

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

a. Sejarah Teras Store

Teras Store berdiri sejak 2015 dan selalu menjaga kualitas produk serta layanan yg terbaik untuk pelanggannya. Mereka menjual iPhone baru dan *second* yang berkualitas dengan garansi yang panjang untuk menjaga kepercayaan pelanggannya serta mereka juga menyediakan jasa reparasi khusus untuk produk Apple dan menjadi spesialis iPhone *service* dengan didukung oleh *tools* yg baik dan teknisi yg profesional.¹

Teras Store kini sudah memiliki beberapa cabang toko yang tersebar di daerah Jawa Tengah tepatnya di Kudus, Demak, Jepara dan Yogyakarta. Seiring perkembangan usaha, kini Teras Store bukan hanya menjual produk dari Apple saja melainkan menambah produk *smartphone* android seperti Oppo, Samsung, Redmi dan lain-lain. Teras juga menyediakan jasa service bergaransi. Ketika sedang promo, mereka menawarkan garansi sampai seumur hidup. Bisnis ini semakin maju karena mampu mengidentifikasi permintaan pasar dan terus melakukan perbaikan serta inovasi demi menjaga kualitas sehingga mendapatkan kepuasan pelanggan yang tinggi.

b. Visi dan Misi Teras Store

Teras store merupakan jenis usaha dibidang jual beli produk handphone terutama iPhone. Teras memiliki slogan “solusi kebutuhan iPhone kamu” dan memiliki visi mengembangkan bisnis untuk tumbuh dan dapat menggunakan teknologi modern sebagai alat komunikasi. Sedangkan misinya yaitu:

- 1) Mengembangkan bisnis kami untuk menjadikan teknologi komunikasi sebagai alat komunikasi modern.
- 2) MENGEMBANGKAN alat teknologi canggih dan bermutu tinggi serta menjadikan produk unggulan
- 3) Berkomitmen untuk mengembangkan produk agar usaha kami sukses dan berkembang pesat

¹ About Us, <https://terasstore.com/>, diakses pada 29 Mei 2023.

- 4) Berusaha melayani konsumen dengan baik sehingga dapat terpuaskan oleh layanan kami.

2. Gambaran Umum Responden

Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu akan dipaparkan mengenai data-data responden yang digunakan sebagai sampel penelitian yang diambil dari konsumen Teras Store, yaitu sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden dari konsumen Teras Store terdapat laki-laki dan perempuan dengan jumlah responden sebanyak 100 orang.

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-laki	37
Perempuan	63
Total	100

Sumber : Data Primer yang Diolah Peneliti, 2023.

Dari data diatas, diketahui bahwa jenis kelamin yang berpartisipasi dalam mengisi kuesioner ini terdapat 37 responden berusia laki-laki dan 63 responden perempuan.

b. Usia

Data persebaran usia responden konsumen Teras Store Kudus yang merupakan pembeli produknya yaitu:

Tabel 4.2
Data Usia Responden

Usia	Frekuensi	Persentase
18 - 23 tahun	24	24%
24 - 29 tahun	69	69%
30 - 35 tahun	5	5%
36 - 45 tahun	2	2%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah Peneliti, 2023.

Dari data diatas, diketahui bahwa usia responden yang berpartisipasi dalam mengisi kuesioner ini terdapat 24 responden berusia antara 18-25 tahun, 69 responden berusia 24-29 tahun, 5 responden berusia antara 30-35 tahun, dan 2 responden berusia antara 36-35 tahun.

c. Pendapatan

Data latar belakang ekonomi dilihat dari penghasilan perbulan pada responden penelitian ini yang merupakan konsumen Teras Store Kudus adalah:

Tabel 4.3

Data Pendapatan Konsumen

Pendapatan per Bulan	Frekuensi
≤ Rp. 2.000.000	7
Rp. 2.100.000 - Rp. 3.000.000	12
Rp. 3.100.000 - Rp. 4.000.000	55
≥ Rp. 4.100.000	26
Total	100

Sumber: Data Primer yang Diolah Peneliti, 2023.

Dari data diatas, diketahui bahwa pendapatan per bulan responden yang berpartisipasi dalam mengisi kuesioner penelitian ini terdapat 7 responden berpenghasilan kurang dari atau sama dengan Rp. 2.000.000, 12 responden berpenghasilan antara Rp. 2.100.000 sampai Rp. 3.000.000, 55 responden berpenghasilan antara Rp. 3.100.000 sampai Rp. 4.000.000, dan 26 responden berpenghasilan lebih dari atau sama dengan Rp. 4.100.000.

3. Deskripsi Data Reponden

a. Variabel *Product Quality*

Tabel 4.4

Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel *Product Quality*

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Mean	TCR	Kategori
1	Kinerja iPhone yang dibeli memiliki kualitas yang baik sesuai yang diharapkan.	0	0	0	51	49	0,898	89,8	Baik
2	Produk iPhone yang dijual di Teras Store memiliki garansi dan aksessoris tambahan	0	0	0	59	41	0,882	88,2	Baik

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Mean	TCR	Kategori
	seperti <i>paperbag</i> .								
3	Teras Store dapat mengatasi keluhan dan kerusakan iPhone dengan cepat dan tepat.	0	0	0	52	48	0,896	89,6	Baik
4.	Spesifikasi produk iPhone yang dijelaskan oleh karyawan Teras Store sesuai dengan apa yang dirasakan.	0	0	0	47	53	0,906	90,6	Sangat Baik
5	iPhone yang dibeli dari Teras Store memiliki usia penggunaan operasional yang panjang.	0	0	0	46	54	0,908	90,8	Sangat Baik
6	Sebelum membeli, pelanggan mempersepsikan terhadap produk iPhone yang dijual di Teras Store memiliki kualitas yang bagus.	0	0	0	49	51	0,902	90,2	Sangat Baik
7	Produk iPhone yang dijual di Teras Store memiliki berbagai jenis atau seri yang banyak dengan <i>design</i> dan warna-warna yang bagus.	0	0	0	53	47	0,894	89,4	Baik

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Mean	TCR	Kategori
8	Teras Store memiliki kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mampu mereparasi serta menangani keluhan dengan baik dan memuaskan.	0	0	0	45	55	0,91	91	Sangat Baik
9	Produk iPhone yang dijual di Teras Store memiliki mutu yang baik.	0	0	0	49	51	0,902	90,2	Sangat Baik
10	Produk iPhone yang dijual di Teras Store bermanfaat bagi kehidupan saya.	0	0	0	55	45	0,89	89	Baik
11	Produk iPhone yang dijual di Teras Store tidak mengganggu kehidupan spiritualitas saya.	0	0	0	45	55	0,91	91	Sangat Baik
12	Produk Iphone yang dijual di Teras Store tidak merusak moral saya.	0	0	0	50	50	0,9	90	Sangat Baik

Sumber: Data Primer yang Diolah Peneliti, 2023.

Tabel deskripsi jawaban responden variabel *Product Quality* diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Pernyataan kinerja iPhone yang dibeli memiliki kualitas yang baik sesuai yang diharapkan, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju,

- 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 51 responden dengan menjawab setuju, dan 49 responden dengan menjawab sangat setuju.
- 2) Pernyataan produk iPhone yang dijual di Teras Store memiliki garansi dan aksesoris tambahan seperti *paperbag*, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 1 responden dengan menjawab ragu-ragu, 59 responden dengan menjawab setuju, dan 41 responden dengan menjawab sangat setuju.
 - 3) Pernyataan teras Store dapat mengatasi keluhan dan kerusakan iPhone dengan cepat dan tepat mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 52 responden dengan menjawab setuju, dan 48 responden dengan menjawab sangat setuju.
 - 4) Pernyataan spesifikasi produk iPhone yang dijelaskan oleh karyawan Teras Store sesuai dengan apa yang dirasakan, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 47 responden dengan menjawab setuju, dan 53 responden dengan menjawab sangat setuju.
 - 5) Pernyataan iPhone yang dibeli dari Teras Store memiliki usia penggunaan operasional yang panjang, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 46 responden dengan menjawab setuju, dan 54 responden dengan menjawab sangat setuju.
 - 6) Pernyataan sebelum membeli, pelanggan mempersepsikan terhadap produk iPhone yang dijual di Teras Store memiliki kualitas yang bagus, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 49 responden dengan menjawab setuju, dan 51 responden dengan menjawab sangat setuju.

- 7) Pernyataan produk iPhone yang dijual di Teras Store memiliki berbagai jenis atau seri yang banyak dengan *design* dan warna-warna yang bagus, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 53 responden dengan menjawab setuju, dan 47 responden dengan menjawab sangat setuju.
- 8) Pernyataan Teras Store memiliki kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mampu mereparasi serta menangani keluhan dengan baik dan memuaskan, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 45 responden dengan menjawab setuju, dan 55 responden dengan menjawab sangat setuju.
- 9) Pernyataan Produk iPhone yang dijual di Teras Store memiliki mutu yang baik, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 49 responden dengan menjawab setuju, dan 51 responden dengan menjawab sangat setuju.
- 10) Pernyataan produk iPhone yang dijual di Teras Store bermanfaat bagi kehidupan saya, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 55 responden dengan menjawab setuju, dan 45 responden dengan menjawab sangat setuju.
- 11) Pernyataan produk iPhone yang dijual di Teras Store tidak mengganggu kehidupan spiritualitas saya, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 45 responden dengan menjawab setuju, dan 55 responden dengan menjawab sangat setuju.
- 12) Pernyataan produk Iphone yang dijual di Teras Store tidak merusak moral saya, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak

setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 50 responden dengan menjawab setuju, dan 50 responden dengan menjawab sangat setuju.

b. Variabel *Brand Image*

Tabel 4.5
Deskripsi Jawaban Responden
pada Variabel *Brand Image*

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Mean	TCR	Kategori
1	Selama saya menggunakan iPhone dari Teras Store, iPhone tersebut tidak mengalami beberapa masalah teknis.	0	0	0	49	51	0,902	90,2	Sangat Baik
2	Teras Store menjual iPhone yang berkualitas daripada konter lain serta mem berikan garansi yang lebih lama daripada konter lain.	0	0	0	54	46	0,892	89,2	Sangat Baik
3	Teras Store bertanggung jawab atas kerusakan produk iPhone yang dijual.	0	0	0	47	53	0,906	90,6	Sangat Baik
4	iPhone yang saya beli di Teras Store sesuai dengan spesifikasi yang dijelaskan oleh karyawan.	0	0	0	50	50	0,9	90	Sangat Baik
5	Produk iPhone memiliki kualitas dan daya tahan yang bagus	0	0	0	45	55	0,91	91	Sangat Baik

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Mean	TCR	Kategori
6	Produk-produk iPhone memiliki tampilan yang bagus dan berkelas.	0	0	0	53	47	0,894	89,4	Baik
7	Produk-produk iPhone dipakai oleh orang-orang kaya.	0	0	0	57	43	0,886	88,6	Baik
8	Produk-produk iPhone memiliki harga yang mahal.	0	0	0	49	51	0,902	90,2	Sangat Baik
9	Produk-produk iPhone pasti memiliki kualitas yang bagus daripada <i>smartphone</i> merk lain.	0	0	0	44	56	0,912	91,2	Sangat Baik
10	Apple mengeluarkan produk-produk iPhone yang bermutu tinggi.	0	0	0	49	51	0,902	90,2	Sangat Baik
11	Produk iPhone tidak menyebabkan penggunanya memiliki gaya hidup yang hedonis.	0	0	0	45	55	0,91	91	Sangat Baik
12	Produk iPhone dapat mengganggu penggunanya dari kegiatan spiritual.	0	0	0	47	53	0,906	90,6	Sangat Baik
13	Teras Store menyampaikan spesifikasi produk yang jelas dan jujur	0	0	0	44	56	0,912	91,2	Sangat Baik

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Mean	TCR	Kategori
14	Produk iPhone yang dijual oleh Teras adalah produk yang asli.	0	0	0	45	55	0,91	91	Sangat Baik

Sumber: Data Primer yang Diolah Peneliti, 2023.

Tabel deskripsi jawaban responden variabel *brand image* diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Pernyataan selama saya menggunakan iPhone dari Teras Store, iPhone tersebut tidak mengalami beberapa masalah teknis, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 49 responden dengan menjawab setuju, dan 51 responden dengan menjawab sangat setuju.
- 2) Pernyataan Teras Store menjual iPhone yang berkualitas daripada konter lain serta memberikan garansi yang lebih lama daripada konter lain, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 1responden dengan menjawab ragu-ragu, 54 responden dengan menjawab setuju, dan 46 responden dengan menjawab sangat setuju.
- 3) Pernyataan Teras Store bertanggung jawab atas kerusakan produk iPhone yang dijual, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 47 responden dengan menjawab setuju, dan 53 responden dengan menjawab sangat setuju.
- 4) Pernyataan iPhone yang saya beli di Teras Store sesuai dengan spesifikasi yang dijelaskan oleh karyawan, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 50 responden dengan menjawab setuju, dan 50 responden dengan menjawab sangat setuju.

- 5) Pernyataan produk iPhone memiliki kualitas dan daya tahan yang bagus, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 45 responden dengan menjawab setuju, dan 55 responden dengan menjawab sangat setuju.
- 6) Pernyataan produk-produk iPhone memiliki tampilan yang bagus dan berkelas, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 53 responden dengan menjawab setuju, dan 47 responden dengan menjawab sangat setuju.
- 7) Pernyataan produk-produk iPhone dipakai oleh orang-orang kaya, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 57 responden dengan menjawab setuju, dan 43 responden dengan menjawab sangat setuju.
- 8) Pernyataan Produk-produk iPhone memiliki harga yang mahal, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 49 responden dengan menjawab setuju, dan 51 responden dengan menjawab sangat setuju.
- 9) Pernyataan Produk-produk iPhone pasti memiliki kualitas yang bagus daripada *smartphone* merk lain, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 44 responden dengan menjawab setuju, dan 56 responden dengan menjawab sangat setuju.
- 10) Pernyataan Apple mengeluarkan produk-produk iPhone yang bermutu tinggi, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 49 responden

- dengan menjawab setuju, dan 51 responden dengan menjawab sangat setuju.
- 11) Pernyataan produk iPhone tidak dapat menyebabkan penggunanya memiliki gaya hidup yang hedonis, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 45 responden dengan menjawab setuju, dan 55 responden dengan menjawab sangat setuju.
 - 12) Pernyataan produk iPhone dapat mengganggu penggunanya dari kegiatan spiritual, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 47 responden dengan menjawab setuju, dan 53 responden dengan menjawab sangat setuju.
 - 13) Pernyataan Teras Store menyampaikan spesifikasi produk yang jelas dan jujur, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 44 responden dengan menjawab setuju, dan 56 responden dengan menjawab sangat setuju.
 - 14) Pernyataan produk iPhone yang dijual oleh Teras adalah produk yang asli, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 45 responden dengan menjawab setuju, dan 55 responden dengan menjawab sangat setuju.

c. Variabel *Service Excellent*

Tabel 4.6
Deskripsi Jawaban Responden
pada Variabel *Service Excellent*

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Mean	TCR	Kategori
1	Seluruh karyawan Teras Store mampu memahami visi dan misi perusahaan serta	0	0	0	46	54	0,908	90,8	Sangat Baik

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Mean	TCR	Kategori
	bisa bekerja dengan baik untuk pelanggan.								
2	Sikap karyawan Teras Store ramah kepada pelanggan.	0	0	0	51	49	0,898	89,8	Baik
3	Sikap karyawan Teras store professional dan informatif.	0	0	0	44	56	0,912	91,2	Baik
4	Penampilan karyawan di Teras Store menarik, rapi dan bersih.	0	0	0	51	49	0,898	89,8	Baik
5	Karyawan Teras Store memiliki etika yang baik.	0	0	0	43	57	0,914	91,4	Sangat Baik
6	Karyawan yang bertugas memiliki pengetahuan dan pemahaman yang baik tentang iPhone yang dijual.	0	0	0	48	52	0,904	90,4	Sangat Baik
7	Karyawan Teras Store selalu siap untuk memberikan informasi dan layanan yang di butuhkan oleh pelanggan.	0	0	0	52	48	0,896	89,6	Baik
8	Karyawan Teras Store menyapa dan mengucapkan salam kepada pelanggan yang masuk ke toko.	0	0	0	46	54	0,908	90,8	Sangat Baik

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Mean	TCR	Kategori
9	Teras Store menganggap pelanggan seperti partner dekat.	0	0	0	54	46	0,892	89,2	Baik
10	Karyawan Teras Store bertanggung jawab atas pekerjaannya masing-masing.	0	0	0	56	44	0,888	88,8	Baik
11	Karyawan Teras Store jujur dalam melayani pelanggan.	0	0	0	54	46	0,892	89,2	Baik
12	Karyawan Teras Store professional dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.	0	0	0	49	51	0,902	90,2	Baik
13	Karyawan Teras Store bersikap amanah dan terpercaya.	0	0	0	47	53	0,906	90,6	Baik
14	Karyawan Teras Store sopan dan ramah dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.	0	0	0	44	56	0,912	91,2	Sangat Baik

Sumber: Data Primer yang Diolah Peneliti, 2023.

Tabel deskripsi jawaban responden variabel *service excellent* diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Pernyataan seluruh karyawan Teras Store mampu memahami visi dan misi perusahaan serta bisa bekerja dengan baik untuk pelanggan, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0

- responden dengan menjawab ragu-ragu, 46 responden dengan menjawab setuju, dan 54 responden dengan menjawab sangat setuju.
- 2) Pernyataan sikap karyawan Teras Store ramah kepada pelanggan, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 51 responden dengan menjawab setuju, dan 49 responden dengan menjawab sangat setuju.
 - 3) Pernyataan sikap karyawan Teras store professional dan informatif, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 44 responden dengan menjawab setuju, dan 56 responden dengan menjawab sangat setuju.
 - 4) Pernyataan penampilan karyawan di Teras Store menarik, rapi dan bersih, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 51 responden dengan menjawab setuju, dan 49 responden dengan menjawab sangat setuju.
 - 5) Pernyataan karyawan Teras Store memiliki etika yang baik., mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 43 responden dengan menjawab setuju, dan 57 responden dengan menjawab sangat setuju.
 - 6) Pernyataan karyawan yang bertugas memiliki pengetahuan dan pemahaman yang baik tentang iPhone yang dijual, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 48 responden dengan menjawab setuju, dan 52 responden dengan menjawab sangat setuju.
 - 7) Pernyataan karyawan Teras Store selalu siap untuk memberikan informasi dan layanan yang di butuhkan

oleh pelanggan., mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 52 responden dengan menjawab setuju, dan 48 responden dengan menjawab sangat setuju.

- 8) Pernyataan karyawan Teras Store menyapa dan mengucapkan salam kepada pelanggan yang masuk ke toko, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 46 responden dengan menjawab setuju, dan 54 responden dengan menjawab sangat setuju.
- 9) Pernyataan Teras Store menganggap pelanggan seperti partner dekat, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 54 responden dengan menjawab setuju, dan 46 responden dengan menjawab sangat setuju.
- 10) Pernyataan karyawan Teras Store bertanggung jawab atas pekerjaannya masing-masing., mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 56 responden dengan menjawab setuju, dan 44 responden dengan menjawab sangat setuju.
- 11) Pernyataan karyawan Teras Store jujur dalam melayani pelanggan, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 54 responden dengan menjawab setuju, dan 46 responden dengan menjawab sangat setuju.
- 12) Pernyataan sikap karyawan Teras Store profesional dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan., mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 49 responden dengan menjawab

- setuju, dan 51 responden dengan menjawab sangat setuju.
- 13) Pernyataan karyawan Teras Store bersikap amanah dan terpercaya, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 47 responden dengan menjawab setuju, dan 53 responden dengan menjawab sangat setuju.
 - 14) Pernyataan karyawan Teras Store sopan dan ramah dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan., mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 44 responden dengan menjawab setuju, dan 56 responden dengan menjawab sangat setuju.

d. Variabel Kepuasan Pelanggan

Tabel 4.7
Deskripsi Jawaban Responden
pada Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Mean	TCR	Kategori
1	Produk iPhone di Teras Store memiliki spesifikasi seperti yang diharapkan.	0	0	0	46	54	0,908	90,8	Sangat Baik
2	Pelayanan oleh karyawan Teras Store yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.	0	0	0	46	54	0,908	90,8	Sangat Baik
3	Fasilitas penunjang produk yang didapat dari Teras Store sesuai atau melebihi	0	0	0	51	49	0,898	89,8	Baik

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Mean	TCR	Kategori
	dengan yang diharapkan.								
4	Berminat untuk berkunjung kembali ke Teras Store karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.	0	0	0	57	43	0,886	88,6	Baik
5	Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat produk iPhone yang diperoleh setelah menggunakan iPhone tersebut.	0	0	0	45	55	0,91	91	Sangat Baik
6	Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk iPhone di Teras Store karena pelayanan yang memuaskan.	0	0	0	46	54	0,908	90,8	Sangat Baik
7	Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk iPhone yang ditawarkan karena fasilitas penunjang produk yang disediakan Teras Store memadai.	0	0	0	51	49	0,898	89,8	Baik

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Mean	TCR	Kategori
8	Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk iPhone di Teras Store yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah memakai produk iPhone tersebut.	0	0	0	43	57	0,914	91,4	Sangat Baik
9	Produk iPhone yang dijual di Teras Store merupakan produk halal.	0	0	0	47	53	0,906	90,6	Sangat Baik
10	Saya membeli produk iPhone di Teras Store untuk keperluan tertentu seperti bekerja karena produknya mendukung.	0	0	0	40	60	0,92	92	Sangat Baik
11	Saya membeli produk Iphone di Teras Store hanya untuk gaya hidup saja.	0	0	0	46	54	0,908	90,8	Sangat Baik
12	Saya membeli produk Iphone di Teras Store dengan harga yang mahal padahal uang saya pas-pasan.	0	0	0	42	58	0,916	91,6	Sangat Baik

Sumber: Data Primer yang Diolah Peneliti, 2023.

Tabel deskripsi jawaban responden variabel kepuasan pelanggan diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Pernyataan produk iPhone di Teras Store memiliki spesifikasi seperti yang diharapkan, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 46 responden dengan menjawab setuju, dan 54 responden dengan menjawab sangat setuju.
- 2) Pernyataan pelayanan oleh karyawan Teras Store yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 46 responden dengan menjawab setuju, dan 54 responden dengan menjawab sangat setuju.
- 3) Pernyataan fasilitas penunjang produk yang didapat dari Teras Store sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 51 responden dengan menjawab setuju, dan 49 responden dengan menjawab sangat setuju.
- 4) Pernyataan berminat untuk berkunjung kembali ke Teras Store karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 57 responden dengan menjawab setuju, dan 43 responden dengan menjawab sangat setuju.
- 5) Pernyataan berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat produk iPhone yang diperoleh setelah menggunakan iPhone tersebut, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 45 responden dengan menjawab setuju, dan 55 responden dengan menjawab sangat setuju.

- 6) Pernyataan menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk iPhone di Teras Store karena pelayanan yang memuaskan., mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 46 responden dengan menjawab setuju, dan 54 responden dengan menjawab sangat setuju.
- 7) Pernyataan menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk iPhone yang ditawarkan karena fasilitas penunjang produk yang disediakan Teras Store memadai., mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 51 responden dengan menjawab setuju, dan 49 responden dengan menjawab sangat setuju.
- 8) Pernyataan menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk iPhone di Teras Store yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah memakai produk iPhone tersebut, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 43 responden dengan menjawab setuju, dan 57 responden dengan menjawab sangat setuju.
- 9) Pernyataan Produk iPhone yang dijual di Teras Store merupakan produk halal, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 47 responden dengan menjawab setuju, dan 53 responden dengan menjawab sangat setuju.
- 10) Pernyataan saya membeli produk iPhone di Teras Store untuk keperluan tertentu seperti bekerja karena produknya mendukung., mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 40 responden dengan menjawab setuju, dan 60 responden dengan menjawab sangat setuju.

- 11) Pernyataan saya membeli produk Iphone di Teras Store hanya untuk gaya hidup saja, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 46 responden dengan menjawab setuju, dan 54 responden dengan menjawab sangat setuju.
- 12) Pernyataan saya membeli produk Iphone di Teras Store dengan harga yang mahal padahal uang saya pas-pasan, mendapatkan jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 0 responden dengan menjawab tidak setuju, 0 responden dengan menjawab ragu-ragu, 42 responden dengan menjawab setuju, dan 58 responden dengan menjawab sangat setuju.

4. Analisis Data

a. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji seberapa besar item-item pada kuesioner mewakili konsep yang diukur.² Uji validitas instrumen atau item-item kuesioner dapat menggunakan program SPSS. Teknik pengujian yang sering digunakan untuk uji validitas adalah menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* (Produk Momen Pearson). Suatu instrument dapat dikatakan valid jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, dengan uji 2 sisi dengan signifikansi 0,05.³

Untuk mengetahui jumlah r_{tabel} dengan menggunakan rumus *degree of freedom* (df) = $n-2$. Pada rumus tersebut (n) merupakan jumlah sampel responden, jumlah sampel responden pada penelitian ini sebanyak 100. Jadi pada penelitian ini $df = 100-2 = 98$. Pada tabel r dengan $df = 98$ dan alpha 0,05 didapatkan r_{tabel} sebesar 0,1966. Maka pertanyaan dikatakan valid jika r_{hitung} lebih besar dari 0,1966.

² Jogiyanto Hartono, *Metoda Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*, (Yogyakarta: ANDI, 2018), 7.

³ Andrew Fernando Pakpahan, *Dkk, Metodologi Penelitian Ilmiah*, Cetakan Pertama, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 118.

a) Variabel *Product Quality*

Tabel 4.8

Hasil Uji Validitas Responden Variabel X1

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,589	0,1966	Valid
X1.2	0,610	0,1966	Valid
X1.3	0,595	0,1966	Valid
X1.4	0,556	0,1966	Valid
X1.5	0,534	0,1966	Valid
X1.6	0,566	0,1966	Valid
X1.7	0,567	0,1966	Valid
X1.8	0,569	0,1966	Valid
X1.9	0,561	0,1966	Valid
X1.10	0,655	0,1966	Valid
X1.11	0,535	0,1966	Valid
X1.12	0,647	0,1966	Valid

Sumber: Data Primer yang Diolah Peneliti, 2023

Pada variabel *Product Quality* yang menjadi indikator dalam penelitian ini, terdiri atas 12 item pertanyaan yang diolah menggunakan SPSS 26, dimana hasil uji validitas masing-masing pertanyaan adalah valid, karena hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,1966) dan bernilai positif.

b) Variabel *Brand Image*

Tabel 4.9

Hasil Uji Validitas Responden Variabel X2

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,631	0,1966	Valid
X2.2	0,679	0,1966	Valid
X2.3	0,544	0,1966	Valid
X2.4	0,615	0,1966	Valid
X2.5	0,406	0,1966	Valid
X2.6	0,415	0,1966	Valid
X2.7	0,388	0,1966	Valid
X2.8	0,335	0,1966	Valid
X2.9	0,274	0,1966	Valid
X2.10	0,449	0,1966	Valid
X2.11	0,600	0,1966	Valid
X2.12	0,533	0,1966	Valid

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X2.13	0,629	0,1966	Valid
X2.14	0,549	0,1966	Valid

Sumber: Data Primer yang Diolah Peneliti, 2023

Pada variabel *brand image* yang menjadi indikator dalam penelitian ini, terdiri atas 12 item pertanyaan yang diolah menggunakan SPSS 26, dimana hasil uji validitas masing-masing pertanyaan adalah valid, karena hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,1966) dan bernilai positif.

c) Variabel *Service Excellent*

Tabel 4.10

Hasil Uji Validitas Responden Variabel X3

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X3.1	0,449	0,1966	Valid
X3.2	0,434	0,1966	Valid
X3.3	0,461	0,1966	Valid
X3.4	0,434	0,1966	Valid
X3.5	0,437	0,1966	Valid
X3.6	0,394	0,1966	Valid
X3.7	0,551	0,1966	Valid
X3.8	0,523	0,1966	Valid
X3.9	0,505	0,1966	Valid
X3.10	0,590	0,1966	Valid
X3.11	0,511	0,1966	Valid
X3.12	0,462	0,1966	Valid
X3.13	0,455	0,1966	Valid
X3.14	0,337	0,1966	Valid

Sumber: Data Primer yang Diolah Peneliti, 2023

Pada variabel *service excellent* yang menjadi indikator dalam penelitian ini, terdiri atas 14 item pertanyaan yang diolah menggunakan SPSS 26, dimana hasil uji validitas masing-masing pertanyaan adalah valid, karena hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,1966) dan bernilai positif.

d) Variabel Kepuasan Pelanggan

Tabel 4.11

Hasil Uji Validitas Responden Variabel Y

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y.1	0,487	0,1966	Valid
Y.2	0,546	0,1966	Valid
Y.3	0,472	0,1966	Valid
Y.4	0,619	0,1966	Valid
Y.5	0,538	0,1966	Valid
Y.6	0,453	0,1966	Valid
Y.7	0,558	0,1966	Valid
Y.8	0,542	0,1966	Valid
Y.9	0,475	0,1966	Valid
Y.10	0,472	0,1966	Valid
Y.11	0,434	0,1966	Valid
Y.12	0,494	0,1966	Valid

Sumber: Data Primer yang Diolah Peneliti, 2023

Pada variabel kepuasan pelanggan terdiri atas 12 item pertanyaan yang diolah menggunakan SPSS 26, dimana hasil uji validitas masing-masing pertanyaan adalah valid, karena hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,1966) dan bernilai positif.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas, untuk mengetahui kehandalan dan konsistensi jawaban responden. Uji Reliabilitas dihitung dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*. Reliabilitas suatu konstruk variabel dapat dikatakan baik jika nilai *Cronbach's Alpha* memiliki nilai lebih dari 0,70.⁴

Tabel 4.12

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliability Coefitients	Cronbach Alpha	Keterangan
Product Quality	12 item	0,822	Reliabel
Brand Image	12 item	0,773	Reliabel
Service Excellent	14 item	0,773	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	12 item	0,738	Reliabel

Sumber: Data Primer yang Diolah Peneliti, 2023

⁴ Syarif Hidayatullah, dkk. *Enterpreneurial Marketing*, 43.

Hasil analisis menunjukkan variabel *Product Quality, brand image, service excellent* dan kepuasan pelanggan pada penelitian ini adalah reliabel karena memiliki nilai di atas 0,70. Dengan demikian, mempunyai ketepatan yang tinggi untuk dijadikan variabel (konstruk) pada suatu penelitian.

b. Hasil Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji *one-sample kolmogrov-smirnov* untuk mengetahui apakah data residual berdistribusi normal atau tidak. Residual dikatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih dari 0,05.⁵

Tabel 4.13
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.64010184
Most Extreme Differences	Absolute	.053
	Positive	.042
	Negative	-.053
Test Statistic		.053
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: Data Primer yang Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas, maka dapat diketahui bahwa hasil data signifkansinya sebesar 0,200. Hal ini berarti $0,200 > 0,05$ dengan demikian, data berdistribusi secara normal dan dapat memenuhi asumsi normalitas.

⁵ Ce Gunawan, Mahir Menguasai Spss Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition Buku Untuk Orang Yang (Merasa) Tidak Bisa dan Tidak Suka Statistika, 119-123.

2) **Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas digunakan untuk menemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Kriteria yang digunakan adalah: jika nilai VIF di sekitar angka 1-10, maka dikatakan tidak terdapat adanya masalah multikolinearitas, dan jika nilai *Tolerance* $\geq 0,1$, maka bisa dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas.⁶

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	<i>Coolinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
<i>Product Quality</i>	0,862	1,160
<i>Brand Image</i>	0,751	1,331
<i>Service Excellent</i>	0,863	1,159

Sumber: Data Primer yang Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan pada hasil uji diatas, variable *Product Quality* memiliki nilai VIF berada diantara 1-10 yaitu sebesar 1,160 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1 yaitu sebesar 0,862. Variabel *brand image* memiliki nilai VIF sebesar 1,331 dan nilai *tolerance* 0,751. Kemudian, variabel *service excellent* memiliki nilai VIF 1,159 dan nilai *tolerance* 0,863. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas karena masing-masing nilai melebihi kriteria nilai multikolinearitas.

3) **Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi suatu ketidaksamaan varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode Uji Glejser dengan ketentuan apabila nilai koefisien parameter untuk variabel independen memiliki nilai $\text{sig.} > 0,05$ maka model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas.⁷

⁶ Imam Ghazali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMBS SPSS 19, 105-106.

⁷ Imam Ghazali, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMBS SPSS 19, 139.

Tabel 4.15
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig.
<i>Product Quality</i>	0,865
<i>Brand Image</i>	0,318
<i>Service excellent</i>	0,545

Sumber: Data Primer yang Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan pada hasil uji diatas, dapat diketahui bahwa nilai sig. dari variabel *Product Quality*, *Brand Image* dan *service excellent* masing-masing adalah 0,865, 0,318 dan 0,547. Dengan demikian, nilai sig. lebih dari 0,05 maka dinyatakan tidak terdapat heteroskedastisitas.

c. Hasil Uji Hipotesis

1) Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi berganda dimaksudkan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Model ini mengasumsikan adanya hubungan satu garis lurus/linier antara variabel dependen dengan masing-masing prediktornya.⁸

Tabel 4.16
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	<i>Unstandarized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>
	B	Std. Error	Beta
Konstanta	17,876	6,706	
<i>Product Quality</i>	0,240	0,083	0,276
<i>Brand Image</i>	0,185	0,088	0,215
<i>Service Excellent</i>	0,188	0,089	0,202

Sumber: Data Primer yang Diolah Peneliti, 2023

Berdasar tabel hasil analisis regresi linier berganda diatas, maka dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 17,876 + 0,240X_1 + 0,185X_2 + 0,188X_3$$

⁸ Dyah Nirmala, Statistik Deskriptif&Regresi Linier Berganda Dengan SPSS, (Semarang :Semarang University Press, 2012), 14.

Keterangan:

Kepuasan Pelanggan	= Y
<i>Product Quality</i>	= X1
<i>Brand Image</i>	= X2
<i>Service Excellent</i>	= X3
Konstanta	= 17,876
Koefisien regresi <i>Product Quality</i>	= 0,240
Koefisien regresi <i>brand image</i>	= 0,185
Koefisien regresi <i>service excellent</i>	= 0,188

Hasil persamaan regresi berganda tersebut di atas memberikan pengertian bahwa:

- a) Konstanta α sebesar 17,876 memberikan pengertian bahwa jika faktor *Product Quality*, *brand image* dan *service excellent* sama dengan nol (0) atau tidak ada maka besarnya kepuasan pelanggan di Teras Store adalah 17,876 satuan.
- b) Untuk variabel *Product Quality* (X1) koefisien regresinya adalah positif, hal ini dapat diartikan apabila *Product Quality* semakin baik, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,240 dengan asumsi variabel lainnya tetap atau konstan.
- c) Untuk variabel *brand image* (X2) koefisien regresinya adalah positif, hal ini dapat diartikan apabila produk yang dijual semakin baik, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,185 dengan asumsi variabel lainnya tetap atau konstan.
- d) Untuk variabel *service excellent* (X2) koefisien regresinya adalah positif, hal ini dapat diartikan apabila *service excellent* di Teras Store semakin baik, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,188 dengan asumsi variabel lainnya tetap atau konstan.

2) Uji T

Menurut Sugiyono dalam Yusuf uji t (t-test) merupakan uji koefisien regresi secara parsial yang bertujuan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel

dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan.⁹

Uji parsial ini dilakukan dengan bantuan SPSS 26 dan kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah suatu variabel bebas secara individu berpengaruh terhadap variabel terikat atau tidak adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai probabilitas signifikansinya $< a$ (0.05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, variabel *Product Quality*, variabel *brand image*, variabel *service excellent* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- b) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai probabilitas signifikansinya $> a$ (0.05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, variabel *Product Quality*, variabel *brand image*, variabel *service excellent* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel distribusi T dicari derajat pada derajat kebebasan (df) = n-k-1. (n) adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen. Untuk mengetahui nilai t_{tabel} dapat menggunakan rumus $df = 100-2-1$, maka $df = 97$ sehingga diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,985.

Tabel 4.17
Hasil Uji T

Model	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig.
<i>Product Quality</i>	2,893	1,985	0,005
<i>Brand Image</i>	2,103	1,985	0,038
<i>Service excellent</i>	2,119	1,985	0,037

Sumber: Data Primer yang Diolah Peneliti, 2023

Melihat pada tabel hasil uji t diatas, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a) Variabel *Product Quality*, $t_{hitung} 2,893 > t_{tabel} 1,985$, nilai probabilitas signifikansinya sebesar 0,005. Ini berarti bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai $p\text{-sig} < 0,05$ maka dengan demikian H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh antara variabel

⁹ Muhammad Yusuf dan Lukman Daris, Analisis Data Penelitian Teori & Aplikasi Dalam Bidang Perikanan, 134.

Product Quality terhadap kepuasan pelanggan Teras Store.

- b) Variabel *brand image*, $t_{hitung} 2,103 > t_{tabel} 1,985$, nilai probabilitas signifikansinya sebesar 0,038 atau jika dibulatkan adalah 0,04. Ini berarti bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai $p-sig < 0,05$ maka dengan demikian H_0 ditolak, dan dapat disimpulkan terdapat pengaruh antara variabel *brand image* terhadap kepuasan pelanggan Teras Store.
- c) Variabel *service excellent*, $t_{hitung} 2,119 > t_{tabel} 1,985$, nilai probabilitas signifikansinya sebesar 0,037 atau jika dibulatkan adalah 0,04. Ini berarti bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai $p-sig < 0,05$ maka dengan demikian H_0 ditolak, dan dapat disimpulkan terdapat pengaruh antara variabel *service excellent* terhadap kepuasan pelanggan Teras Store.

3) Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel bebas dalam model regresi secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.

Tabel 4.18

Hasil Uji F

Model	f_{hitung}	f_{tabel}	Sig.
	10,478	3,091	0,000

Sumber: Data Primer yang Diolah Peneliti, 2023

Hasil perhitungan dengan menggunakan uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 10,478 dan apabila dikonsultasikan dengan F_{tabel} sebesar 3,091. Jadi F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dan $sig. < 0,05$. Maka hipotesis yang menyatakan bahwa diduga variabel *Product Quality*, variabel *brand image* dan variabel *service excellent* secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Teras Store dapat dibuktikan kebenarannya.

4) Koefisien Determinasi R^2

Uji yang dinotasikan dengan R^2 dalam regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui seberapa besar peran atau kontribusi dari beberapa variabel independen yang terdapat dengan persamaan regresi tersebut dalam menjelaskan nilai variabel dependen.

besarnya nilai koefisien determinan dari 0 sampai dengan 1.¹⁰

Tabel 4.19
Hasil Uji Koefisien Determinan

Model	R	R square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
1	0,497	0,247	0,223	2,681

Sumber: Data Primer yang Diolah Peneliti, 2023

Hasil perhitungan R dan R square pada tabel di atas memberikan informasi tentang hubungan atau korelasi antara variabel bebas yang terdiri dari *Product Quality*, *brand image* dan *service excellent* dengan variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan. Nilai R atau *multiple R* sebesar 0,497 atau 49,7% yaitu menggambarkan hubungan antara variabel bebas bersifat searah dan kuat karena nilai korelasinya berada lebih dari 0,5. Nilai *Adjusted R square* atau determinan R sebesar 0,223 atau 22,3% perubahan kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel *product quality*, *brand image* dan *service excellent*. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sisanya sebesar 77,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Pembahasan

Hasil pengujian yang disajikan dalam tabel mengindikasikan bahwa variabel bebas (X) *product quality*, *brand image* dan *service excellent* yang dipatok berkontribusi dalam memberikan pengaruh pada variabel terikat pada kepuasan pelanggan pada Teras Store Kudus dengan didukung oleh tanggapan responden. Responden sebagian besar memilih setuju dan sangat setuju terhadap beberapa pertanyaan yang disajikan dalam kuesioner. Hal ini juga didukung oleh hasil pengujian hipotesis. Variabel bebas *product quality* (X1), *brand image* (X2) dan *service excellent* (X3), ini secara simultan berkontribusi dalam memberikan pengaruh pada kepuasan pelanggan (Y) pada Teras Store Kudus secara signifikan maupun parsial.

¹⁰ Tony Wijaya, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*, (Yogyakarta: Universitas Atmajaya Yogyakarta, 2009), 92.

Sesudah menjalankan uji data memakai metode statistik dibantu dengan program aplikasi SPSS, maka penulis akan meneruskan dengan memaparkan analisis data sebagai berikut:

1. Analisis Pengaruh *Product Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas produk yang dijual di Teras Store menjadi poin penting karena mereka menjual produk bekas yang sedikit banyak terdapat kekurangan pada produnya. Konsumen mencari satu dari sekian produk yang memiliki spesifikasi terbaik untuk dimilikinya dengan jaminan yang ditawarkan oleh Teras Store yang bertujuan untuk memberikan kepuasan pada pelanggannya.

Kotler dan Keller dalam Rosanna Wulandari menyatakan bahwa suatu produk atau jasa mempunyai kualitas produk yang tinggi jika memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Hal ini mengacu dalam hal standar kualitas, keandalan, fitur tambahan, konten, rasa, dan fungsi kinerja.¹¹

Hasil data penelitian yang sudah dipaparkan diatas, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara *product quality* terhadap kepuasan pelanggan. Hasil pengujian statistik *product quality* terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2,893 yang mana lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,985. Kemudian, nilai probabilitas signifikansinya menghasilkan nilai sebesar 0,005 yang mana lebih kecil dari nilai signifikansinya yaitu sebesar 0,05. Dengan demikian, persepsi *product quality* dapat dikatakan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Teras Store Kudus. berdasarkan hasil diatas, hipotesis penelitian yang menyatakan “terdapat pengaruh antara variabel *product quality* terhadap kepuasan pelanggan” diterima dan penelitian ini membuktikan bahwa variabel tersebut benar memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Teras Store Kudus.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa terdapat persamaan dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller dalam Rosanna Wulandari, bahwa kualitas produk adalah produk atau jasa yang telah memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan. Dengan kata lain kualitas produk adalah suatu bentuk barang atau jasa yang diukur dalam tingkatan standar mutu keandalan, keistimewaan tambahan, kadar, rasa, serta fungsi kinerja dari produk tersebut yang dapat memenuhi ekspektasi

¹¹ Rosanna Wulandari, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Smartfren Telecom Tbk Cabang Sukabumi," Jurnal Ekonomak, no. 3, (2019): 79.

konsumen.¹² Hal ini berarti kepuasan pelanggan tergantung oleh terpenuhinya ekspektasi tentang suatu produk yang dibeli.

Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dilla Isti Noor Ana dan Tanty Sondari yang menjelaskan bahwa kualitas produk berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan.¹³

2. Analisis Pengaruh *Brand Image* terhadap Kepuasan Pelanggan

Citra merek akan menentukan pembelian produk yang selanjutnya dapat merasakan *value* dari produk tersebut dan menentukan kepuasan pelanggan. Produk disini tertuju pada smartphone iPhone yang dijual oleh Teras Store Kudus yang mana iPhone merupakan sebuah produk dari merek Apple, inc. maka dari itu, acuan peneliti dalam hal ini adalah citra merek terhadap kepuasan pelanggan.¹⁴

Produk iPhone setiap tahun selalu merilis tipe baru yang selalu diterima dengan baik oleh konsumennya. Bahkan keluaran iPhone terbaru selalu diincar oleh konsumennya karena desain dan fiturnya yang semakin canggih. Hal ini dikarenakan iPhone merupakan salah satu produk Apple yang sudah memiliki nama dan sudah tertanam dalam hati konsumennya sehingga mereka selalu antusias dengan produk terbarunya. Banyak salah satu dari mereka yang memiliki anggaran tidak terlalu tinggi akhirnya memilih membeli unit bekas yang masih bagus yang penting mereka memiliki iPhone.

Penelitian ini menghasilkan data yang telah dipaparkan diatas, bahwa terdapat pengaruh antara *brand image* terhadap kepuasan pelanggan. Hasil pengujian statistik *brand image* terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2,103 yang mana lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,985. Kemudian, nilai probabilitas signifikansinya menghasilkan nilai sebesar 0,04 yang mana lebih kecil dari nilai signifikansinya yaitu sebesar

¹² Rosanna Wulandari, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Smartfren Telecom Tbk Cabang Sukabumi," Jurnal Ekonomak, no. 3, (2019): 79.

¹³ Dilla Isti Noor Ana dan Tanty Sondari, "Pengaruh Pelayanan Prima dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Restoran Mc Donald's Cimahi)," 45.

¹⁴ Muhammad Fadhli Noor dan R. A. Nurlinda, "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone," 153.

0,05. Dengan demikian, persepsi *brand image* dapat dikatakan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Teras Store Kudus. berdasarkan hasil diatas, hipotesis penelitian yang menyatakan “terdapat pengaruh antara variabel *brand image* terhadap kepuasan pelanggan” diterima dan penelitian ini membuktikan bahwa variabel tersebut benar memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Teras Store Kudus.

Hasil penelitian ini mendukung teori yang dikemukakan oleh Citra merek menurut Shimp adalah pencitraan suatu produk perusahaan yang berada dalam pikiran konsumen dan merupakan hal yang selalu ada di dalam benak konsumen, saat mengingat suatu produk tertentu. *Brand Image* atau citra merek merupakan serangkaian sifat *tangible* dan *intangible*, seperti ide, keyakinan, nilai-nilai, kepentingan, dan fitur yang membuatnya menjadi unik.¹⁵

Penelitian ini didukung oleh hasil penelitian Diah Uswatun Kasanah menunjukkan bahwa variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian ketiga variabel tersebut juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.¹⁶

Dengan pola konsumsi yang demikian, alternatif yang dipakai oleh konsumennya yang memiliki latar belakang ekonomi menengah adalah membeli iPhone bekas tipe sebelumnya dengan tujuan untuk mendapatkan unit yang bagus namun harganya masih terjangkau di kantong mereka. Maka dari itu, Teras Store ada untuk memenuhi kebutuhan mereka.

3. Analisis Pengaruh *Service Excellent* terhadap Kepuasan Pelanggan

Pelayanan pada jual beli iPhone bekas mengutamakan kejujuran dalam menjelaskan spesifikasi unit yang dijual. Keterbukaan dalam pelayanan dapat mengakibatkan kepuasan

¹⁵ Diah Uswatun Kasanah, "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Islam Di Miulan Boutique Ceper Klaten," 552.

¹⁶ Diah Uswatun Kasanah, "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Islam Di Miulan Boutique Ceper Klaten." 550.

pelanggan yang mana pelanggan memiliki pandangan dalam menentukan unit mana yang dipilih.

Barata mengartikan keunggulan pelayanan prima sebagai kepedulian terhadap pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik untuk memberikan kemudahan bagi mereka dalam memenuhi kebutuhan dan merasakan kepuasan, sehingga mereka tetap loyal terhadap bisnis tersebut.¹⁷

Penelitian ini menghasilkan data yang telah dipaparkan diatas, bahwa terdapat pengaruh antara *service excellent* terhadap kepuasan pelanggan. Hasil pengujian statistik *service excellent* terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2,119 yang mana lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,985. Kemudian, nilai probabilitas signifikansinya menghasilkan nilai sebesar 0,037 atau dibulatkan menjadi 0,04 yang mana lebih kecil dari nilai signifikansinya yaitu sebesar 0,05. Dengan demikian, persepsi *service excellent* dapat dikatakan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Teras Store Kudus. berdasarkan hasil diatas, hipotesis penelitian yang menyatakan “terdapat pengaruh antara variabel *service excellent* terhadap kepuasan pelanggan” diterima dan penelitian ini membuktikan bahwa variabel tersebut benar memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Teras Store Kudus.

Hasil penelitian ini mendukung teori yang dikemukakan oleh Barata bahwa kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu royal kepada perusahaan.¹⁸ *Service excellent* merupakan faktor penting pada bisnis yang bergerak di bidang produk atau jasa. Hal ini karena menjadi salah satu tolok ukur penilaian yang diberikan oleh konsumen terhadap bisnis tersebut. Jika pebisnis memberikan pelayanan yang baik maka konsumen akan puas dan dapat mengakibatkan tertanamnya stigma tentang bisnis tersebut sehingga mendatangkan keuntungan bagi bisnisnya berupa citra yang baik dan konsumen yang loyal.

¹⁷ Dilla Isti Noor Ana dan Tanty Sondari, “Pengaruh Pelayanan Prima dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Restoran Mc Donald’s Cimahi),” 47.

¹⁸ Dilla Isti Noor Ana dan Tanty Sondari, “Pengaruh Pelayanan Prima dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Restoran Mc Donald’s Cimahi),” 47.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Septiyanti Dewi Astuti dan Badriyatul Huda, yang memaparkan bahwa terdapat pengaruh antara *service excellent customer service* terhadap kepuasan nasabah tabungan BSM.¹⁹

Pelayanan yang diberikan oleh Teras Store berupa menjelaskan, mengarahkan dan menyarankan konsumen untuk memilih unit yang dibutuhkan. Pelayanan prima sangat dibutuhkan oleh konsumen yang belum pernah menjadi pengguna iPhone. Karena perbedaan tampilan, cara menggunakan dan sistem pada Android sangat jauh berbeda daripada iPhone. Disitulah peran karyawan Teras Store untuk mengambil hati konsumen agar melakukan pembelian dengan baik dan benar sesuai dengan kebutuhannya.

4. Analisis Pengaruh *Product Quality, Brand Image, dan Service Excellent* terhadap Kepuasan Pelanggan menurut Ekonomi Islam

Kotler dan Amstrong dalam Wafi Wicaksana berpendapat bahwa kepuasan konsumen merupakan persepsi konsumen terhadap kinerja suatu produk yang dibeli berdasarkan ekspektasi yang diharapkan. Apabila produk tidak sesuai dengan ekspektasi maka pelanggan akan kecewa dan tingkat kepuasannya menurun, tetapi jika produk sesuai dengan ekspektasinya maka pelanggan akan merasa senang dan tingkat kepuasannya akan meningkat.²⁰

Penelitian ini menghasilkan data dengan menggunakan perhitungan uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 10,478 dan apabila dikonsultasikan dengan F_{tabel} sebesar 3,091 maka, F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} . Dengan demikian hipotesis penulis yang diduga variabel *product quality, brand image* dan *service excellent* secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan diterima dan dapat dibuktikan kebenarannya.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Dilla Isti Noor Ana dan Tanty Sondari yang memaparkan bahwa masing-masing variabel pelayanan prima dan kualitas produk berpengaruh secara parsial dan simultan

¹⁹ Septiyanti Dewi Astuti, dan Badriyatul Huda, "Pengaruh *Service Excellent Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan BSM di Bank Syariah Mandiri KC Jatinangor," *Shidqia Nusantara Jurnal Keuangan dan Perbankan*, no.1, (2020): 11.

²⁰ Wafi Wicaksana, "Pentingnya Kepuasan Pelanggan pada suatu bisnis," *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, no. 1, (2020): 319.

terhadap kepuasan pelanggan (Studi Kasus Pada Restoran Mc Donald's Cimahi).²¹

Penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang lainnya dari Diah Uswatun Kasanah yang menunjukkan bahwa variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian ketiga variabel tersebut juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.²²

Aspek yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan berdasarkan variabel pada penelitian ini diantaranya citra merek yang sudah melekat pada produk iPhone memudahkan Teras Store dalam memilih segmen pasarnya dimana tidak terlalu membutuhkan usaha yang besar demi menggaet konsumen. Kualitas produk yang dijual oleh Teras Store merupakan iPhone bekas yang diperbaiki dengan layak sehingga masih cocok untuk dijual kembali. Kemudian faktor utama lainnya yaitu kualitas pelayanan yang diberikan menjadi kunci utama dalam memutuskan untuk pembelian yang dapat menyebabkan kepuasan pada pelanggan. Dengan demikian, pelanggan akan merekomendasikan Teras Store kepada teman, saudara dan kerabat lainnya.

Product quality, brand image dan service excellent dalam ekonomi islam sama-sama memiliki tujuan utama yaitu mencapai kemaslahatan. Produk yang berkualitas sesuai syariah menurut pandangan Islam yaitu memiliki manfaat dan nilai gunanya dapat menghasilkan kebaikan bagi konsumen baik dari material, moral dan spiritual.²³ Dalam perpektif ekonomi islam, produk harus memenuhi ketentuan halal, tidak menyebabkan pikiran kotor atau rusak, tidak mengganggu, tidak mengandung unsur riba dan *maysir*, bermoral, produk harus dalam kepemilikan yang sah,

²¹ Dilla Isti Noor Ana dan Tanty Sondari, "Pengaruh Pelayanan Prima dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Restoran Mc Donald's Cimahi)," 45.

²² Diah Uswatun Kasanah, "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Islam Di Miulan Boutique Ceper Klaten." 550.

²³ Kumala, Firza Oktavia Nurul, and Moch Khoirul Anwar. "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT. Hasanah Mulia Investama." 35.

produk harus diserahkan terimakan karena penjualan produk fiktif tidak dibenarkan. Kemudian dalam menjalin hubungan dengan pelanggan ada empat konsep dasar pelayanan menurut Didin Hafidudin dan Hermawan Kartajaya yaitu bersikap profesional, jujur, amanah dan ramah terhadap konsumen.²⁴

Produk iPhone yang dijual di Teras Store Kudus memiliki manfaat dan nilai guna seperti digunakan untuk menunjang pekerjaan penggunanya, menyambung silaturahmi kepada teman dan saudaranya yang jauh dan untuk mencari tahu berita-berita terkini yang terkait dengan isu-isu agama, ekonomi, sosial dan politik. Pada dasarnya, iPhone merupakan perangkat keras atau alat yang digunakan untuk berkomunikasi serta berselancar di internet. iPhone memiliki kondisi fisik yang dapat diserahkan terimakan antara penjual kepada konsumen. Maka, secara fisik produk iPhone merupakan produk yang halal.

Teras store menjual berbagai jenis iPhone baru dan bekas serta aksesorisnya. Rata-rata konsumen mencari iPhone bekas yang masih layak digunakan kembali. Tentunya, iPhone tersebut sudah melalui seleksi, cek fisik, cek spesifikasi dan cek internal dari pihak Teras Store sebelum mereka menjualnya. Tidak hanya itu, konsumen yang datang tanpa pengetahuan apapun mengenai produk iPhone bekas akan dituntun dan dijelaskan oleh karyawannya sampai setuju pada proses akhir yaitu pembelian. Selain itu, Teras Store juga bertanggung jawab dalam memberikan garansi serta penyediaan jasa servis unit dengan menggunakan alat yang baik dan tenaga kerja yang profesional. Hal-hal tersebut merupakan nilai-nilai yang dianjurkan dalam ekonomi Islam.

²⁴ Neni Suryani, "Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri KC. Dumai," JURNAL AL-HISBAH, no.1, (2022): 57-58.