

3.4 Definisi Operasional

Tabel 1. Dimensi, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.

Dimensi	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
Dimensi kualitas produk, menurut Mullins(2005): 1. Performance	1. Kondisi minuman , indikatornya meliputi : a. Kenikmatan b. Kekentalan rasa buah	Berkaitan dengan aspek fungsional dari produk salger dan merupakan karakteristik utama yang menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli minuman salger.	
		a. Kenikmatan rasa minuman salger yang dirasakan	Skala likert dengan ketentuan : 1. Tidak nikmat 2. Kurang nikmat 3. Netral 4. Nikmat 5. Sangat nikmat
		b. Kekentalan rasa buah salak suwaru sebagai bahan utama	Skala likert dengan ketentuan : 1. Tidak terasa 2. Kurang terasa 3. Netral 4. Terasa 5. Sangat terasa
2. Feature	2. Keistimewaan tambahan, indikatornya meliputi : a. Varian ukuran b. Gula murni	Keistimewaan minuman salger yang mampu menambah fungsi dasar berhubungan dengan pilihan dan pengembangan.	

Tabel 1. (Lanjutan)

Dimensi	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
		a. Ketersediaan varian ukuran kemasan minuman salger.	Skala likert dengan ketentuan : 1. Tidak ada 2. Kurang banyak 3. Netral 4. Banyak 5. Sangat banyak
		b. Pemakaian gula murni pada minuman salger	Skala likert dengan ketentuan : 1. Terlalu manis 2. Sangat kurang manis (tidak terasa) 3. Netral 4. Manis 5. Pas
3. <i>Durability</i>	3. Daya tahan, indikatornya meliputi : a. Perubahan rasa b. Perubahan warna	Daya tahan dari minuman salger terhadap penyimpanan. a. Rasa minuman salger tidak berubah setelah disimpan lama	Skala likert dengan ketentuan : 1. Sangat berubah (sangat pahit) 2. Berubah (samar samar terasa pahit) 3. Netral (ragu - ragu) 4. Berubah sedikit(rasa buah dan gula sedikit terasa) 5. Tetap

Tabel 1.(Lanjutan)

Dimensi	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
		b. Warna minuman salger tidak berubah setelah lama disimpan.	Skala likert dengan ketentuan : 1. Sangat berubah (kehitaman) 2. Berubah (coklat pekat) 3. Netral (ragu - ragu) 4. Berubah sedikit (ada keruhan) 5. Tetap
4. <i>Service ability</i>	4. Kemampuan pelayanan meliputi : a. Pelayanan terhadap konsumen b. Info tambahan	Karakteristik pendukung yang berkaitan dengan keramahan , kesopanan dan kemudahan dalam membeli minuman salger. a. Perlakuan terhadap pelanggan ketika melakukan pembelian minuman salger. b. Pelayan juga memberikan informasi tambahan maupun menjawab pertanyaan konsumen	Skala likert dengan ketentuan : 1. Sangat tidak baik 2. Kurang baik 3. Netral 4. Baik 5. Sangat baik Skala likert dengan ketentuan : 1. Tidak pernah 2. Jarang 3. Netral 4. Sering 5. Selalu memberi informasi

Tabel 1.(Lanjutan)

Dimensi	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
5. <i>Aesthetics</i>	5. Nilai estetika, indikatornya meliputi : a. Tampilan kemasan b. Tingkat kerapian	Penilaian subyektif berdasarkan penampilan produk minuman salger bisa dilihat dari tampak dan bentuk produk.	
		a. Kemasan minuman salger menarik minat beli pelanggan.	Skala likert dengan ketentuan : 1. Tidak menarik 2. Kurang menarik 3. Netral 4. Menarik 5. Sangat menarik
		b. Kerapian dari kemasan minuman salger	Skala likert dengan ketentuan : 1. Tidak rapi 2. Kurang rapi 3. Netral 4. Rapi 5. Sangat rapi
6. <i>Perceived quality</i>	6. Kesan Kualitas, indikatornya meliputi : a. Kesesuaian harga b. Kesesuaian slogan	Perasaan pelanggan setelah mengkonsumsi minuman salger sebagai tambahan informasi .	
		a. Harga yang harus dibayarkan sesuai dengan kualitas minuman salger.	Skala likert dengan ketentuan : 1. Terlalu mahal 2. Kurang sesuai 3. Netral 4. Sesuai 5. Terlalu murah

Tabel 1. (Lanjutan)

Dimensi	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
		b. slogan penggunaan buah alami dan gula murni sesuai dengan kualitas produk yang diterima .	Skala likert dengan ketentuan : 1. Sangat tidak sesuai 2. Kurang sesuai 3. Netral 4. Sesuai 5. Sangat sesuai
	Persepsi Konsumen	Persepsi atau harapan dari konsumen terhadap produk yang diinginkan sesuai dengan kualitas dari minuman salger.	Nilai indeks dengan ketentuan : 18 – 42 = Rendah 42 – 66 = Sedang 66 – 90 = Tinggi
	Kepuasan Konsumen	Perasaan puas konsumen setelah membandingkan kinerja salger yang dirasakan dengan harapannya.	Nilai Kepuasan : 0 = Tidak Puas 1 = Puas