

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN SHOPEE PADA MAHASISWA FAKULTAS
KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN UMSU**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)
Program Studi Pendidikan Akuntansi*

Oleh :

ANISA

2102070013



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

MEDAN

2025

BERITA ACARA

Ujian mempertahankan Skripsi Sarjana Bagi Mahasiswa Program Strata-1 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Panitia Ujian Sarjana Strata-1 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan dalam Sidangnya yang diselenggarakan pada hari Jum'at, Tanggal 22 Agustus 2025, pada pukul 08.30 WIB sampai dengan selesai. Setelah mendengar, memperhatikan dan memutuskan bahwa:

Nama : Anisa
NPM : 2102070013
Program Studi : Pendidikan Akuntansi
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMSU

Dengan diterimanya skripsi ini, sudah lulus dari ujian Komprehensif, berhak memakai gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd).

Ditetapkan : (☒) Lulus Yudisium
(☐) Lulus Bersyarat
(☐) Memperbaiki Skripsi
(☐) Tidak Lulus

Ketua


Dr. Hj. Syamsuurnita, M.Pd



Sekretaris


Dr. Dewi Kusuma Nst., M.Hum

Dosen Penguji :

1. Dr. Faisal Rahman Dongoran, M., Si

1. 

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini diajukan oleh mahasiswa di bawah ini:

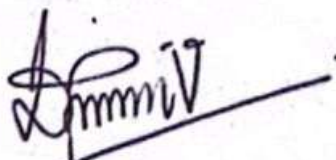
Nama : Anisa
NPM : 2102070013
Program Studi : Pendidikan Akuntansi
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Shopee
pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMSU

sudah layak disidangkan.

Medan, 8 Agustus 2025

Disetujui oleh :

Pembimbing



Dian Novianti Silompul, S.Pd., M.Si.

Diketahui oleh :



Dekan

Dra. Hj. Syamsuyurnita, M.Pd.

Ketua Program Studi

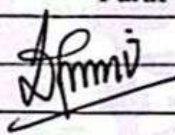
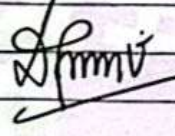
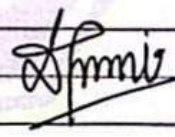
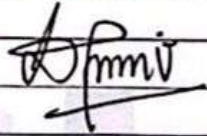


Dr. Faisal Rahman Dongoran, M.Si.

Unggul | Cerdas | Terpercaya

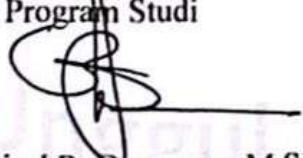
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
 Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
 Nama : Anisa
 N P M : 2102070013
 Program Studi : Pendidikan Akuntansi
 Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Shoppe Pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMSU

Tanggal	Materi Bimbingan Skripsi	Paraf
25 Juni 2025	Revisi Cover	
7 Juli 2025	Revisi metode penelitian	
15 Juli 2025	Revisi Hipotesis	
4 Agustus 2025	Revisi pembahasan Hasil penelitian	
8 Agustus 2025	Acc Sidang Meja Hijau	

Medan, 8 Agustus 2025

Diketahui oleh :
Ketua Program Studi


Dr. Faisal R. Dongoran, M.Si

Dosen Pembimbing


Dian Novianti Sitompul, S.Pd., M.Si.



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjeleh surat ini agar disebarkan
nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
(UMSU)

Teakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi : Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474, 6631003

<http://umsu.ac.id>

rektor@umsu.ac.id

[umsu.ac.id](#)

[umsu.ac.id](#)

[umsu.ac.id](#)

[umsu.ac.id](#)

SURAT PERNYATAAN

Bismillahirrahmanirrohim

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anisa
Tempat/tgl lahir : Medan, 04 Desember 2003
No. KTP (NIK) : 1271114412030004
NPM : 2102070013
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Program Studi : Pendidikan Akuntansi

Dengan ini menyatakan bahwa, dokumen kelengkapan administrasi yang saya serahkan/lampirkan dalam melengkapi Berkas Sidang Meja Hijau adalah BENAR dan ASLI. Apabila di kemudian hari diketemukan bahwa dokumen tersebut PALSU saya bersedia menanggung sanksi yang diberikan oleh Universitas. Data atau berkas yang sudah diberikan tidak dapat dirubah atau ditarik kembali.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan dalam keadaan sadar.

Medan, 8 Agustus 2025

Yang Menyatakan,


METERA TEMPEL
5AAMX442781928
Anisa



ABSTRAK

Anisa, NPM 2102070013, **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMSU”**.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen aplikasi shopee pada mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMSU. Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif deskriptif karena objek yang akan diteliti diwujudkan dalam bentuk angka dan dianalisis berdasarkan analisis statistik. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 80 mahasiswa FKIP UMSU stambuk 2021.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen shopee pada mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMSU, hal tersebut dapat ditunjukkan dari hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 40,393 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas produk (X) terhadap kepuasan konsumen shopee (Y) pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMSU. Sedangkan dari hasil analisis, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, serta nilai t_{hitung} sebesar 6,356 yang lebih besar dari t_{tabel} 1,991. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian ini diterima, yang berarti bahwa variabel kualitas produk (X) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen shopee (Y) pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMSU.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen.

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah Subhana Wa Ta'ala, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi dengan judul “**Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMSU.**”

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Strata-1 di program studi Pendidikan Akuntansi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak, baik moril maupun finansial. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan penelitian ini terutama kepada orang tua tersayang, Ibu **Rosmila Nasution** dan Bapak **Zainal Abidin** yang tidak bosan-bosannya mendoakan anaknya. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak **Prof. Dr. H. Agussani M.AP** selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Ibunda **Dra. Hj. Syamsuyurnita M.Pd.** selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

3. Ibunda **Dr. Hj. Dewi Kesuma Nasution, S.S., M.Hum**, selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak **Dr. Mandra Saragih, S.Pd., M.Hum**, selaku Wakil Dekan III Bidang Alumni dan Kemahasiswaan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak **Dr. Faisal Rahman Dongoran, M.Si**, selaku Ketua Program Studi Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu **Dian Novianti Sitompul, S.Pd., M.Si**, selaku Dosen Pembimbing Penelitian yang telah sabar dalam membimbing dan memberikan arahan kepada peneliti.
7. Bapak dan Ibu seluruh Dosen terkhusus Dosen Program Studi Pendidikan Akuntansi dan Staf Pegawai Biro Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Seluruh teman-teman seperjuangan saya angkatan 2021 program studi Pendidikan Akuntansi kelas A pagi yang telah kebersamai dan mendukung peneliti selama masa perkuliahan.
9. Terakhir, untuk diri saya sendiri, Anisa, terima kasih banyak sudah berjuang, mau bersabar menghadapi segala ujian dan rintangan. Ayo terus belajar dan masih banyak yang harus diperjuangkan. Semangat, kamu pasti bisa.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini belum bisa dikatakan sempurna dikarenakan keterbatasan pengalaman dan keilmuan yang dimiliki. Akhir kata, peneliti berharap semoga penelitian dengan judul “**Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMSU**”. Bisa berguna bagi pembaca.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Medan, 8 Agustus 2025

Peneliti

Anisa

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kerangka Teoritis	9
2.1.1 Kualitas Produk	9
2.1.1.1 Definisi Kualitas Produk	9
2.1.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk .	10
2.1.1.3 Indikator Kualitas Produk	15
2.1.1.4 Dimensi Kualitas Produk	17
2.1.2 Kepuasan Konsumen	19

2.1.2.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	19
2.1.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	20
2.1.2.3 Pengukuran Kepuasan Konsumen	21
2.1.2.4 Indikator Kepuasan Konsumen	22
2.2 Penelitian Yang Relevan	23
2.3 Kerangka Konseptual	25
2.4 Hipotesis Penelitian	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Pendekatan Penelitian	26
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	26
3.2.1 Lokasi Penelitian	26
3.2.2 Waktu Penelitian	26
3.3 Populasi dan Sampel	27
3.3.1 Populasi	27
3.3.2 Sampel	28
3.4 Variabel dan Definisi Operasional	29
3.5 Instrumen Penilaian	30
3.5.1 Kuisisioner (Angket)	30
3.6 Teknik Analisis Data	31
3.6.1 Uji Instrumen Penilaian	31
3.6.1.1 Uji Validitas	31
3.6.1.2 Uji Reliabilitas	33
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	34

3.6.2.1 Uji Normalitas	35
3.6.2.2 Uji Heteroskedastisitas	35
3.6.3 Metode Regresi Linier Sederhana	37
3.6.4 Uji Hipotesis	38
3.6.4.1 Uji Persial (Uji T)	39
3.6.4.2 Uji Simultan (Uji F)	40
BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan	42
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian	42
4.2 Pengujian Persyaratan Data	42
4.2.1 Uji Instrumen Data	42
4.2.1.1 Uji Validitas	42
4.2.1.2 Uji Reliabilitas	44
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	45
4.2.2.1 Uji Normalitas	45
4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	46
4.3 Uji Linear Sederhana	46
4.4 Uji Hipotesis	47
4.4.1 Uji Persial (Uji T)	47
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	48
BAB V Kesimpulan dan Saran	49
5.1 Kesimpulan	49
5.2 Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	51

LAMPIRAN	54
-----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian	26
Tabel 3.2 Tabel Populasi	27
Tabel 3.3 Tabel Sampel	28
Tabel 3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	29
Tabel 3.5 Skor Skala Likert	31
Tabel 4.1 Hasil Perhitungan Uji Validasi	43
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas	44
Tabel 4.3 Hasil Regresi Linear Sederhana	46
Tabel 4.4 Uji Persial (Uji T)	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Kualitas Produk	2
Gambar 2.3 Bagan Kerangka Konseptual	25
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	45
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas	46

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa dampak besar terhadap kebiasaan belanja konsumen. E-commerce, sebagai bentuk inovasi dalam sektor perdagangan, kini menjadi pilihan utama bagi banyak orang, khususnya mahasiswa. Shopee adalah salah satu platform e-commerce yang banyak digunakan di Indonesia. Di tengah pesatnya perkembangan digital, terjadi perubahan signifikan dalam perilaku konsumen, terutama dalam aktivitas belanja. Kemudahan akses internet serta kemajuan teknologi telah memengaruhi cara konsumen dalam mencari, memilih, dan membeli produk. Belanja online, khususnya melalui platform seperti Shopee, semakin diminati karena menawarkan berbagai keunggulan, seperti efisiensi waktu dan tenaga, beragam pilihan produk, serta harga yang lebih bersaing (Sudiantini, Dian. Jacynda, Sityowati, & Efendy, 2023).

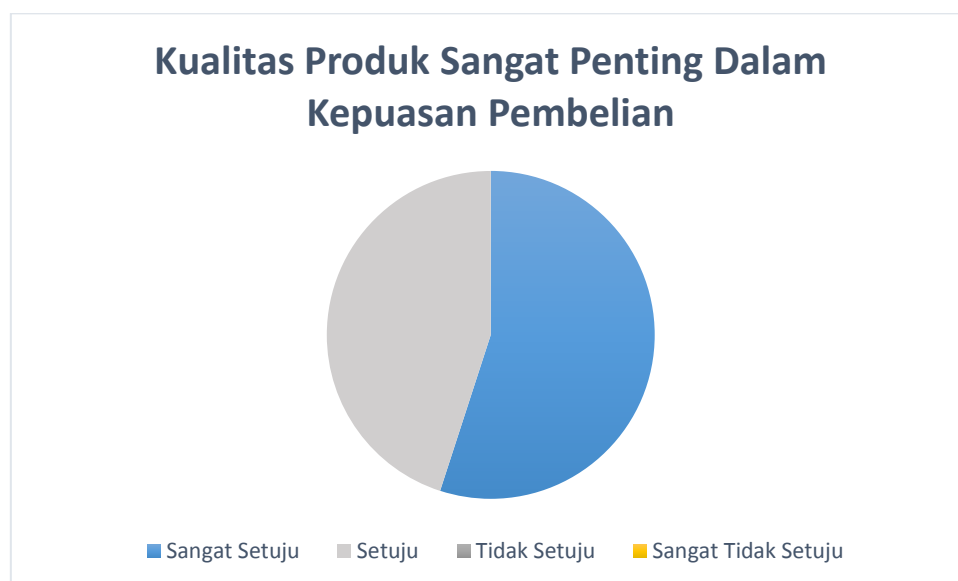
Sebagai konsumen yang cepat beradaptasi dengan teknologi, mahasiswa menjadi salah satu segmen pasar utama bagi platform e-commerce. Mereka cenderung mencari cara yang lebih praktis dan efisien untuk memenuhi berbagai kebutuhan, mulai dari perlengkapan studi, kebutuhan pribadi, hingga fashion. Shopee, dengan fitur-fitur unggulannya serta kemudahan dalam transaksi, menjadi salah satu platform belanja online yang paling diminati oleh kalangan mahasiswa.

Mahasiswa, dengan gaya hidup yang aktif dan anggaran terbatas, sehingga mereka sangat selektif dalam memilih produk yang akan dibeli. Mereka sering

mengandalkan shopee untuk memenuhi berbagai kebutuhan mereka. Mereka cenderung mencari produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau, serta memberikan manfaat yang maksimal bagi kegiatan perkuliahan dan kehidupan sehari-hari.

Namun, pengalaman berbelanja online yang memuaskan tidak hanya ditentukan oleh kemudahan akses, tetapi juga oleh mutu produk yang diterima. Kualitas produk memainkan peran penting dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen serta keberlanjutan penggunaan platform e-commerce.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan penulis kepada 80 mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMSU Stambuk 2021, diketahui bahwa



Gambar 1.1 Data Kualitas Produk

Berdasarkan gambar diatas, bahwa mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMSU angkatan 2021 sangat memperhatikan kualitas produk suatu barang dalam pembelian agar mereka puas dengan yang mereka harapkan.

Kualitas produk sangat berpengaruh besar terhadap kepuasan konsumen shopee. Peningkatan kualitas produk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang berdampak positif terhadap kepuasan pembelian.

Mahasiswa FKIP UMSU memiliki berbagai kebutuhan, mulai dari buku dan alat tulis hingga perlengkapan sehari-hari. Melalui aplikasi Shopee, mereka dapat dengan mudah membandingkan kualitas produk dari berbagai penjual. Shopee menawarkan berbagai produk dengan kualitas yang bervariasi dan banyaknya penjual dapat menimbulkan tantangan dalam menjaga standar kualitas. Produk palsu, tiruan, atau tidak sesuai dengan deskripsi seringkali menjadi keluhan konsumen. Hal ini dapat menimbulkan kekecewaan dan menurunkan tingkat kepuasan konsumen.

Namun, karena tidak semua produk yang tersedia di platform ini memiliki standar kualitas yang sama, mahasiswa perlu lebih teliti dalam memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Dalam belanja online, kualitas produk merupakan faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Produk yang berkualitas akan memberikan nilai tambah bagi konsumen, memenuhi harapan mereka, dan meningkatkan kepuasan secara keseluruhan.

Dalam konteks e-commerce, kualitas produk seringkali menjadi tantangan tersendiri. kualitas produk mencakup berbagai aspek, seperti keandalan, daya tahan, dan kesesuaian produk dengan deskripsi yang diberikan. Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMSU mengalami kesulitan dalam menilai kualitas produk sebelum melakukan pembelian. Mereka tidak dapat melihat, menyentuh, atau mencoba produk secara langsung sebelum melakukan

pembelian. Oleh karena itu, informasi yang akurat dan lengkap mengenai produk, foto produk yang jelas, serta ulasan dari konsumen lain menjadi sangat penting dalam membangun kepercayaan dan meyakinkan konsumen.

Di sisi lain, persaingan antar platform e-commerce semakin ketat. Shopee harus terus berupaya meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan, memberikan pelayanan yang terbaik, dan menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan bagi konsumen.

Walaupun belanja online memberikan kemudahan, konsumen terkadang merasa kecewa karena kualitas produk tidak sesuai dengan deskripsi atau harapan. Informasi produk yang tidak akurat atau tidak lengkap dapat menyebabkan mahasiswa FKIP UMSU salah dalam membuat keputusan pembelian, yang berujung pada kekecewaan dan penurunan kepuasan. Kepuasan konsumen adalah kunci keberhasilan jangka panjang bagi setiap bisnis. Konsumen yang puas cenderung menjadi pelanggan setia dan merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain.

Menurut Arinawati & Suryadi (2021:164) Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan (Hidayah & Santoso, 2024). Menurut Moko & Basuki (2021:121) Kualitas produk adalah karakteristik yang melekat atau membedakan derajat atau tingkat keunggulan dari suatu produk (Hidayah & Santoso, 2024).

Perbedaan antara ekspektasi dan realitas ini dapat berdampak pada tingkat kepuasan konsumen serta loyalitas mereka terhadap platform e-commerce. Kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama bagi setiap bisnis, termasuk platform

e-commerce. Kotler & Keller (2021), kepuasan pelanggan ialah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan (Maulidiah, Survival, & Budiantono, 2023). Pelanggan yang merasa puas cenderung kembali berbelanja, memberikan ulasan positif, serta menjadi pelanggan setia. Oleh karena itu, Shopee perlu memahami berbagai faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan, terutama di kalangan mahasiswa.

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) memiliki populasi mahasiswa yang besar dan beragam. Mahasiswa FKIP UMSU, dengan latar belakang dan kebutuhan yang berbeda-beda, menjadi representasi yang menarik untuk mengkaji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Shopee.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah meneliti dampak kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di platform e-commerce, termasuk Shopee. Temuan dari penelitian tersebut mengungkapkan bahwa kualitas produk berperan penting serta memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Meskipun penelitian sebelumnya telah memberikan wawasan yang berharga, perlu dilakukan studi yang lebih spesifik dalam konteks mahasiswa FKIP UMSU. Hal ini disebabkan oleh karakteristik dan kebutuhan unik yang dimiliki oleh mahasiswa tersebut, serta faktor lingkungan dan budaya yang dapat memengaruhi preferensi dan persepsi mereka terhadap kualitas produk yang ditawarkan di Shopee.

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai, **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMSU”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka diidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Shopee menawarkan berbagai produk dengan kualitas yang bervariasi dan banyaknya penjual dapat menimbulkan tantangan dalam menjaga standar kualitas.
2. Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMSU mengalami kesulitan dalam menilai kualitas produk sebelum melakukan pembelian, yang dapat memengaruhi kepuasan mereka setelah menerima produk.
3. Informasi produk yang tidak akurat atau tidak lengkap di Shopee dapat menyebabkan mahasiswa FKIP UMSU salah dalam membuat keputusan pembelian, yang berujung pada kekecewaan dan penurunan kepuasan.
4. Faktor lingkungan dan budaya dapat memengaruhi preferensi dan persepsi mahasiswa FKIP UMSU terhadap kualitas produk yang ditawarkan di Shopee.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah disebutkan dalam identifikasi masalah, maka penelitian ini difokuskan pada kualitas produk terhadap kepuasan

konsumen shopee pada mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMSU stambuk 2021.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen shopee pada mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMSU?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen shopee pada mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMSU.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu manfaat teoritis dan praktis :

1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi penulis, hasil penelitian diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan penulis terkait topik harga dan kepuasan konsumen pengguna aplikasi shopee.
- b. Bagi akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru tentang kualitas dan kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi para penjual dan pemasaran, penjual lebih fokus untuk meningkatkan kualitas produk untuk memenuhi harapan konsumen.
- b. Bagi konsumen, semoga bermanfaat bagi konsumen dalam membuat keputusan pembelian lebih baik, dengan melihat kualitas serta pembelian produk sesuai dengan kebutuhan mereka.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teoritis

2.1.1 Kualitas Produk

2.1.1.1 Definisi Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Ini bukan hanya tentang fitur atau spesifikasi teknis, tetapi juga tentang bagaimana produk tersebut memberikan nilai dan manfaat bagi penggunanya. Kualitas produk mencakup berbagai aspek, seperti :

- Seberapa baik produk berfungsi sesuai dengan yang diharapkan.
- Karakteristik atau fitur tambahan yang membedakan produk dari pesaing.
- Konsistensi kinerja produk dari waktu ke waktu.
- Sejauh mana produk memenuhi standar atau spesifikasi yang ditetapkan.
- Umur pakai produk atau seberapa lama produk dapat digunakan sebelum rusak.
- Penampilan fisik produk, desain, dan daya tarik visual.
- Reputasi merek dan persepsi kualitas secara keseluruhan.

Kotler dan Keller (2016: 38) mengemukakan bahwa suatu produk adalah segala sesuatu yang dapat di tawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen termasuk barang fisik, pengalaman, layanan, peristiwa, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide. Menurut Kotler dan Armstrong (2018: 230), kualitas produk adalah karakteristik suatu produk atau jasa

yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan (Yurianti, 2022).

Berdasarkan definisi diatas kualitas produk adalah tentang menciptakan nilai bagi pelanggan dengan memberikan produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka.

2.1.1.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Kualitas produk adalah faktor penting dalam kesuksesan sebuah bisnis. Ada beberapa faktor yang memengaruhi kualitas produk, di antaranya:

a. **Bahan Baku**

Kualitas bahan baku yang digunakan sangat memengaruhi kualitas produk akhir. Bahan baku yang berkualitas rendah akan menghasilkan produk yang berkualitas rendah pula. Pemeriksaan dan pemilihan pemasok bahan baku yang cermat sangat penting.

b. **Proses Produksi**

Proses produksi yang efisien dan terkontrol akan menghasilkan produk yang berkualitas tinggi. Penggunaan teknologi yang tepat, prosedur yang jelas, dan pengawasan yang ketat diperlukan dalam proses produksi.

c. **Sumber Daya Manusia**

Keterampilan dan pengetahuan karyawan yang terlibat dalam proses produksi sangat memengaruhi kualitas produk. Pelatihan dan pengembangan karyawan secara berkala diperlukan untuk meningkatkan kualitas produk.

d. **Teknologi**

Penggunaan teknologi yang tepat dapat meningkatkan efisiensi dan akurasi dalam proses produksi, sehingga menghasilkan produk yang berkualitas tinggi. Investasi dalam teknologi yang relevan dengan jenis produk yang dihasilkan sangat penting.

e. Pengendalian Mutu

Pengendalian mutu yang ketat diperlukan untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan memenuhi standar kualitas yang ditetapkan. Pemeriksaan dan pengujian produk secara berkala diperlukan untuk mengidentifikasi dan memperbaiki cacat produk.

f. Manajemen

Manajemen yang baik diperlukan untuk mengkoordinasikan semua faktor yang memengaruhi kualitas produk. Manajemen harus menetapkan standar kualitas yang jelas, mengawasi proses produksi, dan memastikan bahwa semua karyawan memahami dan mengikuti standar tersebut.

g. Fungsi suatu produk

Fungsi untuk apa produk tersebut digunakan atau dimaksudkan.

h. Wujud luar

Faktor wujud luar yang terdapat dalam suatu produk tidak hanya terlihat dari bentuk tetapi warna dan pembungkusannya.

i. Metode dan informasi modern

Metode tersebut berkaitan dengan cara untuk mengendalikan mesin dan menjaga proses produksi.

Menurut Harjadi (2021:35) dalam (Lay, 2019) faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas suatu produk yaitu:

1. Fungsi suatu produk

Fungsi untuk apa produk tersebut digunakan atau dimaksudkan.

2. Wujud luar

Faktor wujud luar yang terdapat dalam suatu produk tidak hanya terlihat dari bentuk tetapi warna dan pembungkusannya.

3. Biaya produk bersangkutan

Biaya untuk perolehan suatu barang, misalnya harga barang serta biaya untuk barang itu sampai kepada pembeli.

Gunawan (2022:20) dalam (Lay, 2019) faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk secara langsung dipengaruhi oleh sembilan 9 bisang dasar atau sembilan (9) M yaitu:

1. Market (Pasar)

Jumlah produk baru dan baik yang ditawarkan di pasar terus bertumbuh pada laju yang eksplosif. Konsumen diarahkan untuk mempercayai bahwa ada sebuah produk yang dapat memenuhi hampir setiap kebutuhan. Pada masa sekarang konsumen meminta dan memperoleh produk yang lebih baik memenuhi ini. Pasar menjadi lebih besar ruang lingkupnya dan secara fungsional lebih terspesialisasi di dalam barang yang ditawarkan. Dengan bertambahnya perusahaan, pasar menjadi bersifat internasional dan mendunia. Akhirnya bisnis harus lebih fleksibel dan mampu berubah arah dengan cepat.

2. Money (Uang)

Meningkatnya persaingan dalam banyak bidang bersamaan dengan fluktuasi ekonomi dunia telah menurunkan batas (margin) laba. Pada waktu yang bersamaan, kebutuhan akan otomatisasi dan pemekanisan mendorong pengeluaran mendorong pengeluaran biaya yang besar untuk proses dan perlengkapan yang baru. Penambahan investasi pabrik, harus dibayar melalui naiknya produktivitas, menimbulkan kerugian yang besar dalam memproduksi disebabkan oleh barangafkiran dan pengulangkerjaan yang sangat serius. Kenyataan ini memfokuskan perhatian pada manajer pada bidang biaya kualitas sebagai salah satu dari “titik lunak” tempat biaya operasi dan kerugian dapat diturunkan untuk memperbaiki laba.

3. Management (Manajemen)

Tanggung jawab kualitas telah didistribusikan antara beberapakelompok khusus. Sekarang bagian pemasaran melalui fungsi perencanaan produknya, harus membuat persyaratan produk. Bagian perancangan bertanggung jawab merancang produk yang akan memenuhi persyaratan itu. Bagian produksi mengembangkan dan memperbaiki kembali proses untuk memberikan kemampuan yang cukup dalam membuat produk sesuai dengan spesifikasi rancangan. Bagian pengendalian kualitas merencanakan pengukuran kualitas pada seluruh aliran proses yang menjamin bahwa hasil akhir memenuhi persyaratan kualitas dan kualitas pelayanan, setelah produk sampai pada konsumen menjadi bagian yang penting dari paket produk total. Hal ini telah menambah beban manajemen puncak

khususnya bertambahnya kesulitan dalam mengalokasikan tanggung jawab yang tepat untuk mengoreksi penyimpangan dari standar kualitas.

4. Men (Manusia)

Pertumbuhan yang cepat dalam pengetahuan teknis dan penciptaan seluruh bidang baru seperti elektronika komputer menciptakan suatu permintaan yang besar akan pekerja dengan pengetahuan khusus. Pada waktu yang sama situasi ini menciptakan permintaan akan ahli teknik sistem yang akan mengajak semua bidang spesialisasi untuk bersama merencanakan, menciptakan dan mengoperasikan berbagai sistem yang akan menjamin suatu hasil yang diinginkan.

5. Motivation (Motivasi)

Penelitian tentang motivasi manusia menunjukkan bahwa sebagai hadiah tambahan uang, para pekerja masa kini memerlukan sesuatu yang memperkuat rasa keberhasilan di dalam pekerjaan mereka dan pengakuan bahwa mereka secara pribadi memerlukan sumbangan atas tercapainya sumbangan atas tercapainya tujuan perusahaan. Hal ini membimbing ke arah kebutuhan yang tidak ada sebelumnya yaitu pendidikan kualitas dan komunikasi yang lebih baik tentang kesadaran kualitas.

6. Material (Bahan)

Disebabkan oleh biaya produksi dan persyaratan kualitas, para ahli teknik memilih bahan dengan batasan yang lebih ketat dari pada sebelumnya. Akibatnya

spesifikasi bahan menjadi lebih ketat dan keanekaragaman bahan menjadi lebih besar.

7. Machine and Mecanization (Mesin dan Mekanik)

Permintaan perusahaan untuk mencapai penurunan biaya dan volume produksi untuk memuaskan pelanggan telah mendorong penggunaan perlengkapan pabrik yang menjadi lebih rumit dan tergantung pada kualitas bahan yang dimasukkan ke dalam mesin tersebut. Kualitas yang baik menjadi faktor yang kritis dalam memelihara waktu kerja mesin agar fasilitasnya dapat digunakan sepenuhnya.

8. Modern Information Metode (Metode Informasi Modern)

Evolusi teknologi komputer membuka kemungkinan untuk mengumpulkan, menyimpan, mengambil kembali, memanipulasi informasi pada skala yang tidak terbayangkan sebelumnya. Teknologi informasi yang baru ini menyediakan cara untuk mengendalikan mesin dan proses selama proses produksi dan mengendalikan produk bahkan setelah produk sampai ke konsumen. Metode pemrosesan data yang baru dan konstan memberikan kemampuan untuk memanajemeni informasi yang bermanfaat, akurat, tepat waktu dan bersifat ramalan mendasari keputusan yang membimbing masa depan bisnis

9. Mounting Product Requirement (Persyaratan Proses Produksi)

Kemajuan yang pesat dalam perancangan produk, memerlukan yang lebih ketat pada seluruh proses pembuatan produk. Meningkatnya persyaratan prestasi yang lebih tinggi bagi produk menekankan pentingnya keamanan dan kehandalan produk.

2.1.1.3 Indikator Kualitas Produk

Indikator kualitas produk adalah ciri-ciri atau faktor-faktor yang digunakan untuk menilai seberapa baik suatu produk memenuhi standar kualitas yang diharapkan. Jika sebuah perusahaan ingin tetap unggul dalam persaingan pasar, maka perusahaan perlu memahami berbagai dimensi yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk mereka dengan produk milik pesaing. Kualitas mencerminkan keseluruhan aspek dari penawaran produk yang memberikan nilai atau manfaat bagi pelanggan.

Menurut Amrullah, et.al (2017) dalam (Lay, 2019) kualitas produk terdiri dari beberapa indikator, yaitu:

1. Performance (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
2. Durability (daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya produk.
3. Features (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
4. Reliability (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.

5. Aesthetics (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk, misalnya : bentuk fisik, model, desain yang artistik, dan sebagainya.
6. Perceived quality (kesan kualitas), sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.

2.1.1.4 Dimensi Kualitas Produk

Dimensi kualitas produk meliputi berbagai aspek yang mempengaruhi persepsi dan kepuasan konsumen terhadap produk. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2017:176) dalam (Lay, 2019), dimensi kualitas produk adalah sebagai berikut:

1. Kinerja (Performance)

Kinerja disini merujuk pada karakter produk inti yang meliputi merek, atribut-atribut yang dapat diukur, dan aspek-aspek kinerja individu. Kinerja beberapa produk biasanya didasari oleh preferensi subjektif pelanggan yang pada dasarnya bersifat umum.

2. Keragaman Produk (Features)

Dapat berbentuk produk tambahan dari suatu produk inti yang dapat menambah nilai suatu produk. Keragaman produk biasanya diukur secara subjektif oleh masing-masing individu (dalam hal ini konsumen) yang menunjukkan adanya perbedaan kualitas suatu produk.

3. Keandalan (Reliability)

Dimensi ini berkaitan dengan timbulnya kemungkinan suatu produk mengalami keadaan tidak berfungsi (malfunction) pada suatu periode. Keandalan suatu produk yang menandakan tingkat kualitas sangat berarti bagi konsumen dalam memilih produk.

4. Kesesuaian (Conformance)

Dimensi lain yang berhubungan dengan kualitas suatu produk adalah kesesuaian produk dengan standar dalam industrinya. Kesesuaian suatu produk dalam industry jasa diukur dari tingkat akurasi dan waktu penyelesaian termasuk juga perhitungan kesalahan yang terjadi, keterlambatan yang tidak dapat diantisipasi dan beberapa kesalahan lain.

5. Ketahanan atau Daya Tahan (Durability)

Ukuran ketahanan suatu produk meliputi segi ekonomis maupun teknis. Secara teknis, ketahan suatu produk didefinisikan sebagai sejumlah kegunaan yang diperoleh seseorang sebelum mengalami penurunan kualitas. Secara ekonomis, ketahanan diartikan sebagai usia ekonomis suatu produk dilihat dari jumlah kegunaan yang diperoleh sebelum terjadi kerusakan dan keputusan untuk mengganti produk.

6. Kemampuan Pelayanan (Serviceability)

Kemampuan pelayanan bisa juga disebut dengan kecepatan, kompetensi, kegunaan dan kemudahan produk untuk diperbaiki. Dimensi ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya memerhatikan adanya penurunan kualitas produk tetapi juga waktu sebelum produk disimpan, penjadwalan, pelayanan, proses

komunikasi dengan staf, frekuensi pelayanan perbaikan akan kerusakan produk, dan pelayanan lainnya.

7. Estetika (Aesthetics)

Estetika merupakan dimensi pengukuran yang paling subjektif. Estetika suatu produk dilihat dari bagaimana suatu produk terdengar oleh konsumen, bagaimana penampilan luar suatu produk, rasa maupun bau. Dengan demikian, estetika jelas merupakan penilaian dan refleksi yang dirasakan oleh konsumen.

8. Kualitas yang dipersepsikan (Perceived Quality)

Konsumen tidak selalu memiliki informasi yang lengkap mengenai atribut – atribut produk. Namun umumnya konsumen memiliki informasi tentang produk secara tidak langsung, misalnya melalui merek, nama dan negara produsen.

2.1.2 Kepuasan Konsumen

2.1.2.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah perasaan atau sikap seseorang setelah membandingkan antara harapan mereka terhadap suatu produk atau layanan dengan kinerja aktual yang mereka terima.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2018:204) “Kata kepuasan (Satisfaction) berasal dari bahasa latin satis (artinya cukup baik, memadai dan facio (melakukan atau membuat). Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai”. Etta dan Sopiah (2017:31) menyatakan bahwa “kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang dalam perbandingan antara kesannya konsumen terhadap tingkatan kinerja produk dan

jasa ril atau aktual dengan kinerja sesuai harapan”. Rohaeni (2018) menjelaskan bahwa “kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya”. Windarti (2017) menyatakan bahwa “kepuasan konsumen adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dan jasa yang dipersepsikan sesuai dengan harapan pelanggan atau pembeli” (Lay, 2019).

Berdasarkan definisi diatas kepuasan konsumen adalah konsumen akan merasa puas jika kinerja produk atau layanan sesuai atau melebihi harapan mereka, dan sebaliknya, mereka akan merasa tidak puas jika kinerja tersebut di bawah harapan.

2.1.2.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang berasal dari produk/layanan itu sendiri maupun dari pengalaman konsumen secara keseluruhan. Berikut adalah beberapa faktor utama yang memengaruhi kepuasan konsumen:

a. Kualitas Produk/Layanan

Ini adalah faktor paling mendasar. Produk atau layanan yang berkualitas tinggi, andal, dan sesuai dengan harapan konsumen akan memberikan kepuasan yang lebih besar. Kualitas produk mencakup berbagai aspek, seperti fitur, kinerja, daya tahan, dan estetika.

b. Harga

Harga yang wajar dan sesuai dengan nilai produk/layanan sangat penting. Konsumen akan merasa puas jika mereka merasa mendapatkan nilai yang sepadan

dengan uang yang mereka keluarkan. Harga yang terlalu tinggi dapat menyebabkan ketidakpuasan, sementara harga yang terlalu rendah dapat menimbulkan keraguan tentang kualitas.

c. Pelayanan Pelanggan

Pelayanan yang ramah, responsif, dan efisien dapat meningkatkan kepuasan konsumen secara signifikan. Hal ini mencakup berbagai aspek, seperti kemudahan akses, kecepatan tanggapan, dan kemampuan untuk menyelesaikan masalah.

d. Pengalaman Konsumen

Keseluruhan pengalaman konsumen, mulai dari pembelian hingga penggunaan produk/layanan, memengaruhi kepuasan. Pengalaman yang positif, seperti proses pembelian yang mudah dan pengalaman penggunaan yang menyenangkan, akan meningkatkan kepuasan.

e. Promosi dan Pemasaran

Promosi dan pemasaran yang efektif dapat menciptakan harapan yang tinggi pada konsumen. Namun, jika harapan ini tidak terpenuhi, dapat menyebabkan ketidakpuasan. Penting untuk memberikan informasi yang akurat dan realistis tentang produk/layanan.

f. Faktor Emosional

Emosi juga memainkan peran penting dalam kepuasan konsumen. Konsumen mungkin merasa puas karena mereka merasa dihargai, diperhatikan, atau terkesan. Kepercayaan konsumen pada merek atau perusahaan.

g. Faktor Sosial

Pendapat dan rekomendasi dari orang lain, seperti teman, keluarga, atau ulasan online, dapat memengaruhi kepuasan konsumen.

2.1.2.3 Pengukuran Kepuasan Konsumen

Pemantauan serta pengukuran terhadap tingkat kepuasan konsumen kini menjadi elemen yang sangat penting bagi setiap perusahaan. Ini karena proses tersebut dapat memberikan informasi balik dan insight yang berguna untuk merancang serta menerapkan strategi peningkatan kepuasan pelanggan. Secara umum, kepuasan konsumen dapat dinilai melalui beragam pendekatan dan metode. Menurut Kotler dan Armstrong (2017:6) dalam (Lay, 2019) mengidentifikasi 4 metode untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu sebagai berikut:

1. Sistem keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (customer-oriented) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka

2. Ghost shopping

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang (ghost shopper) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing.

3. Lost Customer Analysis

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan / penyempurnaan selanjutnya

4. Survei kepuasan konsumen

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan metode survei, baik dengan survei melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi.

2.1.2.4 Indikator Kepuasan Konsumen

Indikator kepuasan konsumen adalah berbagai ukuran yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang mereka beli atau gunakan. Indikator ini bisa berupa perasaan puas, keinginan untuk membeli kembali, rekomendasi kepada orang lain, atau terpenuhkannya harapan konsumen. Adapun indikator kepuasan konsumen (Tjiptono, 2018) dalam (Angliawati & Mutaqin, 2023) yaitu:

a. Perasaan Puas

Yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari konsumen saat menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari perusahaan.

b. Selalu membeli produk

Yaitu konsumen akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan.

c. Rekomendasikan kepada orang lain

Yaitu konsumen yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain serta mampu menciptakan konsumen baru bagi suatu perusahaan.

d. Terpenuhinya harapan konsumen

Setelah membeli suatu produk Yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang diinginkan konsumen.

2.2 Penelitian Yang Relevan

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

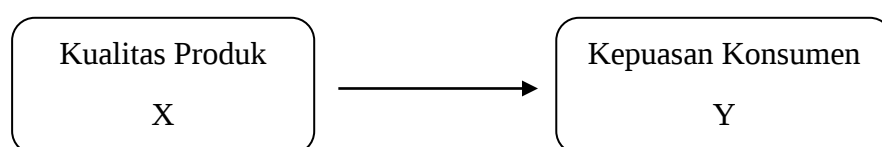
No.	Nama Peneliti Jurnal	Judul Jurnal	Hasil Penelitian
1.	Dinar Reira Pelangi, Dedi Mulyadi, Sungkono	Pengaruh kualitas dan harga barang terhadap kepuasan pelanggan e-commerce shopee	Penelitian ini mengungkapkan bahwa kualitas produk dan harga barang memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2.	Heri Aji Setiawan.	Pengaruh digital marketing, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna aplikasi shopee.	Penelitian ini mengungkapkan bahwa digital marketing, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

			kepuasan konsumen pengguna aplikasi shopee.
3.	Zanualita Putri Wulandari, Awin Mulyati, Endro Tjahjono.	Analisis pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pada marketplace shopee)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen di marketplace Shopee

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual ini menggambarkan hubungan antara variabel independen, yaitu kualitas produk, dan variabel dependen, yaitu kepuasan konsumen. Dalam konteks ini, kualitas produk diartikan sebagai kemampuan produk untuk memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen, sedangkan kepuasan konsumen adalah perasaan yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang diterima dengan harapan yang dimiliki.

Berdasarkan penjelasan di atas, berikut ini adalah kerangka konseptual penelitian ini :



Gambar 2.3 Bagan Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis Penelitian

Sesuai dengan kerangka konseptual diatas, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut :

Ha : Ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen shopee pada mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMSU.

Ho : Tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen shopee pada mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMSU

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang menggunakan angka dan statistik untuk mengumpulkan dan menganalisis data.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini adalah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Jl. Kapten Muchtar Basri No. 3, Glugur Darat II, Kecamatan Medan Timur, Kota Medan, Sumatera Utara 20238.

3.2.2 Waktu Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian direncanakan pada bulan Februari 2025 sampai dengan juli 2025. Berikut ini adalah table yang berisi deskripsi kegiatan penelitian :

Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian

Deskripsi Kegiatan	Bulan/Minggu																															
	Januari				Februari				Maret				April				May				Juni				Juli				Agustus			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul																																
ACC Judul																																
Penyusunan Proposal																																
Bimbingan Proposal																																
Seminar Proposal																																

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017:215) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Husen, 2023). Teknik sampel yang digunakan penulis dalam metode penelitian ini adalah menggunakan rumus Slovin karena populasi kurang dari 1000.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

E = Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir; e= 0,1. (10%)

Tabel 3.3 Tabel Sampel

No.	Angkatan	Program Studi	Populasi	Sampel
1	2021	Pendidikan Akuntansi	13	13 / 391 x 80 = 3
2	2021	Pendidikan Bimbingan & Konseling	39	39 / 391 x 80 = 8
3	2021	Pendidikan Bahasa Inggris	38	38 / 391 x 80 = 8
4	2021	Pendidikan Matematika	34	34 / 391 x 80 = 7
5	2021	Pendidikan Bahasa Indonesia	32	32 / 391 x 80 = 6
6	2021	Pendidikan Pancasila & Kewarganegaraan	13	13 / 391 x 80 = 3
7	2021	Pendidikan Guru Sekolah Dasar	222	222 / 391 x 80 = 45
Jumlah				80

3.4 Variabel dan Definisi Operasional

Menurut Sinambela (2021) variabel penelitian adalah suatu atribut, nilai atau sifat dari objek kegiatan yang mempunyai variasi tertentu antara satu dan lainnya yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan dicari informasi yang terkait serta ditarik kesimpulannya (Wiratna Sujarweni (2022), 2022). Variabel dalam penelitian ini dapat dibedakan dalam dua variabel yaitu :

1. Variabel independen (variabel bebas)

Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi variabel lain dalam sebuah penelitian. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X).

2. Variabel dependen (variabel terikat)

Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y).

Untuk mengetahui lebih jelas mengenai variabel-variabel yang diamati, berikut ini uraian definisi table sebagai berikut :

Tabel 3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator
Kualitas (X)	Persepsi konsumen mengenai karakteristik dan keunggulan produk yang dibeli melalui aplikasi shopee.	Daya tahan produk, fitur produk, desain produk, kinerja produk.
Kepuasan	Tingkat perasaan senang atau	Kesesuaian produk dengan

konsumen (Y)	kecewa konsumen setelah menggunakan produk yang dibeli melalui aplikasi shopee.	harapan, kesenangan dalam menggunakan produk, keinginan untuk merekomendasikan.
--------------	---	---

3.5 Instrumen Penilaian

Menurut (Sugiyono, 2014) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Dr. Arif Rachman, Dr. E. Yochanan, 2024). Instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan untuk mengumpulkan data atau mengukur objek penelitian. Instrumen penelitian sangat penting karena dapat memengaruhi validitas data dan hasil penelitian. Instrumen yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data yaitu :

3.5.1 Kuisisioner (Angket)

Menurut Sugiono (2014) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Dr. Arif Rachman, Dr. E. Yochanan, 2024). Kuesioner adalah alat pengumpulan data berupa serangkaian pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden.

Penelitian ini menggunakan skala likert sebagai pedoman untuk mengajukan pertanyaan dan pernyataan dengan alternative jawaban yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Menurut Sugiyono (2018:152) skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Wiratna Sujarweni (2022), 2022). Skala likert umumnya menggunakan empat bobot penilaian atau skor sebagai berikut :

Tabel 3.5 Skor Skala Likert

No.	Kriteria Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3	Tidak Setuju (TS)	2
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan bantuan *software* statistik (SPSS). Analisis ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen (harga dan kualitas produk) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen). Uji coba instrument dilakukan untuk mengetahui tingkat validitas dan reliabilitas instrument. Uji instrumen ini dilakukan pada mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMSU yang berjumlah 391 mahasiswa. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

3.6.1 Uji Instrumen Penilaian

3.6.1.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah prosedur statistik untuk menilai seberapa tepat suatu alat ukur (seperti kuesioner atau tes) mengukur konsep atau variabel yang seharusnya diukurnya. Uji validitas bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian (kuesioner, tes, dll.) dapat mengukur variabel yang ingin diukur secara tepat dan akurat. Teknik yang digunakan untuk menilai validitas setiap item dalam

instrumen penelitian ini adalah teknik korelasi product moment. Melalui teknik ini, dilakukan perhitungan korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan skor total, yaitu jumlah keseluruhan dari skor seluruh butir. Pada penelitian ini menggunakan taraf signifikan 0,05 atau 5%. Kriteria pengujian validitas yaitu:

- a. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ maka instrument atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid.
- b. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ maka instrument atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak valid.

Cara melakukan uji validitas dengan SPSS versi 25 sebagai berikut :

1. Buka aplikasi SPSS versi 25
2. Pada jendela *variabel view*, definisikan setiap item pertanyaan
3. Pada *data view*, masukan data jawaban responden I dengan item yang sudah didefinisikan
4. Klik menu *analyze*
5. Pilih *correlate*
6. Pilih *bivariate*
7. Sebuah jendela baru akan muncul. Pindahkan semua variabel item pertanyaan ke kolom variabel disebelah kanan
8. Pada bagian *correlation coefficients*, pastikan opsi tercentang
9. Pada bagian *test of significance*, pilih *two-tailed*
10. Klik ok untuk melihat *outputnya*

11. *Output* akan menunjukkan nilai r_{hitung} (nilai korelasi) dan nilai signifikansi untuk setiap item
12. Bandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} . Nilai r_{hitung} dari SPSS dibandingkan dengan r_{tabel} yang memiliki tingkan signifikansi (biasanya 0,05) dan jumlah sampel
13. Item dianggap valid jika nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel}
14. Jika kolom signifikansi (sig.(2-tailed)) nilainya kurang dari 0,05, maka item tersebut dianggap valid

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah metode untuk mengukur konsistensi atau keandalan alat ukur, seperti kuesioner, dalam menghasilkan hasil yang sama pada pengukuran berulang. Jika suatu kuesioner reliabel, maka jawaban responden cenderung konsisten meskipun diuji pada waktu yang berbeda. Metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas adalah dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha*. Adapun kriteria pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut:

1. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* ≥ 0.60 , maka instrumen dinyatakan reliabel (konsisten).
2. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* ≤ 0.60 , maka instrumen dinyatakan tidak reliabel (tidak konsisten).

Cara melakukan uji reliabilitas dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25 sebagai berikut :

1. Buka data yang ingin dianalisis di SPSS versi 25
2. Klik menu *analyze*
3. Pilih *scale*

4. Pilih *reliability analysis*
5. Di jendela *reliability analysis*, pindahkan semua item pertanyaan per variabel yang akan diuji ke kolom items di sisi kanan
6. Pastikan pada bagian model, pilih alpha sudah terpilih
7. Klik tombol *statistics*
8. Di jendela *reliability analysis*, centang *scale item deleted* untuk melihat bagaimana nilai reliabilitas akan berubah jika suatu item dihapus, kemudian klik *continue*
9. Klik ok pada jendela *reliability analysis* untuk menjalankan uji
10. Lihat hasilnya di jendela output SPSS untuk melihat nilai *Cronbach's Alpha* yang menunjukkan tingkat reliabilitas instrumen

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Menurut Purnomo (2017:107) Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ada tidaknya normalitas residual, multikolinearitas, autokorelasi dan heteroskedastis pada model regresi (Sari, 2019). Uji asumsi klasik ini merupakan uji prasyarat yang dilakukan sebelum melakukan analisis lebih lanjut terhadap data yang telah dikumpulkan. Pengujian asumsi klasik ini ditujukan agar dapat menghasilkan model regresi yang memenuhi kriteria BLUE (Best Linier Unbiased Estimator). Model regresi yang memenuhi kriteria BLUE dapat digunakan sebagai estimator yang terpercaya dan handal dimana estimator tersebut dinyatakan tidak bias, konsisten, berdistribusi normal dan juga efisien. Untuk mengetahui apakah model regresi yang akan digunakan telah memenuhi kriteria BLUE maka perlu dilakukan serangkaian pengujian yaitu Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji

Heteroskedastisitas, dan Uji Autokorelasi yang akan dibahas lebih lanjut satu per satu pada bagian selanjutnya (Setiawan, 2020).

3.6.2.1 Uji Normalitas

Menurut Purnomo (2017:108) Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik yaitu memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Menurut Machali (2015) dalam (Sari, 2019) bahwa tes normalitas dilakukan dengan menggunakan uji *kolmogrov-smirnov* dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

- a) Signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.
- b) Signifikansi $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi secara normal

Cara menguji uji normalitas menggunakan SPSS versi 25 sebagai berikut :

1. Buka aplikasi SPSS versi 25. Masukkan data pada kolom data *view* dan definisikan variabelnya di *variable view*
2. Klik *Analyze > Nonparametric Test > Legacy Dialogs > 1-Sampel K-S*
3. Pada kotak *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, pindahkan variabel yang akan diuji ke kolom *Test Variable List*
4. Pastikan pilihan normal pada bagian *Test Distribution* tercentang
5. Klik ok
6. Pada tabel hasil, lihat nilai Sig. untuk uji *Kolmogrov-Smirnov* jika nilai Sig. lebih besar dari 0,05, maka data tersebut berdistribusi normal

3.6.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Gunawan (2020 : 128) uji heteroskedastisitas ini merupakan uji untuk menilai “apakah dalam model regresi terhadai atau terdapat ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain” (Dr. Ir. Hermanti, 2022).

Menurut Gunawan (2020 : 128) “jika varians dari nilai residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas” (Dr. Ir. Hermanti, 2022).

Menurut Gunawan (2020 : 128) “model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas, atau dengan kata lain model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas” (Dr. Ir. Hermanti, 2022).

Cara melakukan uji heteroskedastisitas menggunakan SPSS versi 25 sebagai berikut :

1. Buka aplikasi SPSS versi 25. Lalu klik *Analyze > Regression > Linear*
2. Masukkan variabel dependen ke kotak dependent dan variabel independen ke kotak independen
3. Klik tombol Plots
4. Di jendela *Linear Regression Plots*, masukan SRESID ke kotak Y dan ZPRED ke kotak x
5. Klik *continue* lalu ok
6. Perhatikan output *Scatterplot* yang muncul di bawah. Jika titik-titik menyebar secara acak disekitar garis nol, berarti tidak ada *heteroskedastisitas*. Namun,

jika terdapat pola seperti bentuk kerucut atau kipas, itu menunjukkan adanya *heteroskedastisitas*

3.6.3 Metode Regresi Linier Sederhana

Regresi linear sederhana merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menggambarkan hubungan antara satu variabel independen (bebas) dan satu variabel dependen (terikat) dengan anggapan bahwa hubungan keduanya bersifat linear. Metode ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana perubahan pada variabel bebas berdampak terhadap variabel terikat serta untuk memperkirakan nilai variabel terikat berdasarkan nilai dari variabel bebas tersebut. Rumus regresi linier sederhana sebagai berikut :

$$y = a + bx$$

Keterangan :

y = Variabel terikat, yang ingin diprediksi

x = Variabel bebas, yang mempengaruhi y

a = konstanta, yaitu nilai y ketika x = 0

b = koefisien regresi, yang menunjukkan seberapa besar perubahan y untuk setiap perubahan satu unit pada x

Cara menguji metode regresi linear sederhana menggunakan SPSS versi 25 sebagai berikut :

1. Buka aplikasi SPSS versi 25. Siapkan data penelitian yang memiliki variabel dependen (Y) dan variabel independen (X)

2. Input data secara manual ke data *view* atau menyalin data dari excel ke SPSS
3. Klik tab variabel *view*
4. Pada kolom nama, tuliskan nama variabel misalnya Y untuk variabel independen dan Y untuk variabel dependen
5. Pada kolom label, berikan deskripsi yang jelas untuk setiap variabel
6. Pindah ke tab data *view*
7. input data pada kolom yang sesuai dengan variable yang sudah didefinisikan
8. Dari menu utama, pilih *Analyze*
9. Pilih *Regression*, lalu klik linear
10. Kotak dialog *Linear Regression* akan muncul
11. Pindahkan variabel dependen ke kotak dependen dengan mengklik panah yang tersedia
12. pindahkan variabel independen ke kotak independen
13. Pastikan metode yang dipilih adalah enter
14. Klik ok
15. SPSS akan menampilkan tabel hasil, termasuk *Model Summary* (nilai *R-squared* dan tabel *Coefficients* (koefisien regresi b_0 dan b_1))
16. *R-squared* menunjukkan persentase variabilitas variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen
17. Koefisien regresi b_0 dan b_1 adalah konstanta dan kemiringan (*stope*) garis regresi, sedangkan nilai p pada tabel *Coefficients* menunjukkan signifikansi hubungan antara variabel

3.6.4 Uji Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan atau kesimpulan sementara yang belum teruji kebenarannya, yang digunakan sebagai dasar untuk penelitian dan pengujian lebih lanjut.

Menurut Kurniawan dan Puspitaningtyas (2016:106) bahwa pengujian hipotesis adalah suatu prosedur yang dilakukan dalam penelitian dengan tujuan untuk dapat mengambil keputusan menerima atau menolak hipotesis yang diajukan (Sari, 2019).

3.6.4.1 Uji Persial (Uji t)

Menurut Zaenuddin (2018:187) Uji t bertujuan untuk melihat seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai t hitung dibandingkan dengan nilai t tabel pada tingkat kepercayaan $(1-\alpha) \times 100\%$ dan derajat bebas $n - k$ (jumlah observasi dikurangi jumlah parameter. Menurut Machali (2015) Kriteria pengujian dari uji t yaitu jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ (t_{hitung} lebih besar atau sama dengan t_{tabel}) maka H_a diterima dan H_o ditolak. Sedangkan Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ (t_{hitung} lebih kecil atau sama dengan t_{tabel}) maka H_o diterima dan H_a ditolak (Sari, 2019).

Berdasarkan signifikansi :

1. Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_o diterima.
2. Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_o ditolak.

Berikut cara untuk menguji uji t menggunakan bantuan aplikasi SPSS :

1. Buka aplikasi SPSS versi 25. Pilih Analyze > Compare Means, lalu pilih jenis uji t yang sesuai. Setelah memilih jenis uji, masukan variabel ke dalam kotak yang sesuai.

2. Klik ok.

3.6.4.2 Uji Simultan (Uji f)

Uji F dalam analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan, yang ditunjukkan oleh dalam table ANOVA (Analysis of Variance) dengan menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ (Basuki, 2015). Menurut Zaenuddin (2018:190) Nilai F hitung kemudian dibandingkan dengan nilai F tabel, dengan derajat kebebasan df denominator $n - k$ dan df nominator $k - 1$ (Sari, 2019).

Menurut Ghozali (2018: 56) Uji F disini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen) (Hermiyanty, Wandira Ayu Bertin, 2017).

Kriteria keputusan sebagai berikut:

- a. Jika nilai probabilitas (F-stasistik) < 0.05 maka H_0 diterima.
- b. Jika nilai probabilitas (F-stasistik) > 0.05 maka H_0 ditolak.

Berikut cara menguji uji F dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25 :

1. Buka aplikasi SPSS dan pastikan data sudah diimpor atau siap untuk dimasukan.
2. Siapkan data dengan mengatur namaabel dan labelnya pada bagian variabel view sebelum memasukan data ke data view.
3. Klik menu *Analyze > Regression > Linear*.
4. Masukan variabel yang mau diuji pengaruhnya ke dalam kotak.

5. Klik ok.
6. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel ANOVA di bagian output SPSS.
7. Periksa kolom sig. pada tabel ANOVA.
8. Jika nilai sig. kurang dari 0,05, maka variabel independen secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen shopee pada mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMSU Angkatan 2021.

Agar hasil penelitian lebih mudah dipahami, data yang akan disajikan sesuai dengan urutan variable yang diteliti. Uraian dimulai dari variable kualitas produk (x), dilanjutkan dengan variabel kepuasan konsumen (y). Selanjutnya akan dianalisis tingkat kecenderungan dari masing – masing variabel tersebut.

Data dalam penelitian ini berasal dari data primer yang disebarkan melalui angket kepada mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMSU stambuk 2021, dengan jumlah reponden 80 mahasiswa. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS 25.

4.2 Pengujian Persyaratan Data

4.2.1 Uji Instrumen Penilaian

4.2.1.1 Uji Validitas

Sebelum penelitian ini dilaksanakan , peneliti terlebih dahulu melakukan uji coba terhadap kuisioner yang telah disebarkan sebanyak 10 pertanyaan untuk variabel kualitas produk (x), 7 pertanyaan untuk variabel kepuasan konsumen (y) dan dibagikan kepada mahasiswa FKIP UMSU sebanyak 40 orang untuk dilakukan validasi instrument. Uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS versi 25. Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai r_{hitung}

(*Correlated Item – Total Correlation*) dengan nilai r_{tabel} . Pada penelitian ini menggunakan taraf signifikan 0,05 atau 5%. Kriteria pengujian validitas yaitu:

- Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ maka instrument atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid.
- Jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ maka instrument atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak valid.

Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh informasi mengenai tingkat validitas dari setiap butir pertanyaan. Rincian selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.1
Hasil Perhitungan Uji Validasi

No. Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
P1	0,780	0,312	Valid
P2	0,618	0,312	Valid
P3	0,626	0,312	Valid
P4	0,766	0,312	Valid
P5	0,669	0,312	Valid
P6	0,825	0,312	Valid
P7	0,683	0,312	Valid
P8	0,695	0,312	Valid
P9	0,742	0,312	Valid
P10	0,672	0,312	Valid
P11	0,535	0,312	Valid
P12	0,776	0,312	Valid
P13	0,732	0,312	Valid
P14	0,675	0,312	Valid

P15	0,688	0,312	Valid
P16	0,636	0,312	Valid
P17	0,634	0,312	Valid

Sumber : Pengolahan Data Dengan Menggunakan Aplikasi SPSS Versi 25

Berdasarkan table di atas, hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua pernyataan kuisioner 17 butir pertanyaan dinyatakan valid dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

4.2.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa variabel yang digunakan dalam penelitian benar-benar terbebas dari kesalahan, sehingga mampu menghasilkan data yang konsisten meskipun pengujian dilakukan berulang kali. Pengujian ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Instrumen penelitian berupa kuesioner terdiri dari 17 pertanyaan, dengan rincian 10 pertanyaan untuk variabel kualitas produk (X) dan 7 pertanyaan untuk variabel kepuasan konsumen shopee (Y). Proses analisis dilakukan dengan bantuan software SPSS versi 25. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.2

Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.930	17

Sumber : Pengolahan Data Dengan Menggunakan Aplikasi SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas di atas, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0,930 \geq 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwasanya instrument penelitian yang digunakan adalah reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian.

4.2.2 Uji Asumsi Klasik

4.2.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dari suatu penelitian memiliki pola distribusi yang sesuai dengan distribusi normal. Pada penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan dengan memanfaatkan software SPSS versi 25 menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov*. Data dikatakan normal jika nilai signifikan $> 0,05$. Berikut ini hasil uji normalitas yang diperoleh setelah melakukan pengelolaan data.

Gambar 4.1

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.67266338
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.087
	Negative	-.076
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

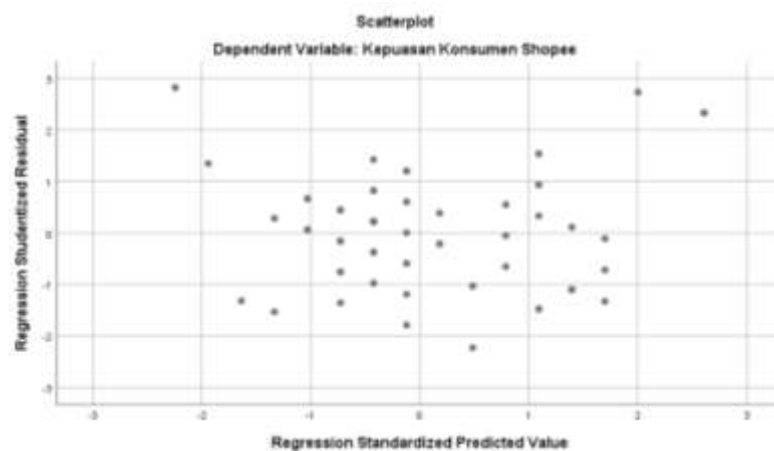
Sumber : Pengolahan Data Dengan Menggunakan Aplikasi SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa residual memiliki distribusi yang normal.

4.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.2

Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Pengolahan Data Dengan Menggunakan Aplikasi SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil yang diperoleh, tidak tampak adanya pola yang jelas, di mana titik-titik tersebar secara acak di atas dan di bawah garis nol. Penyebaran titik tersebut juga tidak menunjukkan pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengalami gejala heteroskedastisitas dan telah memenuhi asumsi dasar regresi linear sederhana.

4.3 Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 4.3

Hasil Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.677	1.813		5.337	.000
	Kualitas Produk	.365	.057	.584	6.356	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen Shopee

Sumber : Pengolahan Data Dengan Menggunakan Aplikasi SPSS Versi 25

Berdasarkan Tabel 4.9, hasil uji t pada tingkat signifikansi menunjukkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 9,677 + 0,365X$$

Dapat dijelaskan bahwa :

- Konstanta bernilai positif sebesar 9,677 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dari variabel independen, yaitu kualitas produk. Artinya, jika kualitas produk meningkat, maka kepuasan konsumen juga cenderung meningkat.
- Nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas produk adalah 0,365. Hal ini berarti jika kualitas produk (x) mengalami kenaikan, maka kepuasan konsumen (y) akan meningkat sebesar 0,365 atau 36,5%.

4.4 Uji Hipotesis

4.4.1 Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial atau uji t digunakan untuk menentukan apakah terdapat pengaruh secara individu dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Tabel 4.4

Uji Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.677	1.813	5.337	.000
	Kualitas Produk	.365	.057	.584	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen Shopee

Sumber : Pengolahan Data Dengan Menggunakan Aplikasi SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil uji t , untuk menentukan apakah hipotesis nol (H_0) diterima atau ditolak, langkah pertama adalah menetapkan nilai t_{tabel} yang akan digunakan. Nilai t_{tabel} ini ditentukan berdasarkan derajat kebebasan (df) dan tingkat signifikansi 5%. Dengan $df = n - k - 1 = 80 - 1 - 1 = 78$, diperoleh t_{tabel} sebesar 1,991.

Melalui analisis menggunakan SPSS versi 25, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 serta nilai t_{hitung} sebesar 6,356 yang lebih besar dari t_{tabel} 1,991. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian diterima, yang berarti variabel kualitas produk (X) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

4.5 Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kualitas produk (X) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) pada mahasiswa FKIP UMSU. Berdasarkan hasil analisis data menggunakan bantuan software SPSS versi 25, diperoleh temuan sebagai berikut:

Hasil uji regresi linier sederhana menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} adalah 40,393 dengan tingkat signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk (X)

terhadap kepuasan konsumen shopee (Y). Maka H_a diterima dan H_o ditolak. Maka dapat di simpulkan bahwasanya kualitas produk sangat berpengaruh bagi kepuasan konsumen shopee pada mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMSU.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh dalam penelitian ini, penulis dapat menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen shopee pada mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMSU.
2. Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 40,393 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas produk (X) terhadap kepuasan konsumen shopee (Y) pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMSU.
3. Dari hasil analisis, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, serta nilai t_{hitung} sebesar 6,356 yang lebih besar dari t_{tabel} 1,991. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian ini diterima, yang berarti bahwa variabel kualitas produk (X) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen shopee (Y) pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMSU.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memberikan pengaruh yang cukup signifikan terhadap kepuasan konsumen shopee pada mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

UMSU. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen shopee tersebut, disarankan agar dilakukan peningkatan kualitas produk dan menautkan deskripsi tentang produk tersebut agar konsumen dapat membacanya terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian.

Penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan. Dengan adanya hal tersebut, penulis berharap agar penelitian di masa mendatang dapat dilakukan dengan lebih optimal. Disarankan untuk meninjau kembali berbagai faktor lain yang dapat berpengaruh terhadap peningkatan kualitas produk dan upaya meningkatkan kepuasan konsumen shopee pada kalangan mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Angliawati, R. Y., & Mutaqin, M. F. I. (2023). Implikasi Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Slomo Cofee Bandung. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(1), 52–65. <https://doi.org/10.51977/sainsm.v5i1.1044>
- Dr. Arif Rachman, Dr. E. Yochanan, D. I. A. I. S. (2024). *Dan R & D*.
- Dr. Ir. Hermanti, M. (2022). Uji Multikolinearitas.Pdf.
- Hermiyanty, Wandira Ayu Bertin, D. S. (2017). BAB III metode penelitian. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 8(9), 1–58.
- Hidayah, C. N., & Santoso, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Hargadan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Terhadap Kepuasan Konsumen Di D'Admiral Café *Musytari: Neraca Manajemen ...*, 4(1). Retrieved from <https://ejournal.warunayama.org/index.php/musytarineraca/article/view/2260>
%0Ahttps://ejournal.warunayama.org/index.php/musytarineraca/article/download/2260/2117
- Husen, A. (2023). Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Campaign Di Toko Mebel Sakinah Karawang. *Jurnal Economina*, 2(6), 1356–1362. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i6.608>
- Lay. (2019). BAB II KAJIAN TEORITIS 2.1 Kualitas Produk 2.2.1 Pengertian Produk. *Laboratorium Penelitian Dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Mualawarman, Samarinda, Kalimantan Timur*, 1(1), 5–30. Retrieved from [https://www.ksi-](https://www.ksi-indonesia.org/assets/uploads/original/2020/03/ksi-)
[indonesia.org/assets/uploads/original/2020/03/ksi-](https://www.ksi-indonesia.org/assets/uploads/original/2020/03/ksi-)

1585501090.pdf%0Ahttps://www.unhi.ac.id/id/berita/detail-berita/UNHI-Launching-Sistem-Sruti%0Ahttps://kepuastakaan-presiden.perpusnas.go.id/uploaded_files/pdf/article_clipping/normal/BUNG_KA

Maulidiah, E. P., Survival, S., & Budiantono, B. (2023). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Economina*, 2(3), 727–737. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.375>

Sari, N. H. F. K. U. K. (2019). Pengaruh Dana Pihak Ketiga Dan Non Performing Financing Terhadap Pembiayaan Pada Bank Umum Syariah Periode 2011-2017. *Jurnal Bisnis, Manajemen & Ekonomi*, 17(2), 78–93. Retrieved from <https://journal.widyatama.ac.id/index.php/jbme/article/view/600/448>

Setiawan, P. E. P. (2020). Analisis Pengaruh Perubahan Harga Komoditas Kopi dan Perubahan Kurs Valuta Asing Terhadap Return Saham Perusahaan Kopi Yang Go Public pada tahun 2014-2019. *Jurnal Manajemen UNIKA Soegijapranata Semarang*, 20–26.

Sudiantini, Dian. Jacynda, A., Sityowati, A., & Efendy, B. (2023). Pengaruh Kualitas Dan Harga Barang Terhadap Kepuasan Pelanggan Di E-Commerce Shopee. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Enam-Enam Kendari*, 1(2), 214–221. Retrieved from <https://doi.org/10.572349/neraca.v1i2.163%0Ahttps://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca/article/view/163>

Wiratna Sujarweni (2022). (2022). Tabel 3.1 Skala Likert.

Yurianti, E. (2022). PENGARUH PROMOSI, BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Konsumen Minuman Tiger Sugar di Dki Jakarta), 6–23. Retrieved from <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/9270>

LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP**Data Pribadi**

Nama	: Anisa
NPM	: 2102070013
Tempat/Tanggal Lahir	: Medan, 04 Desember 2025
Jenis Kelamin	: Perempuan
Agama	: Islam
Kewarganegaraan	: Indonesia
Alamat	: Jl. B. Zein Hamid Gg. Sempurna Kelurahan Kedai Durian

**Data Orang Tua**

Nama Ayah	: Zainal Abidin
Nama Ibu	: Rosmila
Alamat	: Jl. B. Zein Hamid Gg. Sempurna Kelurahan Kedai Durian

Pendidikan Formal

1. SDN 060927 Tamat 2015
2. SMPN 34 Medan Tamat 2018
3. SMKN 7 Medan Tamat 2021
4. Tahun 2021 s/d 2025 tercatat sebagai Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Program Studi Pendidikan Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Medan 25 Agustus 2025

Anisa

Lampiran 2. Angket Penelitian

**ANGKET KUALITAS PRODUK OLEH MAHASISWA FAKULTAS
KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN UMSU TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN SHOPEE**

Petunjuk Pengisian Angket :

1. Isilah data diri anda dengan tepat
2. Bacalah dengan cermat setiap butir pertanyaan, kemudian pilihlah jawaban sesuai dengan pilihan anda
3. Kategori yang digunakan untuk menjawab pertanyaan adalah SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju), STS (Sangat Tidak Setuju)

Nama :

Jurusan/Prodi :

Angkatan :

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
	VARIABEL X KUALITAS PRODUK				
1	Saya melakukan pembelian pada aplikasi shopee karena kualitas barang yang ditawarkan sesuai dengan yang saya inginkan				
2	Saya melakukan pembelian pada aplikasi shopee karena aplikasi shopee tidak pernah error dan selalu berfungsi dengan baik				
3	Saya sangat puas dengan daya tahan produk yang saya beli dishopee				
4	Deskripsi produk memudahkan konsumen untuk membeli suatu produk dishopee				
5	Tampilan produk yang ada diaplikasi shopee sesuai dengan produk yang diterima konsumen				

6	Saya tertarik belanja di shopee karena informasi fitur produk (seperti spesifikasi, warna, ukuran, dll) lengkap				
7	Shopee memiliki berbagai fitur unggulan yang tidak dimiliki oleh marketplace pesaing seperti shopeepay, shopeepaylater, shopee game				
8	Saya membeli produk di shopee karena memiliki jaminan pengembalian barang (garansi produk)				
9	Estetik produk (model, desain, bentuk, fisik, dll) sangat berpengaruh pada kepuasan konsumen shopee				
10	Deskripsi produk memudahkan konsumen untuk membeli suatu produk di shopee				
	VARIABEL Y KEPUASAN KONSUMEN				
11	Saya puas karena shopee memberikan kemudahan dalam mencari produk yang diinginkan				
12	Saya puas karena shopee memiliki sistem yang memudahkan dalam proses pengeditan produk yang akan dipesan				
13	Saya puas karena shopee cepat dalam pengiriman produk				
14	Pengalaman yang baik membuat saya puas dan menceritakan kepada orang lain				
15	Saya puas karena shopee memiliki kesesuaian produk yang dipesan dan diterima konsumen				
16	Saya puas karena shopee memiliki kesesuaian produk dengan yang ditawarkan pada gambar				
17	Saya akan membeli ulang produk di shopee				

Lampiran 3 . Hasil Uji Validitas SPSS Versi 25

		P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P 10	P 11	P 12	P 13	P 14	P 15	P 16	P 17	TOTAL	
P 1	Pears on Correlation	1	.343*	.603**	.489**	.580**	.593**	.506**	.573**	.594**	.378*	.348*	.684**	.483**	.607**	.501**	.469**	.455**	.780**	>T. hitung
	Sig. (2-tailed)		0,030	0,000	0,001	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000	0,016	0,028	0,000	0,002	0,000	0,001	0,002	0,003	0,000	< 0,5
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
P 2	Pears on Correlation	.343*	1	.392*	0,270	.341*	.450**	.450**	.441**	0,280	.321*	0,161	.382*	.612**	.483**	.528**	.487**	0,306	.618**	>T. hitung
	Sig. (2-tailed)	0,030		0,012	0,092	0,031	0,004	0,004	0,004	0,081	0,043	0,321	0,015	0,000	0,002	0,000	0,001	0,005	0,000	< 0,5
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
P 3	Pears on Correlation	.603**	.392*	1	.370*	.634**	.395*	0,311	0,251	.337*	0,272	0,167	.461**	.578**	.395*	.492**	.355*	.369*	.626**	>T. hitung
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,012		0,019	0,000	0,012	0,005	0,118	0,034	0,090	0,304	0,003	0,000	0,012	0,000	0,024	0,019	0,000	< 0,5
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
P 4	Pears on Correlation	.489**	0,270	.370*	1	.502**	.737**	.487**	.580**	.794**	.730**	.382*	.441**	.443**	0,284	.466**	.441**	.489**	.766**	>T. hitung
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,092	0,019		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,015	0,004	0,004	0,007	0,000	0,004	0,000	0,000	< 0,5
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
P 5	Pears on Correlation	.580**	.341*	.634**	.502**	1	.440**	.341*	.364*	.468**	.404**	0,172	.522**	.508**	0,308	.383*	.522**	.400*	.669**	>T. hitung
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,031	0,000	0,001		0,005	0,031	0,021	0,002	0,010	0,288	0,001	0,001	0,054	0,015	0,001	0,011	0,000	< 0,5
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
P 6	Pears on Correlation	.593**	.450**	.395*	.737**	.440**	1	.692**	.654**	.684**	.698**	.441**	.564**	.452**	.406**	.514**	.468**	.398*	.825**	>T. hitung
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,004	0,012	0,000	0,005		0,000	0,000	0,000	0,000	0,004	0,000	0,003	0,009	0,001	0,002	0,011	0,000	< 0,5
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
P 7	Pears on Correlation	.506**	.450**	0,311	.341*	.395*	.692**	1	.497**	.684**	.698**	0,142	.564**	.317*	.406**	0,249	0,276	0,222	.683**	>T. hitung

	Sig. (2-tailed)	0,001	0,004	0,051	0,001	0,031	0,000		0,001	0,000	0,000	0,038	0,000	0,046	0,009	0,122	0,085	0,169	0,000	< 0,5
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
P 8	Pears on Correlation	.573**	.441**	0,251	.580**	.364*	.654**	.497**	1	.550**	.553**	0,295	.442**	.340*	.514**	.339*	0,245	.423**	.695**	>T. hitung
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,004	0,118	0,000	0,021	0,000	0,001		0,000	0,000	0,064	0,004	0,032	0,001	0,032	0,127	0,007	0,000	< 0,5
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
P 9	Pears on Correlation	.594**	0,280	.337*	.794**	.468**	.684**	.684**	.550**	1	.680**	0,215	.462**	.340*	0,291	.363*	.362*	.455**	.742**	>T. hitung
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,081	0,034	0,000	0,002	0,000	0,000	0,000		0,000	0,183	0,003	0,032	0,068	0,021	0,022	0,003	0,000	< 0,5
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
P 10	Pears on Correlation	.378*	.321*	0,272	.730**	.404**	.698**	.698**	.553**	.680**	1	0,262	.420**	0,297	.334*	.427**	0,084	0,231	.672**	>T. hitung
	Sig. (2-tailed)	0,016	0,043	0,090	0,000	0,010	0,000	0,000	0,000	0,000		0,103	0,007	0,063	0,035	0,006	0,606	0,151	0,000	< 0,5
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
P 11	Pears on Correlation	.348*	0,161	0,167	.382*	0,172	.441**	0,142	0,295	0,215	0,262	1	.511**	.484**	.539**	.536**	.387*	.463**	.535**	>T. hitung
	Sig. (2-tailed)	0,028	0,321	0,304	0,015	0,288	0,004	0,383	0,064	0,183	0,103		0,001	0,002	0,000	0,000	0,014	0,003	0,000	< 0,5
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
P 12	Pears on Correlation	.684**	.382*	.461**	.441**	.522**	.564**	.564**	.442**	.462**	.420**	.511**	1	.707**	.676**	.392*	.522**	.397*	.776**	>T. hitung
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,015	0,003	0,004	0,001	0,000	0,000	0,004	0,003	0,007	0,001		0,000	0,000	0,012	0,001	0,011	0,000	< 0,5
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
P 13	Pears on Correlation	.483**	.612**	.578**	.443**	.508**	.452**	.317*	.340*	.340*	0,297	.484**	.707**	1	.518**	.511**	.538**	.450**	.732**	>T. hitung
	Sig. (2-tailed)	0,002	0,000	0,000	0,004	0,000	0,003	0,046	0,032	0,032	0,063	0,002	0,000		0,001	0,001	0,000	0,004	0,000	< 0,5
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
P 14	Pears on Correlation	.607**	.483**	.395*	0,284	0,308	.406**	.406**	.514**	0,291	.334*	.539**	.676**	.518**	1	.541**	.391*	.450**	.675**	>T. hitung

	Sig. (2-tailed)	0,00 0	0,00 2	0,01 2	0,07 6	0,05 4	0,00 9	0,00 9	0,00 1	0,06 8	0,03 5	0,00 0	0,00 0	0,00 1		0,00 0	0,01 3	0,00 4	0,00	< 0,5
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
P 1 5	Pears on Correlation	.501**	.528**	.492**	.466**	.383*	.514**	0,249	.339*	.363*	.427**	.536**	.392*	.511**	.541**	1	.558**	.549**	.688**	>T. hitung
	Sig. (2-tailed)	0,001	0,000	0,001	0,002	0,015	0,001	0,122	0,032	0,021	0,006	0,000	0,012	0,001	0,000		0,000	0,000	0,000	< 0,5
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
P 1 6	Pears on Correlation	.469**	.487**	.355*	.441**	.522**	.468**	0,276	0,245	.362*	0,084	.387*	.522**	.538**	.391*	.558**	1	.506**	.636**	>T. hitung
	Sig. (2-tailed)	0,002	0,001	0,024	0,004	0,001	0,002	0,085	0,127	0,022	0,606	0,014	0,001	0,000	0,013	0,000		0,001	0,000	< 0,5
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
P 1 7	Pears on Correlation	.455**	0,306	.369*	.489**	.400*	.398*	0,222	.423**	.455**	0,231	.463**	.397*	.450**	.450**	.549**	.506**	1	.634**	>T. hitung
	Sig. (2-tailed)	0,003	0,055	0,019	0,001	0,011	0,011	0,169	0,007	0,003	0,151	0,003	0,011	0,004	0,000	0,000	0,001		0,000	< 0,5
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
T O T A L	Pears on Correlation	.780**	.618**	.626**	.766**	.669**	.825**	.683**	.695**	.742**	.672**	.535**	.776**	.732**	.675**	.688**	.636**	.634**	1	>T. hitung
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40

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

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

Lampiran 4. Form K-1 (Pengajuan Judul)

From : K-1



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
 Jl. Kapten Mukhtar Basri No.3 Telp. (061) 6619056 Medan 20238
 Website : <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: fkip@umsu.ac.id

Kepada Yth : Bapak/Ketua & Sekretaris
 Program Studi Pendidikan Akuntansi
 FKIP UMSU

Perihal : PERMOHONAN PERSETUJUAN JUDUL SKRIPSI

Dengan hormat, yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anisa
 NPM : 2102070013
 Program Studi : Pendidikan Akuntansi
 IPK Kumulatif : 3,83

Kredit Kumulatif = 120 SKS

Persetujuan Ketua/Sekret Program Studi	Judul yang Diajukan	Disahkan oleh Dekan Fakultas
	Pengaruh Penggunaan Fintech Mobile Payment dan Aplikasi Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Akuntansi UMSU.	
	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMSU.	
	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Siswa Dalam Memilih Jurusan Akuntansi Pada Siswa Kelas X SMK PAB 2 Helvetia.	

Demikianlah permohonan ini saya sampaikan untuk dapat pemeriksaan dan persetujuan serta pengesahan, atas kesediaan Bapak saya ucapkan terima kasih.

Medan, 15 April 2025
 Hormat Pemohon,

Anisa

Keterangan

Dibuat Rangkap 3 :

- Untuk Dekan/Fakultas
- Untuk Ketua/Sekretaris Prodi
- Untuk Mahasiswa yang bersangkutan

Lampiran 5. Form K-2 (Permohonan Persetujuan Proposal)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
 Jl. Kapten Mukhtar Basri No.3 Telp. (061) 6619056 Medan 20238
 Website : <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: fkip@umsu.ac.id

From : K-2

Kepada Yth : Bapak/Ketua & Sekretaris
 Program Studi Pendidikan Akuntansi
 FKIP UMSU

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anisa
 NPM : 2102070013
 Program Studi : Pendidikan Akuntansi

Mengajukan permohonan persetujuan proyek proposal/risalah/makalah/skripsi sebagai tercantum dibawah ini dengan judul sebagai berikut :

**"Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Pada Mahasiswa
 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMSU"**

Sekaligus saya mengusulkan/menunjuk Bapak/Ibu sebagai :

Dosen Pembimbing : Dian Novianti Sitompul, S.Pd., 

Sebagai Dosen Pembimbing Proposal/Risalah/Makalah/Skripsi saya

Demikianlah permohonan ini saya sampaikan untuk dapat pengurusan selanjutnya. Akhirnya atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu saya ucapkan terima kasih.

Medan, 15 April 2025
 Hormat Pemohon,



(Anisa)

Keterangan

Dibuat Rangkap 3 :

- Untuk Dekan/Fakultas
- Untuk Ketua/Sekretaris Prodi
- Untuk Mahasiswa yang bersangkutan

Lampiran 6. Form K-3 (Pengesahan Proyek Proposal)



FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
 Jln. Mukthar Basri BA No. 3 Telp. 6622400 Medan 20217 Form : K3

Nomor : 735/II.3-AU/UMSU-02/ F/2025
 Lamp : —
 Hal : Pengesahan Proyek Proposal
 Dan Dosen Pembimbing

Bismillahirrahmanirrahim
 Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara menetapkan proyek proposal/risalah/makalah/skripsi dan dosen pembimbing bagi mahasiswa yang tersebut di bawah ini :

Nama : Anisa
 N P M : 2102070013
 Program Studi : Pendidikan Akuntansi
 Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMSU

Pembimbing : Dian Novianti Sitompul S.Pd.,M.Si.

Dengan demikian mahasiswa tersebut di atas diizinkan menulis proposal/risalah/makalah/skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulis berpedoman kepada ketentuan yang telah ditetapkan oleh Dekan
2. Proyek proposal/risalah/makalah/skripsi dinyatakan **BATAL** apabila tidak sesuai dengan jangka waktu yang telah ditentukan
3. Masa daluwarsa tanggal : 15 April 2026

Medan, 20 Syawal 1446 H
 15 April 2025 M

Wassalam
 Dekan



Dra. Hj. Samsuarnita, M.Pd
 NIP : 0004066701

Dibuat rangkap 5 (lima) :

1. Fakultas (Dekan)
 2. Ketua Program Studi
 3. Pembimbing Materi dan Teknis
 4. Pembimbing Riset
 5. Mahasiswa yang bersangkutan :
- WAJIB MENGIKUTI SEMINAR**



Lampiran 7. Surat Izin Riset



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BIAN-PTIAA/KP/PT/XV/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fkip.umsu.ac.id> fkip@umsu.ac.id

[umsu.medan](#)

[umsu.medan](#)

[umsu.medan](#)

[umsu.medan](#)

Nomor : 1472/IL3-AU/UMSU-02/F/2025

Medan, 08 Muharram 1446 H

Lamp

03 Juli 2025 M

Hal : Permohonan Izin Riset

Kepada Yth Dekan
FKIP UMSU
di
Tempat

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr. Wb

Wa ba'du, semoga kita semua sehat wal'afiat dalam melaksanakan kegiatan/aktifitas sehari-hari, sehubungan dengan semester akhir bagi mahasiswa wajib melakukan penelitian/riset untuk pembuatan Skripsi sebagai salah satu syarat penyelesaian Sarjana Pendidikan, maka kami mohon kepada Bapak/Ibu memberi izin kepada mahasiswa kami untuk melakukan penelitian/riset di FKIP UMSU. Adapun data mahasiswa tersebut sebagai berikut:

Nama : Annisa
NPM : 2102070013
Jurusan : Pendidikan Akuntansi
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMSU

Demikian hal ini kami sampaikan, atas perhatian dan kesediaan serta kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih. Akhirnya selamat sejahteralah kita semuanya, Amin.



****Pertinggal****

Dekan

Dra. H. Syamsiyarunta, M.Pd
NIDN 0004066701

Lampiran 8. Surat Balasan Riset



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 Fax. (061) 6625474 - 6631003
 Website: <http://fkip.umau.ac.id> E-mail: fkip@umau.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 1840/KET/II.3.AU/UMSU-02/F/2025

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara menerangkan bahwa :

Nama Mahasiswa	: Anisa
N P M	: 2102070013
Program Studi	: Pendidikan Akuntansi
Judul Skripsi	: Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMSU

Benar telah mengadakan Riset di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara mulai tanggal 03 Juli 2025 s/d 09 Agustus 2025 dengan judul :

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMSU

Demikian surat keterangan ini dikeluarkan untuk dapat dipergunakan sebagai mestinya. Selamat sejahteralah kita semuanya, Amin.

Dikeluarkan pada Tanggal :
 Medan, 14 Shafar 1447 H
 09 Agustus 2025 M

Wassalam
 Dekan



Pertinggal



Lampiran 9. Turnitin



Lampiran 10. Berita Acara Bimbingan Proposal



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
 Jl. Kapten Mukhtar Basri No.3 Telp. (061) 6619056 Medan 20238
 Website : <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: fkip@umsu.ac.id

BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
 Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
 Nama : Anisa
 N P M : 2102070013
 Program Studi : Pendidikan Akuntansi
 Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMSU.

Tanggal	Materi Bimbingan Skripsi	Paraf	Keterangan
10 Januari 2025	Bab 1 pendahuluan		
	Latar belakang masalah belum pas		
27 Januari 2025	Latar belakang dimulai dari umum ke khusus		
13 Februari 2025	Revisi identifikasi masalah dan spasi antar paragraf baru		
13 Maret 2025	Revisi batasan masalah		
12 April 2025	Acc seminar proposal		

Diketahui oleh :
 Ketua Program Studi

Dr. Faisal R. Dongoran, M.Si

Medan, 16 April 2025

Dosen Pembimbing

Dian Noviani Sitompul, S.Pd.,

Lampiran 11. Surat Keterangan Melaksanakan Seminar Proposal



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
 Jl. Kapten Mukhtar Basri No.3 Telp. (061) 6619056 Medan 20238
 Website : <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: fkip@umsu.ac.id

SURAT KETERANGAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Ketua Program Studi Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Anisa
 NPM : 2102070013
 Program Studi : Pendidikan Akuntansi

Adalah benar telah melaksanakan Seminar Proposal pada:

Hari : Kamis
 Tanggal : 26 Juni 2025
 Dengan Judul : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMSU.

Dengan surat keterangan ini kami keluarkan/berikan kepada mahasiswa yang bersangkutan semoga Bapak/Ibu Pimpinan Fakultas dapat segera mengeluarkan surat **izin riset** mahasiswa tersebut. Atas kesediaan dan kerjasamanya kami ucapkan banyak terima kasih.

Dikeluarkan di : Medan
 Pada tanggal : 26 Juni 2025

Wassalam
 Ketua Program Studi
 Pendidikan Akuntansi

Dr. Faisal R. Dongoran., M.Si

UMSU
 Unggul | Cerdas | Terpercaya

Lampiran 12. Lembar Pengesahan Proposal



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
 Jl. Kapten Mukhtar Basri No.3 Telp. (061) 6619056 Medan 20238
 Website : <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: fkip@umsu.ac.id

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PENGESAHAN PROPOSAL

Panitia Proposal Penelitian Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Strata-1 Bagi

Nama : Anisa
 NPM : 2102070013
 Program Studi : Pendidikan Akuntansi
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan

Dengan ini diterimanya proposal ini, maka mahasiswa tersebut sudah layak melakukan seminar proposal.

Disetujui Oleh,
 Ketua Program Studi
 Pendidikan Akuntansi

Dr. Faisal R. Dongoran., M.Si

Diketahui Oleh,
 Dosen Pembimbing

Dian Novianti Sitompul, S.Pd.

UMSU
 Unggul | Cerdas | Terpercaya

Lampiran 13. Lembar Pengesahan Hasil Seminar Proposal



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
 Jl. Kapten Mukhtar Basri No.3 Telp. (061) 6619056 Medan 20238
 Website : <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: fkip@umsu.ac.id

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PENGESAHAN HASIL SEMINAR PROPOSAL

Proposal yang sudah diseminarkan oleh mahasiswa dibawah ini:

Nama : Anisa
 NPM : 2102070013
 Program Studi : Pendidikan Akuntansi
 Judul Proposal : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMSU

Pada hari Selasa, Tanggal 22 April 2025 sudah layak menjadi proposal skripsi.

Medan, 22 April 2025

Disetujui Oleh

Dosen Pembimbing

Dian Novianti Sitompul, S.Pd., M.Si

Dosen Pembahas

Dr. Faisal R. Dongoran., M.Si

Diketahui Oleh,
 Ketua Program Studi

Dr. Faisal R. Dongoran., M.Si

Lampiran 14. Berita Acara Seminar Proposal



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
 Jl. Kapten Mukhtar Basri No.3 Telp. (061) 6619056 Medan 20238
 Website : <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: fkip@umsu.ac.id

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL

Pada hari Selasa, Tanggal 22 April 2025 diselenggarakan seminar proposal Prodi Pendidikan Akuntansi menerangkan bahwa:

Nama : Anisa
 NPM : 2102070013
 Program Studi : Pendidikan Akuntansi
 Judul Proposal : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMSU

NO	MASUKAN/SARAN
BAB I	Perbaikan Latar Belakang masalah, Identifikasi masalah
BAB II	Perbaikan kerangka konitis
BAB III	Perbaikan Metodologi penevitian
LAINNYA	
KESIMPULAN	() Disetujui () Ditolak ☒ Disetujui Dengan Adanya Perbaikan

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk dilanjutkan ke skripsi.

Medan, 22 April 2025

TIM SEMINAR

Dosen Pembimbing

Dian Novianti Sitompul, S.Pd., M.Si

Dosen Pembahas

Dr. Faisal R. Dongoran., M.Si

Diketahui Oleh,
 Ketua Program Studi

Dr. Faisal R. Dongoran., M.Si