

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK ROTIBOY TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN DI MALL  
CIPUTRA SEMARANG**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana  
Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

**SHELLI ROSALIA**

**12010110141065**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**SEMARANG**

**2015**

## **PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama Penyusun : SHELLI ROSALIA

Nomor Induk Mahasiswa : 12010110141065

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Manajemen

Judul Skripsi : **Pengaruh Atribut Produk Rotiboy terhadap Kepuasan  
Konsumen di Mal Ciputra Semarang**

Dosen Pembimbing : Dr H Susilo Toto Rahardjo, S.E ,M.T

Semarang, 02 November 2015

Dosen Pembimbing

**Dr H Susilo Toto Rahardjo,S.E ,M.T**

**NIP:196312241989021001**

## ABSTRAKSI

Salah satu faktor yang dominan untuk memberikan pelayanan konsumen adalah dengan mengutamakan kepuasan konsumen. Usaha memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan secara menguntungkan (*win-win solution*), yaitu keadaan di mana kedua belah pihak merasa menang dan tidak ada yang dirugikan. Dengan terjaganya kepuasan konsumen diharapkan volume penjualan perusahaan akan tetap terjaga, dan bahkan meningkat. Diduga faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam penelitian ini antara lain; keterjangkauan harga, kualitas produk, desain produk dan keterandalan produk.

Teori yang digunakan untuk menggeneralisasi adalah sebagaimana dinyatakan oleh Dutka (2010) yang menandaskan bahwa atribut-atribut produk dari kepuasan konsumen secara universal meliputi 1) *value price relations*, 2) *product quality*, 3) *product benefit*, 4) *product features*, 5) *product design*, 6) *product reliability and consistency*, and 7) *range of product or service*. Dari sintesis Dutka tersebut diambil 4 faktor atribut produk yang dianggap berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Rotiboy, karena alasan aksesibilitas dan visibilitas data terkait obyek penelitian, yaitu; keterjangkauan harga, kualitas produk, desain produk dan keterandalan produk. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan adalah “terdapat pengaruh positif variabel keterjangkauan harga, kualitas produk, desain produk dan keterandalan produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen Rotiboy”.

Sampel penelitian sebanyak 100 responden yang diambil dari konsumen yang berbelanja di Rotiboy Mal Ciputra Semarang, yang sebelumnya dilakukan ketetapan perhitungan *sample size* dengan rumus Slovin. Pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Dengan tempo penyebaran kuesioner yang memakan waktu 20 hari, maka ke-100 kuesioner selanjutnya diolah dan dilakukan analisis.

Berdasarkan perhitungan statistik dengan bantuan program SPSS, maka inferensinya adalah variabel keterjangkauan harga, kualitas produk, desain produk dan keterandalan produk secara bersama-sama maupun secara partial, berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan demikian H1 sampai dengan H5 diterima pada taraf kepercayaan 95 persen. Mengacu hasil penelitian maka dari ke-empat variabel bebas penelitian, maka 4 variabel bebas penelitian, yaitu keterjangkauan harga, kualitas produk, desain produk dan keterandalan produk kontribusinya terhadap kepuasan konsumen masih memungkinkan untuk ditingkatkan, di mana variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen.

**Keyword:** *keterjangkauan harga, kualitas produk, desain produk, keterandalan produk dan kepuasan konsumen*

## ABSTRACTION

One of the dominant factors for providing customer service is the satisfaction of consumers. Efforts must be made to satisfy customer needs profitably (win-win solution), the state in which both sides feel to win and no one harmed. Preservation of customer satisfaction with the company's sales volume is expected to be maintained, and even increased. Allegedly the factors that influence consumer satisfaction in this study, among others; affordability, product quality, product design and product reliability.

The theory is used to generalize is as stated by Dutka (2010) which says that the product attributes of customer satisfaction are universally include 1) the value price relations, 2) product quality, 3) product benefits, 4) product features, 5) product Deign, 6) product reliability and consistency, and 7) range of product or service. Dutka signal taken from the 4 factors of product attributes that are considered influential on consumer satisfaction Rotiboy, for reasons related data avaibilitas and visibility of the object, namely; affordability, product quality, product design and product reliability. Thus, the hypothesis is "a positive influence variables affordability, product quality, product design and reliability of the product simultaneously on consumer satisfaction Rotiboy".

The research sample of 100 respondents drawn from consumers who shop at Rotiboy Mal Ciputra Semarang, who previously made provision sample size calculation formula Slovin. Sampling using accidental sampling technique. With the tempo of deployment questionnaire that takes about 20 days, then the 100th questionnaire subsequently processed and analyzed.

Based on statistical calculations with SPSS, then the inference is variable affordability, product quality, product design and reliability of products collectively or partially, affects customer satisfaction (Y). Therefore H1 through H5 is received at the level of 95 percent. Referring to the research results of the four independent variables the study, the four independent variables of research, namely affordability, product quality, product design and reliability of products contributing to customer satisfaction is still possible to be improved, in which the variable quality of products has the most dominant influence on consumer satisfaction.

***Keyword: affordability, product quality, product design, product reliability and customer satisfaction***

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

- Dengan ilmu hidup ini menjadi mudah, dengan seni kehidupan menjadi manis dan dengan Agama hidup ini menjadi bermakna dan terarah
- Hanya orang yang memiliki otak yang “lapar” yang bisa menjadi orang yang terpelajar.
- Kejujuran yang terbesar di dunia adalah berani menanggung kekalahan tanpa putus asa.

*Kupersembahkan kepada:*

- Papa, Mamaku terima kasih telah memberikan dukungan, kasih sayang dan doanya yang tulus
- Seseorang yang selalu setia menemaniku
- Para sahabatku terima kasih atas dukungan dan doanya.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis telah berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH ATRIBUT PRODUK ROTIBOY TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MAL CIPUTRA SEMARANG”. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat Program Strata I (S1) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Dalam penyusunan ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, masukan serta dorongan semangat dari beberapa pihak, dan oleh karenanya dengan kerendahan serta setulus hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah melancarkan ini semua sehingga saya bisa menyelesaikan kuliah dan skripsi saya
2. Bapak Dr. Suharnomo, S.E, M.Si , selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
3. Bapak Dr. H .Susilo Toto Rahardjo, S.E, M.T , selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Bapak Drs. Prasetiono, M.Si , selaku dosen wali yang telah memberikan dorongan dan motivasi.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
6. Papa Ali Zulfa Busro dan Mama Annisa Purwaniti tercinta dan tersayang yang selalu memberikan dorongan dan motivasi serta doa kepada saya selama dalam masa pendidikan.
7. Pacar saya Dicky Priambodo yang telah menemani dan menjadi motivator buat saya.
8. Rekan-rekan studi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang
9. Teman-teman saya tercinta yang tergabung dalam group “BARBZ”
10. Kepada seluruh staff Fakultas Ekonomika Dan Bisnis yang telah memberikan kemudahan kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Diponegoro
11. Kepada para responden yang sudah bersedia memberikan waktunya sehingga memudahkan saya untuk menyelesaikan dan menyempurnakan penelitian saya

Sesungguhnya penulis menyadari bahwa tanpa bantuan pihak-pihak yang tersebut di atas, skripsi ini tidak akan selesai, untuk itu penulis sampaikan penghargaan yang tinggi.

Akhir kata penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi, dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi pihak yang membutuhkan. Ibarat kata pepatah ” Tidak ada gading yang tak retak”, walaupun masih banyak kekurangan di sana-sini, semoga karya ilmiah dapat berguna bagi pembaca semua. Amin

Semarang, 02 November 2015

Penulis

**SHELLI ROSALIA**

**NIM:12010110141065**

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
ABSTRAKSI .....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian .....	6
1.5 Sistematika Penulisan .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1 Landasan Teori .....	10
1. Kepuasan Konsumen .....	10
2. Atribut Produk .....	14
3. Harga Produk .....	16
4. Kualitas Produk.....	21
5. Desain Produk.....	22
6. Keterandalan Produk.....	24
7. Hubungan antar Variabel Penelitian .....	24
2.2 Penelitian Terdahulu.....	30
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	33
2.4 Hipotesis .....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	35
3.2 Penentuan Sampel .....	38
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	39
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	40
3.5 Metode Analisis Data .....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Gambaran Umum Responden.....	49
4.2 Analisis Indeks Jawaban Responden per Variabel .....	53
4.3 Pengujian Instrumen Data .....	59
4.4 Pengujian Asumsi Klasik .....	63
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	71
4.6 Pengujian Hipotesis .....	72
4.7 Koefisien Determinasi .....	77

BAB V	PENUTUP.....	80
	5.1 Kesimpulan .....	80
	5.2 Saran .....	81
DAFTAR PUSTAKA .....		84

## DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel :

1.1	Volume Penjualan Produk <i>Rotiboy</i> di Mal Ciputra Semarang Selama bulan Januari s/d Juni 2014 (Rupiah).....	5
4.1	Distribusi Responden Berdasarkan Kelompok Umur .....	50
4.2	Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	51
4.3	Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	52
4.4	Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	53
4.5	Persepsi Responden Terhadap Indikator Keterjangkauan Harga .....	55
4.6	Persepsi Responden Terhadap Indikator Kualitas Produk .....	56
4.7	Persepsi Responden Terhadap Indikator Desain Produk.....	57
4.8	Persepsi Responden Terhadap Indikator Desain Produk.....	58
4.9	Persepsi Responden Terhadap Indikator Kepuasan Konsumen .....	59
4.10	Rekapitulasi Hasil Perhitungan Koefisien Validitas Variabel Penelitian .....	61
4.11	Rekapitulasi Uji Reliabilitas .....	62
4.12	Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	66
4.13	Uji Multikolinieritas .....	67
4.14	Uji Heteroskedastisitas Glejser.....	70
4.15	Koefisien Determinasi .....	77

## DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar:

2.1	Kerangka Pemikiran Teoritis .....	31
3.1	Pengujian Hipotesis dengan t-test antara $X_i$ dengan Variabel Y .....	47
3.2	Pengujian Hipotesis Variabel $X_1, X_2, X_3$ dan $X_4$ terhadap Variabel Y Secara Simultan .....	48
4.1	Histogram .....	64
4.2	Normal Plot .....	65
4.3	Uji Heteroskedastisitas .....	68
4.4	Pengaruh Keterjangkauan harga terhadap Kepuasan konsumen .....	72
4.5	Pengaruh Kualitas produk terhadap Kepuasan konsumen .....	73
4.6	Pengaruh Desain produk terhadap Kepuasan konsumen .....	74
4.7	Pengaruh Keterandalan produk terhadap Kepuasan konsumen .....	75
4.8	Pengaruh keterjangkauan harga, kualitas produk, desain produk dan keterandalan produk terhadap Kepuasan konsumen .....	76

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran:

1. Kuesioner
2. Tabel Uji Instrumen Data
3. Tabel Induk
4. Output Spss
5. Tabel r Pearson
6. Tabel Distribusi Student's t
7. Tabel Distribusi F-Probabilitas 0,05

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Persaingan ketat di era globalisasi ini telah memaksa perusahaan untuk tidak lagi menganut falsafah pemasaran yang berorientasi kepada produk, melainkan telah beralih kepada konsep pemasaran yang berorientasi kepada konsumen (*customer oriented*). Dalam hal ini Katz (2003:6) mengatakan dari bisnis yang berorientasi pada produksi pada awal abad 20 menuju pada bisnis yang berorientasi pada membangun hubungan, 100 tahun kemudian, pemasaran mulai berfokus pada kepuasan pelanggan, nilai bagi keuntungan jangka panjang perusahaan dan pelanggannya. Konsep ini meliputi bagaimana mengembangkan produk sesuai dengan harapan konsumen. Apabila konsumen puas dengan produk yang dihasilkan, maka akan terbentuk suatu sikap positif dari konsumen yaitu dengan melakukan pembelian ulang. Mowen dan Minor (2002:47) menyatakan bagi organisasi yang ingin berkembang pesat wajib baginya untuk menyesuaikan diri dengan berbagai kebutuhan para pelanggan yang selalu berubah dan berhasil dalam memuaskan kebutuhan-kebutuhan itu.

Konsumen akan memperhatikan dan menilai dari berbagai unsur yang terdapat dalam suatu produk, baik yang bersifat fisik maupun non fisik atau dengan kata lain konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk akan memperhatikan atribut produk tersebut. Dutka (2010:60) menandakan bahwa

atribut produk secara universal antara lain meliputi harga, kualitas produk, desain produk dan keterandalan produk.

Berkaitan dengan harga, Lupiyoadi (2006) menyatakan bahwa harga sangat signifikan dalam pemberian nilai oleh konsumen dan mempengaruhi citra produk serta berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian konsumen. Konsumen akan membeli produk yang memberikan nilai baginya sepanjang harganya masih terjangkau. Selanjutnya Simamora (2004) menyatakan oleh karena itu agar berhasil setiap perusahaan harus berpikir untuk memberikan nilai yang maksimal bagi pelanggan. Tjiptono (2002) dalam kaitan harga menyatakan bahwa harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli yaitu alokasi dan informasi. Berdasarkan dari hal tersebut, dapat dimaknai bahwa harga memiliki kecenderungan mempengaruhi keputusan konsumen membeli suatu produk. Kotler (2006) menambahkan bahwa konsep produk menegaskan bahwa konsumen akan menyukai produk-produk yang menawarkan ciri yang paling bermutu, berkinerja atau inovatif, sehingga dapat dimaknai bahwa kualitas produk memiliki kecenderungan mempengaruhi kepuasan konsumen.

Kotler (2006) kembali menambahkan perusahaan dalam menghasilkan suatu produk tentunya berharap agar desain dari produknya sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga dapat menarik minat beli mereka. Produk yang dirancang dengan baik bagi perusahaan adalah produk yang mudah diproduksi dan didistribusikan, sedangkan bagi pelanggan produk yang dirancang dengan baik adalah produk yang menyenangkan untuk dilihat, mudah dibuka, dipasang, digunakan, diperbaiki serta dibuang. Berdasarkan dari hal tersebut dapat

disimpulkan bahwa desain produk memiliki kecenderungan mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk, sehingga memunculkan perilaku membeli yang berkesinambungan.

Menurut Kotler (2006:136) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan yang dimiliki. Secara umum kepuasan dapat diartikan sebagai suatu perbandingan antara layanan atau hasil yang diterima konsumen dengan harapan konsumen, di mana layanan atau hasil yang diterima itu paling tidak harus sama dengan harapan konsumen, atau bahkan melebihinya.

Sektor usaha di bidang produk bisa meliputi produk *food and beverage*, *retailer*, *consumer good*, dan lain sebagainya. Selain usaha produk yang disebutkan di atas, terdapat usaha produk yang kini semakin berkembang dan banyak dilakukan oleh para usahawan yaitu bisnis roti kering. Usaha produk *food and beverage* ini semakin marak di kota Semarang. Hal ini sejalan dengan semakin berkembangnya kebutuhan dan keinginan masyarakat yang sangat memerlukan keberadaan produk instan, guna keperluan penyediaan konsumsi rapat, seminar, lokakarya, dan lain sebagainya. Makin tingginya keperluan masyarakat Kota Semarang dalam hal penyediaan konsumsi untuk rapat, seminar, lokakarya dan lain sebagainya ini, makin menarik minat banyak pengusaha untuk melakukan bisnis dalam bidang ini. Dalam konteks ini, perusahaan harus mampu tampil bersaing beda dengan pesaingnya.

Terkait semakin maraknya usaha *food and beverage*, khususnya produk roti instan, terlihat dewasa ini persaingan sektor usaha ini semakin menjamur di Kota Semarang sangat tinggi. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya usaha roti di Semarang seperti *Wonder, Dyriana, Swiss Bakery, Linda, Jesslyn 'n Cake, Holland Bakery, J-Co, Rotiboy, Virgin and Cake Bakery*, serta masih banyak lagi usaha roti lainnya. *Rotiboy* di Kota Semarang terletak di kawasan Mal Ciputra Lantai 1 Simpang Lima.

*Rotiboy* merupakan perusahaan roti asal Malaysia yang berdiri sejak tahun 1998. Tahun 2004 *franchise Rotiboy* mulai merambah keluar Malaysia seperti Singapura, Hongkong dan Indonesia. Perkembangan *Rotiboy* di Indonesia sendiri sangat pesat. Hampir di setiap kota besar di Indonesia terdapat *Rotiboy*. *Rotiboy* di Mal Ciputra Semarang sendiri merupakan satu-satunya di kota Semarang. *Rotiboy* di Mal Ciputra ini memiliki nilai keunikan tersendiri yaitu bahwa dari awal berdiri sampai sekarang hanya menjual satu jenis produk roti. Tidak seperti usaha toko roti lainnya yang memproduksi beraneka ragam jenis roti. Sebagai *franchise internasional*, *Rotiboy* telah menciptakan pelayanan yang bermutu, yaitu mengacu pada standarisasi internasional sebagaimana telah mendapatkan sertifikasi ISO 9001:2000, juga patokan harga bagi produknya yang dianggap kompetitif dan terjangkau semua kalangan masyarakat, disertai dengan keberadaan rasa (*taste*) produk yang khas untuk konsumsi masyarakat Semarang dan sekitarnya.

Berdasarkan pra-survei yang telah dilakukan peneliti dan hasil wawancara terhadap karyawan *Rotiboy*, diperoleh data yang menunjukkan bahwa volume penjualan produk *Rotiboy* selama 6 (enam) bulan mengalami trend yang menurun.

Fenomena semacam ini sudah barang tentu tidak dikehendaki oleh setiap manajemen yang menekankan orientasi *profit motive* dalam usahanya. Oleh karena itu, penurunan volume penjualan tersebut harus segera dicari solusinya, agar di kemudian hari dapat terangkat kembali.

Adapun data mengenai volume penjualan *Rotiboy* selama 6 (enam) bulan terakhir yaitu:

Tabel 1.1  
Volume Penjualan Produk *Rotiboy* di Mal Ciputra Semarang  
Selama bulan Januari s/d Juni 2014 (Rupiah)

No	Bulan	Volume Penjualan
1	Januari	28.170.000
2	Februari	28.128.000
3	Maret	27.474.000
4	April	27.372.000
5	Mei	26.742.000
6	Juni	26.466.000

Sumber: *Rotiboy* Mal Ciputra Semarang, 2014

Berdasarkan strategi *Rotiboy* di Mal Ciputra Semarang yang hanya memproduksi satu jenis produk roti, yang disertai adanya masalah penurunan volume penjualan, maka penulis tertarik mengambil judul "Pengaruh Atribut Produk *Rotiboy* terhadap Kepuasan Konsumen di Mal Ciputra Semarang"

## 1.2 Perumusan Masalah

Masalah adalah terdapatnya *gap* antara *das sein* dan *das sollen* atau terdapatnya kesenjangan antara harapan dengan kenyataan. Harapan manajemen dalam penelitian ini adalah terciptanya kepuasan konsumen yang tinggi yang ditandai dengan meningkatnya volume penjualan. Namun pada kenyataannya kepuasan konsumen sebagaimana diharapkan tidak dapat dipenuhi, yang

diperlihatkan dari penurunan volume penjualan selama kurun 6 bulan terakhir (periode Januari s/d uni 2014), sebagaimana diperlihatkan pada tabel 1.1 di atas, sehingga terdapat *gap* kepuasan antara harapan dengan kenyataan. Adapun faktor atribut produk yang diduga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah: harga produk, kualitas produk, desain produk dan keterandalan produk. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh harga produk terhadap kepuasan konsumen produk *Rotiboy* di Mal Ciputra Semarang?
2. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk *Rotiboy* di Mal Ciputra Semarang?
3. Adakah pengaruh desain produk terhadap kepuasan konsumen produk *Rotiboy* di Mal Ciputra Semarang?
4. Adakah pengaruh keterandalan produk terhadap kepuasan konsumen produk *Rotiboy* di Mal Ciputra Semarang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh harga produk terhadap kepuasan konsumen produk *Rotiboy* di Mal Ciputra Semarang.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk *Rotiboy* di Mal Ciputra Semarang.
3. Untuk menganalisis pengaruh desain produk terhadap kepuasan konsumen produk *Rotiboy* di Mal Ciputra Semarang.

4. Untuk menganalisis pengaruh keterandalan produk terhadap kepuasan konsumen produk *Rotiboy* di Mal Ciputra Semarang.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

1. Kegunaan Teoritis
  - a. Bagi pembaca. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat menambah pengetahuan mengenai pengaruh harga, kualitas produk, desain produk dan keterandalan produk terhadap kepuasan konsumen produk *Rotiboy* di Mal Ciputra Semarang.
  - b. Bagi peneliti lain. Penelitian ini dapat digunakan untuk menambah pengetahuan dan meneliti lebih lanjut dengan menggunakan variabel-variabel yang berbeda.
  - c. Bagi penulis. Penelitian ini bermanfaat untuk sarana pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Kegunaan Praktis
  - a. Bagi manajemen perusahaan. Hasil penelitian ini bisa bermanfaat sebagai masukan atau pertimbangan yang dapat digunakan sebagai bahan informasi perusahaan dalam pengambilan keputusan yang berhubungan dengan atribut produk dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen produk *Rotiboy*.
  - b. Bagi masyarakat. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan cakrawala berpikir dalam hal pengembangan wawasan dalam mempelajari segala perilaku konsumen dalam pemenuhan kebutuhannya.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Skripsi ini terdiri dari 3 (tiga) bagian yang terbagi lagi dalam 5 (lima) bab, masing-masing bab masih dibagi lagi dalam beberapa uraian sub-bab. Sistematika penulisan dalam penyusunan skripsi ini meliputi:

### 1. Bagian Pendahuluan

Bagian pendahuluan meliputi halaman judul, abstrak, halaman pengesahan, halaman motto dan persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar dan daftar lampiran.

### 2. Bagian Isi Skripsi

#### Bab I Pendahuluan

Membahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan diakhiri dengan sistematika penulisan.

#### Bab II Tinjauan Pustaka

Membahas mengenai landasan teoritik yang memuat teori-teori yang sudah mapan dan jelas sumbernya serta mampu dalam memberikan pemecahan masalah yang diteliti. Bab ini akan meliputi konsep tentang; kepuasan konsumen, atribut produk, yang meliputi; harga produk, kualitas produk, desain produk dan keterandalan produk. Selanjutnya diteruskan ke dalam sub-bab penelitian terdahulu yang relevan, serta melandasi permasalahan penelitian yang selanjutnya diteruskan dengan kerangka pemikiran teoritis dan diakhiri dengan hipotesis penelitian.

### Bab III Metode Penelitian

Dalam bab ini dibahas tentang metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini. Metodologi penelitian menjelaskan secara rinci mengenai sasaran penelitian, lokasi penelitian, metode penetapan sampel atau unit analisis, dan metode pengumpulan data. Sedangkan metode analisis memuat mengenai definisi operasional variabel penelitian, rumus-rumus statistik, model-model analisis yang digunakan dalam penelitian, cara pengujian hipotesis dan kriteria penerimaan hipotesis.

### Bab IV Hasil dan Pembahasan

Menguraikan secara rinci kondisi umum lokasi penelitian yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti. Bagian ini juga memuat hasil analisis data yang dibahas secara mendalam dan memberikan evaluasi hasil penelitian tersebut.

### Bab V Penutup

Berisi tentang kesimpulan dan saran. Kesimpulan memuat pernyataan singkat dan padat berdasarkan analisis hasil penelitian. Saran memuat pernyataan singkat dan padat berdasarkan kesimpulan yang menunjukkan dampak yang diperlakukan atau diharapkan.