

**PENGARUH DIMENSI KUALITAS PRODUK TERHADAP SIKAP  
KONSUMEN AR BOUTIQUE PTC MALL PALEMBANG**



**LAPORAN AKHIR**

**Disusun Sebagai Syarat Untuk Menyelesaikan Pendidikan Diploma III Pada  
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis  
Politeknik Negeri Sriwijaya**

**Oleh:**

**Diska Perianti  
0614 3060 0487**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
PALEMBANG  
2017**

**PENGARUH DIMENSI KUALITAS PRODUK TERHADAP SIKAP  
KONSUMEN AR BOUTIQUE PTC MALL PALEMBANG**



**LAPORAN AKHIR**

**Disusun Sebagai Syarat Untuk Menyelesaikan Pendidikan Diploma III Pada  
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis  
Politeknik Negeri Sriwijaya**

**Oleh:**

**Diska Perianti  
0614 3060 0487**

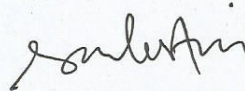
**TIM PEMBIMBING**

**Menyetujui,  
Pembimbing I**



**Ummasyroh, SE.,M.Ed.M  
NIP 196106051989032002**

**Palembang, Juli 2017  
Pembimbing II**



**Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, SE.,M.Ec  
NIP 197705212006042001**

**Mengetahui,  
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis**



**A. Jalaludin Sayuti, S.E., M.Hum.Res.M  
NIP 196008061989101001**



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI

POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA

JalanSrijaya Negara, Palembang 30139

Telp. 0711-353414 Fax. 0711-355918

Website : www.polisriwijaya.ac.id E-mail : info@polsri.ac.id



## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Diska Perianti  
NPM : 0614 3060 0487  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis  
Mata Kuliah : Perilaku Konsumen  
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Sikap Konsumen AR Boutique

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana yang tertera diatas beserta isinya merupakan hasil dari penelitian saya sendiri.
2. Laporan akhir bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila laporan akhir saya plagiat/menyalin laporan akhir milik orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan laporan akhir beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, 6 Juli 2017  
Yang membuat pernyataan



Diska Perianti  
NPM 0614 3060 0487

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Diska Perianti  
NPM : 0614 3060 0487  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis  
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Sikap Konsumen AR Boutique PTC Mall Palembang

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Ujian Laporan Akhir  
Jurusan Administrasi Bisnis  
Dan dinyatakan LULUS


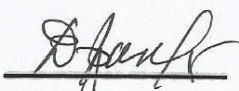
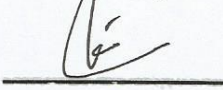

Pada Hari:

Jumat

Tanggal:

04 Agustus 2017

TIM PENGUJI

No.	Nama Penguji	TandaTangan	Tanggal
1.	A. Jalaluddin Sayuti, S.E., M.Hum.Res NIP. 196008061989101001		31/7
2.	Drs. Dibyantoro, M.M NIP. 195404301986031002		31/7
3.	Dr. Marieska Lupikawati, S.E., M.M NIP. 198103222003122001		31/7
4.	M. Rizka Maulana Effendi, S.E., M.Si NIP. 197812162006041003		31/7

## MOTO DAN PERSEMBAHAN

*“Jika Anda Selalu Fokus Pada Profit dan Keuntungan, Anda Akan Mengurangi Kualitas Produk. Namun Jika Anda Fokus Untuk Menghasilkan Produk yang Luar Biasa, Maka Profit dan Keuntungan Akan Mengikuti”*

*Saya Persembahkan Untuk:*

- *Kedua Orang tuaku tercinta*
- *Saudara-saudaraku tersayang*
- *Teman-teman seperjuangan*
- *Almamater yang selalu di banggakan*

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis ucapkan pada Allah SWT, karena berkat rahmat beserta hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan akhir yang berjudul **“PENGARUH DIMENSI KUALITAS PRODUK TERHADAP SIKAP KONSUMEN AR BOUTIQUE PTC MALL PALEMBANG”** tepat pada waktunya, sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan Diploma III pada Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.

Pada penyusunan Laporan Akhir ini membahas mengenai apakah dimensi kualitas produk berpengaruh terhadap sikap konsumen AR Boutique. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap sikap konsumen dan dimensi paling berpengaruh adalah dimensi kesan dan profil etis.

Penulis menyadari bahwasannya tidak sedikit kesalahan serta kekurangan yang dilakukan dalam penulisan laporan ini dikarenakan atas dasar keterbatasan kemampuan, pengalaman dan pengetahuan yang penulis miliki. Maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang bersifat membangun demi kesempurnaan pembuatan laporan akhir ini agar lebih sempurna di masa yang akan datang atau untuk kepentingan pembuatan laporan selanjutnya.

Dari semua yang telah penulis buat dalam penyusunan laporan akhir ini, penulis berharap agar laporan ini dapat bermanfaat bagi kita semua, khususnya bagi penulis dan seluruh mahasiswa jurusan Administrasi Bisnis.

Palembang, Juli 2017

Penulis

## UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini, penulis telah banyak menerima dukungan dari pihak lain yang bersedia membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikannya. Dalam kesempatan ini penulis ingin memberikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Ing. Ahmad Taqwa, S.T., M.T. Selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya
2. A. Jalaluddin Sayuti, S.E., M.Hum.Res.M. Selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis
3. Divianto, S.E., M.M Selaku Wakil Ketua Jurusan Administrasi Bisnis
4. Ibu Ummasyroh, SE., M.Ed.M, selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan tenaganya untuk membimbing, memberi saran serta arahan dan kritik dalam penyusunan Laporan Akhir ini sehingga dapat terselesaikan.
5. Ibu Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, SE., M.Ec, selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan tenaganya untuk membimbing, memberi saran serta arahan dan kritik dalam penyusunan Laporan Akhir ini sehingga dapat terselesaikan.
6. Pemilik butik ibu Sri Setiawati, Skm., M.Epid, yang telah bersedia memberikan izin untuk melakukan penelitian di AR Boutique dan memberikan data-data yang dibutuhkan.
7. Bapak/Ibu dosen pengajar jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang yang telah mendidik, membimbing, memberikan bekal ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis.
8. Segenap staff Administrasi dan Perpustakaan Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah membantu baik selama kuliah maupun proses penyusunan Laporan Akhir ini.
9. Responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi Kuesioner penelitian ini.

10. Ayahanda tercinta (Umar Ali), Ibunda tercinta (Tri Noviati), Ayukku tersayang (Wulan dan Popi), Kakakku tersayang (Ganda dan eko), keponakan terlucu (Adiba), serta teman terkasih (Angga Wedhaswara) yang selalu memberikan doa, semangat dan dukungan baik materil, moril dan tenaga padaku dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
11. Teman-teman seperjuangan di kelas 6 NC yang telah menjadi tempat bertukar pikiran, memberikan motivasi, dukungan, doa dan terima kasih atas kenangan indah selama 3 tahun ini.
12. Semua pihak yang tidak mungkin saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan sumbangan pemikiran dan dukungan demi terwujudnya laporan akhir ini.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih atas segala bantuan, dukungan, doa yang telah diberikan kepada penulis. Semoga semua bantuan dan jerih paya mendapatkan balasan dan berkah dari Allah SWT.

Palembang, Juli 2017

Penulis



## **ABSTRACT**

This final report entitled with the influence of product quality dimension on consumer attitude of AR Boutique PTC Mall Palembang. The purpose of this final report is to determine the influence of product quality dimension to consumer attitude and product quality dimension is the most dominant influence to consumer attitude of AR Boutique. Techniques for data collection is by using interviews, library research and questionnaire. The object of this study were consumer AR Boutique with 60 respondents. This research used non-probability sampling technique with insidental sampling method as its sampling technique. The used data is consumer aatitude which is the dependent variable (Y) and product quality (performance (X<sub>1</sub>), Reliability and Durability (X<sub>2</sub>), Maintainability and Serviceability (X<sub>3</sub>), Quality Satisfaction (X<sub>4</sub>), Ethical Profile and Image (X<sub>5</sub>), which is the independent variable. Data analysis is by usng quantitative method for validity test, reliability test, t-test, F test, along with multiple linear regression. Results of this analysis indicate the value of Adjusted R Square of 0,623 or 62,3%, which indicates that consumer behaviour are influenced by the five dimensions of quality product and the remaining 37,7% are influenced by other external factors of study. Dimensional ethical profile and image are the most dominant in consumer attitude with t-test presentation of 35,50%. Based on the result of the study, the authors suggested companies to maintain and improve the quality product by making inovation and following the latest fashion trends.

**Keywords:** Product Quality Dimension, Consumer Attitude

## ABSTRAK

Laporan akhir ini berjudul Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Sikap Konsumen Ar Boutique PTC Mall Palembang. Tujuan laporan akhir ini adalah untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas produk terhadap sikap konsumen dan dimensi kualitas produk yang paling dominan berpengaruh terhadap sikap konsumen AR Boutique. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, studi pustaka dan kuesioner. Objek penelitian ini adalah konsumen AR Boutique sebanyak 60 responden. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik non probability sampling dengan metode sampling insidental. Data yang digunakan adalah sikap konsumen yang merupakan variabel terikat (Y) dan kualitas produk (kinerja produk ( $X_1$ ), keandalan dan daya tahan ( $X_2$ ), kemudahan perbaikan ( $X_3$ ), kualitas yang dirasakan ( $X_4$ ), kesan dan profil etis ( $X_5$ ), merupakan variabel bebas. Analisis data dengan menggunakan metode kuantitatif untuk uji validitas, uji reliabilitas, uji t dan uji F serta regresi linear berganda. Hasil dari analisis menunjukkan nilai dari Adjusted R Square 0,623 atau 62,3%, yang menunjukkan bahwa sikap konsumen dipengaruhi oleh lima dimensi dari kualitas produk dan 37,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini. Dimensi kesan dan profil etis menjadi yang paling dominan dalam sikap konsumen dengan presentasi uji t sebesar 35,50%. Berdasarkan hasil dari pembahasan, penulis menyarankan perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk dengan membuat inovasi dan mengikuti trend fashion terkini.

Kata kunci: Dimensi Kualitas, Sikap Konsumen

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN AKHIR .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>

### **BAB I            PENDAHULUAN**

1.1	Latar Belakang .....	1
1.2	Perumusan Masalah .....	4
1.3	Ruang Lingkup Masalah .....	4
1.4	Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	4
	1.4.1 Tujuan .....	4
	1.4.2 Manfaat .....	4
1.5	Metodologi Penelitian .....	5
	1.5.1 Jenis dan Sumber Data .....	5
	1.5.2 Teknik Pengumpulan Data .....	5
	1.5.3 Populasi, teknik sampling dan sampel penelitian .....	6
	1.5.4 Analisis Data .....	8

### **BAB II            TINJAUAN PUSTAKA**

2.1	Pengertian Produk .....	11
2.2	Klasifikasi Produk .....	11
2.3	Pengertian Kualitas Produk .....	13
2.4	Dimensi Kualitas Produk .....	14
2.5	Definisi Sikap .....	15
2.6	Karakteristik Sikap .....	16
2.7	Fungsi-fungsi Sikap .....	17
2.8	Komponen Sikap .....	18

<b>BAB III</b>	<b>KEADAAN UMUM PERUSAHAAN</b>	
1.1	Sejarah Singkat Perusahaan .....	19
1.2	Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas .....	20
	1.2.1 Struktur Organisasi .....	20
	1.2.2 Pembagian Tugas .....	21
1.3	Produk yang Dijual .....	22
1.4	Profil Responden .....	23
1.5	Rekapitulasi Hasil Kuesioner .....	25
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1	Uji Validitas .....	28
4.2	Uji Reliabilitas .....	30
4.3	Uji Hipotesis .....	32
	4.3.1 Uji F (Uji Secara Bersama/Simultan) .....	32
	4.3.2 Uji t (Uji Secara Sendiri-sendiri/Parsial) .....	35
4.4	Uji Regresi Berganda .....	42
4.5	Dimensi Kualitas Produk yang Paling Dominan Berpengaruh Terhadap Sikap Konsumen AR Boutique .....	43
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1	Kesimpulan .....	45
5.2	Saran .....	46

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Pengukuran Skala Likert .....	10
Tabel 3.1 Nama-nama Karyawan AR Boutique .....	22
Tabel 3.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	23
Tabel 3.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	24
Tabel 3.4 Responden Berdasarkan Umur .....	24
Tabel 3.5 Responden Berdasarkan Pendidikan .....	25
Tabel 3.6 Penilaian Konsumen Pada AR Boutique .....	25
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas .....	29
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas Dimensi Kualitas Produk .....	30
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Sikap Konsumen .....	32
Tabel 4.4 Model Summary .....	33
Tabel 4.5 Uji Statistik F ANOVA .....	34
Tabel 4.6 Uji T (Parsial/Sendiri-sendiri) .....	36
Tabel 4.7 Variabel X yang Paling Dominan Berpengaruh Terhadap Y .....	43

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 3.1 Struktur Organisasi AR Boutique .....	21

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Surat pengantar Pengambilan Data
- Lampiran 2 Surat Izin Pengambilan Data
- Lampiran 3 Surat Balasan Dari AR Boutique
- Lampiran 4 Surat Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir
- Lampiran 5 Lembar Bimbingan Laporan Akhir
- Lampiran 6 Kartu Kunjungan Mahasiswa
- Lampiran 7 Lembar Rekomendasi
- Lampiran 8 Lembar Persetujuan Revisi
- Lampiran 9 wawancara
- Lampiran 10 Data Penjualan AR Boutique
- Lampiran 11 Kuesioner
- Lampiran 12 Data Responden
- Lampiran 13 Tabel Frekuensi Kuesioner
- Lampiran 14 Tabel Korelasi Kinerja Produk (X1)
- Lampiran 15 Tabel Korelasi Keandalan dan Daya Tahan (X2)
- Lampiran 16 Tabel Korelasi Kemudahan Perbaikan (X3)
- Lampiran 17 Tabel Korelasi Kualitas yang Dirasakan (X4)
- Lampiran 18 Tabel Korelasi Kesan dan Profil Etis (X5)
- Lampiran 19 Tabel Reliabilitas Kinerja Produk (X1)
- Lampiran 20 Tabel Reliabilitas Keandalan dan Daya Tahan (X2)
- Lampiran 21 Tabel Reliabilitas Kemudahan Perbaikan (X3)
- Lampiran 22 Tabel Reliabilitas Kualitas yang Dirasakan (X4)
- Lampiran 23 Tabel Reliabilitas Kesan dan Profil Etis (X5)
- Lampiran 24 Tabel Regression
- Lampiran 25 Tabel r
- Lampiran 26 Tabel t
- Lampiran 27 Tabel F