasan Konsumen Terhadap Faktor Informasi, Kinerja, Dan Atribut Produk Indofood :

informasi				kuantitatif	kuantitatif	Total	XK
5	59	25	84	295	125	420	1047
4	54	75	129	216	300	516	
3	12	25	37	36	75	111	
2	0	0	0	0	0	0	
1	0	0	0	0	0	0	
jumlah	125	125		547	500		
			Mean butir 1:	4.376			
Mean 1	4,188		Mean butir 2:	4			
kinerja				kuantitatif	kuantitatif	Total	XK
5	93	71	164	465	355	820	1164
4	32	54	86	128	216	344	
3	0	0	0	0	0	0	
2	0	0	0	0	0	0	
1	0	0	0	0	0	0	
jumlah	125	125		593	571		
			Mean butir 3:	4.744			
Mean 2	4,656		Mean butir 4:	4.568			
atribut				kuantitatif	kuantitatif	Total	XK
5	84	69	153	420	345	765	1145
4	37	52	89	148	208	356	
3	4	4	8	12	12	24	
2	0	0	0	0	0	0	
1	0	0	0	0	0	0	
jumlah	125	125		580	565		
			Mean butir 5:	4.64			
Mean 3	4,58		Mean butir 6:	4.52			

## Regression

### Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y	27,28	2,580	125
X1	7,97	1,121	125
X2	8,30	1,024	125
X3	8,88	1,112	125

### Correlations

		Y	X1	X2	X3
Pearson Correlation	Y	1,000	,148	,399	,889
	X1	,148	1,000	,416	,269
	X2	,399	,416	1,000	,442
	X3	,889	,269	,442	1,000
Sig. (1-tailed)	Y	.	,050	,000	,000
	X1	,050	.	,000	,001
	X2	,000	,000	.	,000
	X3	,000	,001	,000	.
N	Y	125	125	125	125
	X1	125	125	125	125
	X2	125	125	125	125
	X3	125	125	125	125

### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X3, X1, X2	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,895 <sup>a</sup>	,801	,797	1,164

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	661,345	3	220,448	162,792	,000 <sup>a</sup>
	Residual	163,855	121	1,354		
	Total	825,200	124			

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

## Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	9,831	1,065		9,232	,000			
	X1	-,261	,103	-,113	-2,533	,013	,148	-,224	-,103
	X2	,122	,121	,049	1,010	,315	,399	,091	,041
	X3	2,085	,105	,898	19,780	,000	,889	,874	,801

a. Dependent Variable: Y



Tabel

Nilai-nilai R Product Moment

N	Taraf Signifikan		N	Taraf Signifikan		N	Taraf Signifikan	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,754	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	95	0,202	0,263
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	100	0,195	0,256
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	125	0,176	0,230
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	150	0,159	0,210
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	175	0,148	0,194
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	200	0,138	0,181

17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	300	0,113	0,148
18	0,468	0,590	42	0,304	0,393	400	0,098	0,128
19	0,456	0,575	43	0,301	0,389	500	0,088	0,115
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	600	0,080	0,105
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	700	0,074	0,097
22	0,423	0,537	46	0,291	0,376	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	1000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364			
26	0,388	0,496	50	0,297	0,361			