

ABSTRAK

Nama : Yosia Gibril Susanto Ramba
NIM : 3012211007
Judul : Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Produk Terhadap
Kepuasan Konsumen Pada Pengguna iOS
xvi + 74 halaman

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh serta hubungan antara Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. Sampel penelitian terdiri dari 30 responden yang merupakan pengguna sistem operasi iOS.

Metode Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Hasil ini dibuktikan dengan uji t untuk setiap variabel bebas. Hasil uji t untuk pengujian variabel Kemudahan Penggunaan diperoleh t hitung $0,268 < 2,052$ t tabel dan nilai signifikan $0,791 > 0,05$. Maka H_0 diterima dan H_1 ditolak yang artinya variabel Kemudahan Penggunaan tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen.

Hasil uji t untuk variabel Kualitas Produk diperoleh t hitung adalah $4,172 > 2,052$ t tabel dan nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_2 diterima artinya Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen.

Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada sistem operasi iOS. Hal ini dibuktikan dengan uji F yaitu diperoleh nilai F hitung $> F$ tabel ($52,108 > 2,96$) dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Maka H_0 diterima dan H_3 di tolak yang artinya adanya pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada pengguna iOS.

Kata Kunci : Kemudahan Penggunaan, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen
Referensi : 32 buku, 17 jurnal, 4 situs web

Jakarta, 11 Juli 2025



(Yosia Gibril Susanto Ramba)

ABSTRACT

Name : Yosia Gibril Susanto Ramba
Student ID : 3012211007
Title : The Influence of Ease of Use and Product Quality on Customer Satisfaction Among iOS User
xvi + 74 page

This study aims to determine the influence and relationship between Ease of Use and Product Quality on Customer Satisfaction. The research sample consisted of 30 respondents who are users of the iOS operating system.

This research employed a descriptive method with a quantitative approach. The results are evidenced by the t-test for each independent variable. The t-test result for the Ease of Use variable shows that the calculated t-value is $0.268 < 2.052$ (t-table), and the significance value is $0.791 > 0.05$. Therefore, H_0 is accepted and H_1 is rejected, which means that the Ease of Use variable does not have a partial and significant effect on the Customer Satisfaction variable.

The t-test result for the Product Quality variable shows that the calculated t-value is $4.172 > 2.052$ (t-table), and the significance value is $0.001 < 0.05$. Therefore, H_0 is rejected and H_2 is accepted, which means that the Product Quality variable has a positive and significant effect on the Customer Satisfaction variable.

Ease of Use and Product Quality simultaneously influence Customer Satisfaction on the iOS operating system. This is proven by the F-test, which shows that the calculated F-value is $52.108 > 2.96$ (F-table), with a significance value of $0.001 < 0.05$. Therefore, H_0 is rejected and H_3 is accepted, meaning that there is a significant simultaneous influence of Ease of Use and Product Quality on Customer Satisfaction among iOS users.

Keywords : Ease of Use, Product Quality, and Customer Satisfaction
References : 32 books, 17 journals, 4 websites

Jakarta, 11 July 2025



(Yosia Gibril Susanto Ramba)