

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BOSS PEMPEK RANDUSARI  
BOYOLALI**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Untuk Memenuhi  
Sebagai Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi**



**Oleh:**

**ANDRI PRASETYO**

**NIM. 18.52.11.230**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN RADEN MAS SAID SURAKARTA  
2022**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN  
HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BOSS PEMPEK  
RANDUSARI, BOYOLALI**

SKRIPSI

Diajukan Kepada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas  
Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta Untuk  
Memenuhi Sebagai Persyaratan Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi

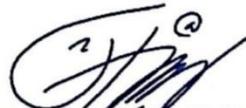
Oleh:

ANDRI PRASETYO

NIM: 18.52.11.230

Surakarta, 26 Mei 2022

Disetujui dan disahkan oleh:  
Dosen Pembimbing Skripsi



Zaky Fahma Auliya, SE.,M.M.

NIP: 19860131 201403 1 004

## SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Yang bertandatangan dibawah ini :

NAMA : ANDRI PRASETYO

NIM : 185211230

JURUSAN : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul : **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN BOSS PEMPEK RANDUSARI, BOYOLALI”** benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Surakarta, 4 Agustus 2022



Andri Prasetyo

## SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

NAMA : ANDRI PRASETYO  
NIM : 185211230  
JURUSAN : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait penelitian skripsi saya yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BOSS PEMPEK RANDUSARI, BOYOLALI”**

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 4 Agustus 2022



Andri Prasetyo

Zakky Fahma Auliya, SE.,M.M.  
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi

Sdr : Andri Prasetyo

Kepada Yang Terhormat  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Di Surakarta

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Andri Prasetyo NIM: 18.52.11.230 yang berjudul:

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BOSS PEMPEK RANDUSARI, BOYOLALI”**

Sudah dapat dimunaqosahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Manajemen Bisnis Syariah. Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqosahkan dalam waktu dekat. Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

*Wasaalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Surakarta, 26 Mei 2022

Dosen Pembimbing Skripsi



Zakky Fahma Auliya, SE.,M.M.

NIP: 19860131 201403 1 004

PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BOSS PEMPEK RANDUSARI  
BOYOLALI

Oleh:

ANDRI PRASETYO  
NIM. 18.52.11.230

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah  
Pada hari Jumat tanggal 08 September 2022 M / 11 Safar 1444 H dan dinyatakan telah  
memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

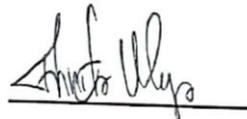
Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)  
Dr. Hj. Datien Eriska Utami, S.E, M.Si.  
NIP. 19750824 199903 2 005



Penguji II  
Dr. Arif Muanas, M.Sc.  
NIP. 19760101 201101 1 005



Penguji III  
Annida Unnatiq Ulya, M.Sc.  
NIK. 19920930 201810 2 007



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta



  
Dr. M. Bahmawan Arifin, M.Si.  
NIP. 19720304 200112 1 004

## **MOTTO**

“Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka beribadah kepadaku.” (QS. Az-Zariyat: 51).

“Allah tidak merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.” (QS. Ar-Ra’d: 11).

“Barangsiapa yang bertakwa kepada Allah niscaya dia akan mengadakan jalan keluar. Dan memberinya rezeki dari arah yang tidak disangka-sangkanya.” (QS. At-Talaq: 2-3)

## **PERSEMBAHAN**

Segala puji syukur hanya kepada Allah SWT dan shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad *shalallahu 'alaihi wa sallam*. Dengan seluruh cinta dan doa saya, saya persembahkan karya yang sederhana ini kepada :

Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Suroso dan Ibu Suliyati, yang selalu memberikan dukungan, doa dan kasih sayang yang tiada henti.

Teman-teman sekelas saya dari prodi MBS F 2018 yang selalu menyemangati saya,

Boss Pempek dan semua yang mendukung dan membantu saya selama penelitian.

Terima Kasih

## KATA PENGANTAR

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Segala puji syukur kehadiran Allah *subhanahu wa ta'ala* yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad *shalallahu 'alaihi wa sallam*. Berkat hidayah dan taufiq dari Allah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Boss Pempek Randusari, Boyolali”. Skripsi ini telah dipersiapkan untuk penyelesaian program studi sarjana (S1) Jurusan Manajemen Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya akan hal ini, telah mendapat banyak dukungan, saran dan dorongan dari pihak-pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga, dan lain-lain. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Mudhofir, S.Ag., M.Pd, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. H. Khairul Imam, S.Hi., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Zakky Fahma Auliya, SE., M.M. selaku dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Tim penguji yang telah memberikan saran untuk penyusunan skripsi ini.
7. Bapak, Ibu, dan seluruh keluargaku, terimakasih atas doa, cinta dan pengorbanan yang tak pernah ada habisnya, kasih sayangmu tak akan pernah kulupakan.
8. Sahabat-sahabatku Manajemen Bisnis Syariah F dan teman-teman angkatan 2018 yang telah memberikan keceriaan dan semangat kepada penulis selama menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.
9. Responden yang telah mengisi kuesioner dan membantu melancarkan penelitian penulis

10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya. Aamiin.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Surakarta, Mei 2022

Penulis

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of product quality, service quality and price on consumer satisfaction Boss Pempek Randusari, Boyolali. This type of research is included in quantitative research. The subject of this research is the general public of Boyolali who buy at Boss Pempek Randusari. The sampling technique used is non-probability sampling and the type of sampling is purposive sampling with a total sample of 100 respondents.*

*The variables used in this study include two variables, namely the dependent variable (Y) and the independent variable (X). The dependent variable in this study is customer satisfaction. While in this study there are three independent variables, namely product quality, service quality and price. The analytical method used in this study is multiple linear regression, while the data processing uses the IBM SPSS 26 program.*

*Based on the results of the study, it was concluded that product quality had no significant effect on consumer satisfaction at Boss Pempek Randusari. Service quality and price significantly influence consumer satisfaction Boss Pempek Randusari.*

*Keywords: Product Quality, Service Quality, Price, and Consumer Satisfaction*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Boss Pempek Randusari, Boyolali. Jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif. Subjek penelitian ini adalah masyarakat umum Boyolali yang membeli di Boss Pempek Randusari. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dan jenis pengambilan sampel adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi dua variabel, yaitu variabel terikat (Y) dan variabel bebas (X). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen. Sedangkan dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, sedangkan pengolahan data menggunakan program IBM SPSS 26.

Berdasarkan hasil dari penelitian mendapatkan kesimpulan bahwa bahwa kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Boss Pempek Randusari. Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Boss Pempek Randusari.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Konsumen

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....	ii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI .....	iii
SURAT PERNYATAAN MELAKUKAN PENELITIAN .....	iv
NOTA DINAS .....	v
MOTTO .....	vi
PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	xi
ABSTRAK .....	xii
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	7
1.3 Batasan Masalah .....	8
1.4 Rumusan Masalah .....	8
1.5 Tujuan Penelitian .....	8
1.6 Manfaat Penelitian .....	9
BAB II LANDASAN TEORI .....	10
2.1 Kajian Teori .....	10
2.2 Penelitian Relevan .....	19
2.3 Kerangka Berfikir .....	25

2.4	Hipotesis Penelitian .....	26
BAB III METODE PENELITIAN .....		29
3.1	Waktu dan Wilayah Penelitian .....	29
3.2	Jenis Penelitian .....	29
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	29
3.4	Data dan Sumber Data .....	31
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	31
3.6	Variabel Penelitian .....	33
3.7	Definisi Operasional Variabel .....	33
3.8	Teknik Analisis Data .....	37
3.9	Instrumen Penelitian .....	37
3.10	Analisis Deskriptif .....	38
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....		43
4.1	Gambaran Umum Penelitian .....	43
4.2	Pengujian dan Hasil Analisis Data .....	47
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian .....	60
BAB V PENUTUP .....		64
5.1	Kesimpulan .....	64
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	64
5.3	Saran .....	64
DAFTAR PUSTAKA .....		65

## DAFTAR GAMBAR

<u>Gambar 2.1 :</u> .....	26
---------------------------	----

## DAFTAR TABEL

<u>Gambar 2.1</u> : Hasil Penelitian Terdahulu .....	19
<u>Gambar 3.1</u> : Kriteria Penelitian Skala Likert .....	32
<u>Gambar 3.2</u> : Definisi Operasional Perusahaan .....	33
<u>Gambar 4.1</u> : Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
<u>Gambar 4.2</u> : Data Responden Berdasarkan Usia .....	44
<u>Gambar 4.3</u> : Data Responden Berdasarkan Pendidikan .....	45
<u>Gambar 4.4</u> : Data Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	46
<u>Gambar 4.5</u> : Hasil Uji Validitas Kualitas Produk .....	47
<u>Gambar 4.6</u> : Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan .....	48
<u>Gambar 4.7</u> : Hasil Uji Validitas Harga .....	49
<u>Gambar 4.8</u> : Hasil Uji Kepuasan Konsumen .....	50
<u>Gambar 4.9</u> : Hasil Uji Reabilitas .....	51
<u>Gambar 4.10</u> : Hasil Uji Normalitas .....	52
<u>Gambar 4.11</u> : Hasil Uji Multikolinieritas .....	53
<u>Gambar 4.12</u> : Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	54
<u>Gambar 4.13</u> : Hasil Uji F .....	55
<u>Gambar 4.14</u> : Hasil Koefisien Determinasi .....	56
<u>Gambar 4.15</u> : Hasil Regresi Linier Berganda .....	57
<u>Gambar 4.16</u> : Hasil Uji T .....	58

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	72
Lampiran 2 Data Kuisisioner .....	81
Lampiran 3 Rekap Data Kuisisioner .....	89
Lampiran 4 Hasil Statistik Deskriptif Responden .....	99
Lampiran 5 Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	101
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	92
Lampiran 7 Hasil Uji Ketetapan Model .....	93
Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesisi (Uji T) .....	94
Lampiran 9 Hasil Analisis Linier Regresi Berganda .....	95
Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup .....	96
Lampiran 11 Uji Plagiasi .....	97
Lampiran 12 Jadwal Pelaksanaan .....	108



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Bisnis kuliner merupakan bisnis yang berkembang pesat hingga saat ini. Bisnis ini muncul dari pemikiran imajinatif dan kreatif yang membuat ide promosi dalam bisnis kuliner lebih tercipta dan berkembang. Ide promosi saat ini mulai membidik untuk dapat memberikan kepuasan kepada pembeli untuk menghasilkan segudang keuntungan dan menjadikan bisnis kuliner sebagai kebutuhan pokok bagi semua orang. Variabel lain yang mendorong pelaku usaha untuk mempertahankan usaha kuliner adalah pola konsumsi pada masyarakat (J. B. Santoso, 2019).

Konsumsi jika dilihat dari tingkat persentase pengeluaran pangan di perdesaan dan wilayah perkotaan memiliki pola yang berbeda. Sebagian besar penduduk perkotaan menghabiskan untuk non-makanan, sedangkan penduduk perdesaan menghabiskan untuk makanan. Pengeluaran untuk konsumsi makanan mengalami sedikit kenaikan pada bulan Maret 2020 sebesar 49,22 persen, dibandingkan bulan Maret 2019 yaitu sebesar 49,14 persen. Pengeluaran tersebut dipengaruhi oleh pengeluaran makanan yang terjadi di perkotaan yang mengalami perubahan kenaikan jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya (BPS, 2021).

Adanya kenaikan pola konsumsi memberikan dampak kepada industri makanan yang semakin meningkat. Dinas Perindustrian mencatat, sepanjang triwulan IV tahun 2020, di tengah dampak pandemi, telah terjadi penyesuaian perkembangan industri nonmigas sebesar 2,52%. Meski demikian, industri

makanan dan minuman tetap bisa berkembang secara signifikan sebesar 1,58 persen pada 2020. Badan Pusat Statistik (BPS) mengungkapkan, perekonomian Jateng pada triwulan II 2021 tumbuh sebesar 5,56 persen. Pertumbuhan ini mengalami kenaikan jika dibandingkan dengan kuartal pertama tahun 2021 yang mengalami penurunan sebesar -0,84 persen. Ganjar Pranowo selaku Gubernur Jawa Tengah menyampaikan, pertumbuhan ekonomi Jawa Tengah hampir semua didorong oleh lapangan usaha, dengan pertumbuhan tertinggi ada pada sektor kuliner (Jatengprov.go.id, 2021).

Di Jawa Tengah, khususnya di Boyolali, persaingan bisnis kuliner semakin ketat. Untuk memiliki pilihan untuk memenuhi persaingan saat ini, masing-masing pelaku bisnis memprioritaskan keunggulan mereka. Dengan adanya pelanggan yang puas akan membuat bisnis kuliner tetap eksis. Kepuasan konsumen adalah rasa kinerja produk yang dapat dirasakan dan diharapkan (Schiffman & Kanuk, 2004). Sebab terciptanya sebuah kepuasan konsumen yang berkelanjutan yaitu adanya hubungan kepuasan konsumen sehingga konsumen tersebut memakai barang dan jasa secara berulang. Bagi sebuah organisasi atau perusahaan, kepuasan adalah pokok tujuan yang akan dicapai. Setiap pelanggan yang puas dengan kualitas barang dan jasa akan cenderung atau aktif menciptakan hubungan yang bersahabat dan membawa manfaat bagi organisasi dan perusahaan. (Sudirman, 2009).

Menurut Sunarto (2004), kepuasan pelanggan bergantung pada pelaksanaan barang yang dapat menawarkan beberapa manfaat yang sebanding dengan apa yang diharapkan pembeli. Selain itu, Bitner dan Zeithaml (2003) berpendapat bahwa pemenuhan adalah ide yang lebih luas dan dipengaruhi oleh elemen yang berbeda. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas

konsumen antara lain kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga (Margaretha Fiani S. dan Edwin Japarianto, S.E., 2012)

Kualitas produk adalah salah satu hal penting yang harus dilihat oleh sebuah organisasi kuliner, kualitas adalah strategi penting untuk memiliki pilihan untuk meningkatkan intensitas barang dan dapat memberikan kepuasan lebih kepada pelanggan (J. B. Santoso, 2019). Kualitas produk memegang peranan penting dalam pemenuhan pembeli, sehingga semakin tinggi kualitas barang, semakin tinggi pula derajat pemenuhan pembeli. Kualitas barang mempengaruhi kepuasan pembeli sehingga kualitas barang harus terus dipertahankan dan ditingkatkan untuk mencapai loyalitas konsumen yang ideal (Fiani et al, 2012).

Selain kualitas produk, pelayanan juga dapat mempengaruhi konsumen (Wijaya, 2017). Menurut Fandy Tjiptono (2012) kualitas pelayanan adalah kualitas yang seharusnya memenuhi asumsi pembeli untuk tingkat kebesaran dan kendali yang diberikan. Kualitas pelayanan akan memenuhi pembeli bila diawasi dengan tepat. Selain itu, telah berubah menjadi kebutuhan bagi organisasi untuk menawarkan dukungan berkualitas kepada pelanggan. Sifat pelayanan juga dapat bekerja dengan pengembangan organisasi, pelaku ekonomi harus dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan melakukan upaya paling maksimal untuk memberikan jenis pelayanan yang berkualitas (J. B. Santoso, 2019).

Selain kualitas pelayanan, harga merupakan salah satu variabel yang dipertimbangkan pembeli untuk membeli suatu barang (Wahyuningsih 2021). Harga juga menjadi indikator yang mempengaruhi kepuasan pembeli. Banyak

pengusaha bisnis gagal karena mereka menetapkan biaya yang terlalu tinggi dan tidak pantas. Biaya yang ditetapkan harus sesuai dengan sifat barang yang diberikan dan jelas masuk akal bagi sebagian besar orang. Biaya yang cukup masuk akal akan menarik pelanggan untuk membeli barang tersebut. Selain itu, harga yang cukup terjangkau juga akan memberikan kepuasan tersendiri bagi pembeli karena mereka mendapatkan barang yang sesuai dengan kebutuhannya. Harga merupakan salah satu unsur yang menjadi pertimbangan pelanggan untuk membeli karena harga dapat memengaruhi pembeli tentang barang tersebut (Asti & Ayuningtyas, 2020).

Kabupaten Boyolali merupakan kota yang memiliki banyak ragam usaha kuliner. Salah satu kuliner yang banyak dicari orang adalah pempek dan salah satunya adalah Boss Pempek. Usaha ini didirikan oleh sepasang suami istri yaitu Tri Wahyuni dan Prayitno. Beliau memulai usahanya pada tahun 2019 semenjak pandemi covid-19 masuk ke Indonesia. Cabang pertama dari *outlet* Boss Pempek yaitu bertempat di area tepi danau Universitas Muhammadiyah Surakarta pada tahun 2019 akan tetapi karena adanya pandemi covid-19 *outlet* tersebut ditutup dikarenakan aktivitas perkuliahan di kampus ditiadakan. Setelah penutupan cabang pertama tersebut, Boss Pempek membuka cabang keduanya di Ruko Randusari Sejahtera No. 5 yang mengusung konsep *delivery order* khusus go-food dan grabfood. Tidak berselang lama setelah itu Boss Pempek kembali membuka cabang ketiganya di area Alun-Alun Selatan Boyolali yang kini sudah mengusung konsep *dine in* dan juga *delivery order*.

Boss Pempek Boyolali menyediakan berbagai macam menu makanan. Salah satu yang menjadi menu andalan dari Boss Pempek Boyolali adalah

pempek asli Palembang yaitu kapal selam, lenjer, dan adaan. Selain menjual menu di atas, usaha makanan ini juga menawarkan berbagai menu makanan seperti batagor, siomay Bandung, dimsum dan lain-lain. Semua menu di atas diproduksi secara mandiri oleh Ibu Tri Wahyuni dan Pak Prayitno, sehingga cita rasa masakan tetap tidak berubah.

Produk adalah sesuatu yang dapat mempengaruhi pembeli (Setiawan, 2013). Suatu barang dapat memberikan kepuasan kepada pembeli jika barang yang diperkenalkan memiliki rasa, tampilan, dan porsi yang tepat. Dilihat dari segi rasa, tampilan, dan porsi yang sesuai. Boss Pempek menyajikan hidangan dengan tampilan yang indah, memikat, dan porsi yang dapat diterima. Hal ini sesuai dengan pertemuan singkat dengan salah satu pembeli Boss Pempek yang mengungkapkan bahwa dari segi rasa, tampilan dan ukuran porsi sudah memadai.

Selain kualitas produk, pelayanan bisa juga mempengaruhi pembeli (Wijaya, 2017). Pelayanan memberikan servis terbaik yang diberikan oleh usaha kuliner kepada pembeli agar keinginan dan kebutuhan mereka dapat terpenuhi (Pamungkas, 2019). Memberikan pelayanan yang baik menjadi salah satu tolak ukur hasil dari sebuah bisnis kuliner. Dengan pelayanan yang sesuai dengan apa yang diharapkan pembeli, akan memberikan keuntungan tersendiri bagi bisnis. Jika dilihat dari segi pelayanan, Boss Pempek sudah memberikan pelayanan yang baik. Berdasarkan wawancara singkat dengan salah satu pembeli, dia merasa pelayanan yang diberikan sudah baik, mulai dari sapaan ketika konsumen datang, kemudian penyajian makanan tidak terlalu lama dan pada pembayaran disertai dengan bukti transaksi. Kualitas pelayanan merupakan hal penting yang harus diperhatikan dan terus ditingkatkan supaya

konsumen terus melakukan pembelian dan kembali lagi.

Harga memiliki peranan penting bagi konsumen untuk menjadi bahan pertimbangan sebelum membeli (J. B. Santoso, 2019). Harga merupakan salah satu variabel yang dipertimbangkan bagi pembeli untuk membeli suatu barang. Karena biaya suatu barang dapat memengaruhi pelanggan tentang barang yang dibeli (Asti & Ayuningtyas, 2020). Seorang pembeli mempertimbangkan untuk membeli produk jika harga barang tersebut sesuai dan dengan manfaat barang yang ditawarkan juga sesuai dengan harga yang tercantum. Maka dari itu biaya adalah elemen yang menjadi fokus dan pertimbangan pelanggan sebelum melakukan pembelian. Untuk situasi ini, Boss Pempek Pempek menetapkan nilai yang disesuaikan dengan sifat barang yang diberikan. Dalam pertemuan singkat dengan salah satu pelanggan, dia merasa harga makanan yang ditawarkan sangat wajar dan sesuai dengan kualitas yang ditawarkan.

Penelitian yang dilakukan oleh (J. B. Santoso, 2019) menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian (Wijaya, 2017) menunjukkan bahwa kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen.

Penelitian yang dilakukan (Ibrahim, 2019) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian (Gofur, 2019) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Diperkuat penelitian (Ramadhan & Santosa, 2017) kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian (Bansaleng et al., 2021) menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian (Asti & Ayuningtyas, 2020) harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini didukung penelitian (Wijaya, 2017) harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini berencana untuk melihat pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap konsumen Boss Pempek. Oleh karena itu, sangat menarik untuk dilakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Boss Pempek”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

1. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh tiga elemen, salah satunya adalah kualitas produk. Elemen kualitas produk ini tidak selalu mempengaruhi kepuasan konsumen. Penelitian terdahulu yang membahas hal ini dilakukan oleh (J. B. Santoso, 2019) yang menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian (Wijaya, 2017) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Faktor ini tidak selalu berdampak pada kepuasan pelanggan. Penelitian terdahulu yang membahas hal ini dilakukan oleh (Ibrahim, 2019) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif terhadap

kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian (Gofur, 2019) menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Diperkuat penelitian (Ramadhan & Santosa, 2017) kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Elemen yang lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen ialah harga. Elemen ini tidak selalu memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen. Penelitian terdahulu yang membahas hal ini dilakukan oleh (Bansaleng et al., 2021) yang menunjukkan bahwa harga tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian (Asti & Ayuningtyas, 2020) menunjukkan harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Didukung penelitian (Wijaya, 2017) harga memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### **1.3 Batasan Masalah**

1. Penelitian ini dibatasi oleh variabel independen, yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga serta variabel dependen yaitu kepuasan konsumen.
2. Objek penelitian ini adalah masyarakat Boyolali yang pernah membeli produk di Boss Pempek Randusari.

### **1.4 Rumusan Masalah**

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen?
3. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen?

## **1.5 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen

## **1.6 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Pelaku Usaha

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta pengetahuan untuk para pelaku usaha dan supaya para pelaku usaha lebih memperhatikan dan meningkatkan mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga supaya kedepannya memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan menjadi syarat untuk menyelesaikan studi S1 bagi peneliti dan menambah wawasan mengenai pengaruh kepuasan konsumen.

3. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan menjadi rujukan untuk peneliti selanjutnya mengenai pengaruh kepuasan konsumen, serta diharapkan mampu memperbaiki keterbatasan penelitian ini.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Kajian Teori**

##### **2.1.1 Kualitas Produk**

Kualitas adalah suatu kemampuan yang dapat memberikan pengaruh dari sifat produk barang ataupun jasa serta dapat memenuhi kebutuhan yang yang diucapkan atau tertulis (Kotler, Philip & Keller, & Kevin Lane, 2009). Kualitas adalah kombinasi sifat dan sifat yang dapat menentukan seberapa baik produsen dapat memenuhi kebutuhan konsumen atau mengukur seberapa baik mereka memenuhi kebutuhan mereka (Tjiptono & Fandy, 2008).

Berdasarkan dari pengertian di atas, maka dapat diambil suatu kesimpulan bahwa kualitas adalah produk dari hasil suatu barang atau jasa yang melalui suatu siklus pengolahan yang mempertimbangkan nilai barang atau jasa tanpa mengabaikan nilai barang, tenaga kerja dan produk yang memenuhi harapan pembeli.

Salah satu hal terpenting saat membahas suatu produk adalah sifat dari produk tersebut. Kualitas produk adalah kapasitas barang atau jasa untuk memenuhi pembeli. Oleh karena itu, setiap tenaga kerja dan produk yang bermanfaat dan terkait dengan keinginan pembeli, harus dijual sesuai asumsi pelanggan (Saputra et al., 2020).

Kualitas barang adalah variabel yang dapat memutuskan apakah

pelanggan terpenuhi atau tidak setelah membeli atau menggunakan suatu barang. Suatu produk dapat memuaskan konsumen apabila pada proses produksi dijalankan dengan baik. Pada proses produksi haruslah dijalankan dengan semaksimal mungkin supaya menghasilkan produk dengan kualitas terbaik yang bisa memuaskan konsumen dan juga memberikan keuntungan kepada produsen. Tidak hanya proses produksi yang diberikan, tetapi juga pelayanan harus adil dan konsisten dengan apa yang diharapkan konsumen agar mendapatkan kepercayaan konsumen (Manguyoga & Ganawati, 2019).

Kualitas produk menjadi sesuatu yang vital dalam organisasi, dan kualitas menjadi komponen penting untuk keseriusan. Suatu produk harus bisa sama dengan produk perusahaan pesaing atau bahkan harus bisa melebihi dalam hal kualitas supaya konsumen semakin merasa puas. Hal yang dapat memberikan pengaruh terhadap kualitas produk disebabkan beberapa faktor, diantaranya: *management, people, capital*, serta alih teknologi dalam wujud mesin atau peralatan kerja (Yusuf et al., 2019).

Menurut Garvin (dalam Mansori, 2018) menyebutkan setidaknya delapan dimensi dari kualitas produk, sebagai berikut:

1. Produk menjadi acuan utama dalam proses kinerja
2. Fitur menjadi acuan kedua dari kinerja. Fitur merupakan suatu karakter yang menjadi nilai tambah dalam upaya peningkatan daya tarik pelanggan terhadap produk yang akan dibeli.
3. Keandalan merupakan suatu perkiraan terhadap produk bahwa produk nantinya tidak akan mengalami kegagalan pada saat penggunaan dalam jangka waktu tertentu.

4. Kesesuaian merupakan produk yang telah dihasilkan tepat dan memenuhi syarat yang telah ditentukan.
5. Daya tahan menjadi ukuran ketahanan mobilitas produk.
6. *Service ability* merupakan layanan mengenai produk yang telah rusak kemudian nantinya mendapatkan kemudahan pada saat perbaikan agar bisa digunakan kembali.
7. Estetika menjadi acuan produk yang dapat dilihat, didengar, dan dilihat dan ini kembali pada penilaian pribadi masing-masing.
8. *Perceived quality* adalah sifat barang yang dikomunikasikan oleh pembeli, mengingat wawasan tidak selalu dalam setiap kasus sesuai dengan kenyataan.

### **2.1.2 Kualitas Pelayanan**

Pelayanan adalah suatu bantuan yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain dan tanpa ada pertukaran kepemilikan kepada pihak manapun (Laksana, 2008). Komponen layanan dalam bisnis tidak lepas dan tidak terpisahkan baik untuk suatu perusahaan makanan, jasa, maupun perusahaan dagang sekalipun. Dalam perusahaan makanan khususnya bisnis kuliner, pelayanan merupakan produk tambahan yang akan selalu melekat pada produk utama.

Kualitas dapat menumbuhkan dorongan bagi pelanggan untuk menjalin hubungan jangka panjang dalam memberikan keuntungan bagi organisasi. Untuk situasi ini, organisasi memungkinkan untuk lebih memahami asumsi dan persyaratan eksplisit pelanggan. Dengan demikian, organisasi dapat terus mengembangkan loyalitas konsumen lebih lanjut, di mana organisasi memperkuat pengalaman menggunakan produk yang membuatnya puas dan membatasi pengalaman yang tidak memuaskannya (Tjiptono & Chandra,

2005).

Kualitas pelayanan memiliki arti penting dalam upaya untuk mengatasi masalah dan keinginan pembeli serta ketepatan dalam menyampaikan dan memiliki pilihan untuk memberikan keseimbangan dengan apa yang dibutuhkan pembeli. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai sesuatu yang menyeluruh, dengan tujuan agar dapat diketahui dengan baik seberapa jauh sifat pelayanan tersebut. Dari definisi tersebut, kualitas pelayanan adalah serangkaian upaya dan kapasitas yang disiapkan oleh suatu organisasi untuk memenuhi asumsi pembeli mengenai pelayanan yang membuat mereka datang kembali (J. B. Santoso, 2019).

Menurut Subagyo (2013) terdapat lima dimensi dari kualitas pelayanan, antara lain:

1. Berwujud (*tangibles*): merupakan suatu layanan yang diberikan kepada konsumen berupa wujud secara fisik sebagai gambaran nyata. Setiap perusahaan harus bisa memberikan kualitas pelayanan yang baik supaya bisa memberikan kesan positif kepada konsumen.
2. Data tanggap (*responsive*): kecepatan dalam memberikan pelayanan yang tepat kepada pelanggan berdasarkan apa yang diinginkan oleh konsumen.
3. Keandalan (*reliability*): ketepatan untuk memberikan jasa kepada konsumen dengan tepat sasaran.
4. Kepastian (*assurance*): pengetahuan, kemampuan, dan perilaku dari karyawan kepada konsumen yang menimbulkan kepercayaan.
5. Empati (*emphaty*): Perhatian khusus dan kepedulian yang diberikan kepada konsumen untuk penekanan pelayanan terbaik.

Menurut (Isniah et al., 2020) supaya bisa meningkatkan kualitas pelayanan perlu dilakukan beberapa evaluasi dan peningkatan secara terus-menerus. Untuk bisa meningkatkan kualitas pelayanan berikut cara yang bisa dilakukan:

1. Mendapatkan Umpan Balik dari Konsumen

Pendekatan yang bisa dilakukan untuk mendapatkan umpan balik dari konsumen, seperti melakukan *review* pelanggan dan melakukan pengecekan terhadap konsumen setelah mendapatkan pelayanan bisa dilakukan melalui media sosial atau email untuk menyampaikan pesan dan kesannya. Pendekatan lain yang bisa dilakukan yaitu memberi diskon ataupun *cashback* kepada pelanggan terhadap umpan balik yang diberikan di media sosial maupun umpan balik secara langsung.

2. Melakukan Evaluasi Perusahaan

Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk evaluasi adalah melakukan survei. Dengan melakukan survei maka dapat diketahui bagaimana kemampuan perusahaan mengenai daya tanggap dan kehandalan serta dapat diketahui mengenai kualitas pelayanan berdasarkan pengalaman konsumen secara langsung, seperti fungsi produk, keramahan, kebersihan, penampilan karyawan, dan sebagainya.

3. Meningkatkan Pelayanan Perusahaan

Supaya pelayanan perusahaan meningkat bisa dilakukan melalui cara memberikan pengarahan kepada karyawan mengenai tanggung jawab, respon cepat, dan memiliki etos kerja yang tinggi yang harus dilakukan secara konsisten. Jika perlu memberikan bonus kepada karyawan yang memiliki prestasi apabila memungkinkan. Hal lain yang perlu dilakukan

adalah memberikan kemudahan kepada konsumen untuk memberi masukan secara langsung maupun secara tidak langsung. Upaya-upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan tersebut akan lebih maksimal apabila perusahaan melakukannya secara berkelanjutan.

### **2.1.3 Harga**

Suatu perusahaan apabila ingin berhasil dalam pemasaran produk mereka maka harus dapat membuat konsumen tertarik dengan apa yang ditawarkan, misalnya harga. Harga merupakan satuan ukuran tertentu yang ditukarkan dengan produk barang maupun jasa agar mendapatkan hak pindah kepemilikan. Harga merupakan faktor utama dari unsur bauran pemasaran yang dapat memberi pemasukan untuk perusahaan, juga terdapat faktor lain diantaranya produk, distribusi, dan promosi (Tjiptono, 2016).

Harga merupakan faktor yang paling penting dalam proses pemasaran. Dalam pemasaran produk perusahaan harus menetapkan harga yang tepat dikarenakan banyak perusahaan salah dalam menetapkan harga yang tidak sesuai dengan harga pasar sehingga menyebabkan kerugian bahkan menjadi bangkrut. Oleh karena itu, suatu perusahaan sebaiknya melakukan penelitian terlebih dahulu sebelum menetapkan harga secara mendalam supaya nantinya dalam menetapkan harga bisa sesuai dengan harga pasar dan sesuai dengan keinginan konsumen sehingga dalam proses transaksi antara penjual dan pembeli berjalan lancar (Manguyoga & Ganawati, 2019).

Pada umumnya, harga digunakan oleh konsumen sebagai indikator nilai manfaat harga yang dirasakan dari suatu barang atau jasa. Dalam hal harga

apabila ditetapkan oleh organisasi sesuai dengan keunggulan barang, maka tingkat kepuasan konsumen akan meningkat. Namun, jika penetapan harga tidak sepadan dengan manfaat yang diberikan, kepuasan konsumen akan akan menurun (Gofur, 2019).

Setiap tujuan penetapan harga mempunyai strategi yang berbeda. Pada strategi penetapan harga harus memahami mengenai tujuan yang akan dituju kedepannya. Ada tiga kategori penetapan harga untuk mencapai tujuan tertentu dalam (Anggita & Ali, 2017) yaitu:

1. Pendapatan berorientasi destinasi

Sebagian besar pelaku bisnis berorientasi pada pendapatan, sedangkan layanan perusahaan biasanya hanya berpicu pada titik impas.

2. Kapasitas berorientasi destinasi

Beberapa bidang bisnis sebagian besar memberikan kesamaan di tingkat penawaran dan permintaan dengan memanfaatkan mengambil dari proses produksi. Sedangkan sektor lainnya membuat kenaikan harga pada periode tertentu, misalnya biaya hotel dan penerbangan akan menurunkan harga pada hari-hari biasa dan akan menaikkan harga pada hari libur atau selama musim liburan.

3. Sasaran berorientasi pelanggan

Biasanya penetapan harga diberikan cukup representatif untuk menampung semua jenis pasar, pelanggan, dan perbedaan daya beli. Penetapan harga ini bisa dengan menggunakan sistem diskon, bonus, dan lain-lain. Penetapan harga ini memiliki tujuan supaya perusahaan mendapatkan posisi pasar dan bisa membedakan antara satu perusahaan dengan perusahaan lain.

#### **2.1.4 Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen adalah suatu keinginan yang ingin dicapai oleh suatu bisnis, selain meningkatkan keuntungan juga memiliki pengaruh terhadap perkembangan bisnis. Kepuasan konsumen adalah kecenderungan yang berasal dari pembeli yang muncul setelah membandingkan barang yang dibeli, merasa terpenuhi atau kecewa dengan asumsi mereka. Jika barang tersebut sesuai dengan yang diharapkan, pembeli akan merasa puas, namun jika barang tersebut tidak sesuai, pembeli akan merasa kecewa (Kotler & Keller, 2012).

Kepuasan konsumen adalah penilaian yang datang dari konsumen terhadap barang, jasa atau harga apakah dapat mengatasi masalah pembeli dan memenuhi asumsi pembeli. Dari penjelasan di atas, dapat diartikan bahwa kepuasan konsumen merupakan kecenderungan yang muncul dari pembeli tentang tentang kinerja produk apakah dapat memenuhi kebutuhannya atau tidak (Sugianto & Sugiharto, 2013).

Dari penjelasan tersebut, dapat diartikan bahwa kepuasan pelanggan berkaitan dengan barang yang dirasakan pembeli atas pemberian layanan yang sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Selain itu, ketidakpuasan konsumen bersumber dari hasil produk yang tidak memenuhi harapan. Kepuasan konsumen akan sulit dicapai jika perusahaan tidak memahami apa yang diharapkan konsumen (Lubis & Andayani, 2017).

Menurut Ferdinand (2014) dalam Saputra et al (2020) terdapat empat indikator kepuasan konsumen, diantaranya:

1. Produk dapat memenuhi harapan konsumen.
2. Konsumsi produk tidak menimbulkan kekecewaan.
3. Pemberian pujian dan apresiasi setelah mengkonsumsi produk.
4. Timbul perasaan senang setelah mengkonsumsi produk.

Menurut M.N Nasution (2004:120-121) dalam Mulyapradana & Rizqi (2017), empat strategi yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, antara lain:

1. Sistem Keluhan dan Saran

Sebuah bisnis dapat menerima keluhan dan saran konsumen melalui kotak saran, *hotline*, lembar komentar, dan sebagainya. Karena setiap bisnis harus memberikan pintu terbuka seluas-luasnya kepada pembeli untuk menawarkan sudut pandang, ide, dan keluhan.

2. Survei Kepuasan Pelanggan

Dengan melakukan survei, maka konsumen akan memberikan respon dan tanggapan langsung maupun tidak langsung yang akan memberi kesan yang baik terhadap konsumennya.

3. *Ghost Shopping*

Cara ini dilakukan dengan melibatkan sejumlah orang yang akan berperan sebagai konsumen setia produk perusahaan atau pesaing. Selanjutnya, konsumen yang menyamar ini berbagi pengalamannya tentang kelemahan dan kekuatan produk perusahaannya dan perusahaan yang sejenis.

4. *Lost Customer Analysis*

Metode ini digunakan untuk melakukan analisis kepuasan konsumen dengan cara menghubungi konsumen yang sudah tidak lagi membeli produk perusahaan atau beralih ke produk pesaing perusahaan. Dari

metode ini akan diperoleh hasil berupa informasi tentang penyebab kejadian. Wawasan yang diperoleh sangat berguna bagi pelaku bisnis untuk mengambil tindakan yang bijak untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

## **2.2 Hasil Penelitian yang Relevan**

Penelitian terdahulu bermanfaat sebagai sarana referensi dan digunakan sebagai pembandingan dalam penelitian ini. Penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini antara lain:

**Tabel 2.1**

### **Hasil Penelitian Terdahulu**

<b>No.</b>	<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Hasil dan Kesimpulan</b>

1.	(Manguyoga & Ganawati, 2019)	<i>The Influence of Product and Price on Customer Satisfaction in UD Yuli Yadnya Wood Company in Kerobokan, Badung</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bebas kualitas produk dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan kayu UD Yuli Kerobokan, Badung.
----	------------------------------	--	---

2.	(Chaerudin & Syafarudin, 2021)	<i>The Effect Of Product Quality, Service, Price On Produck Purchasing Decision On Consumer Satisfaction</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen alat kesehatan.
----	--------------------------------	--	--

3.	(Widodo, 2021)	<i>The Effect Of Product Quality, Service Quality and Prices On Consumer Satisfaction Of Molivia Cafe</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
4.	(Syafarudin, 2021)	<i>The Effect of Product Quality on Customer Satisfaction Implications on Customer Loyalty in the Era Covid-19</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas

			pelanggan.
5.	(J. B. Santoso, 2019)	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas konsumen (Studi Pada Konsumen Geprek Bensu Rawamangun).	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk tidak mempengaruhi kepuasan konsumen, sedangkan kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

6.	(Sugianto & Sugiharto, 2013)	Analisis Pengaruh <i>Service Quality</i> , <i>food quality</i> , dan <i>Price</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas makanan dan harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen di Restoran Yung Ho Surabaya.
----	------------------------------	--	--

7.	(Wijaya, 2017)	Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Depot Masakan Madiun Khas Bu Rudy	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
----	----------------	--	--

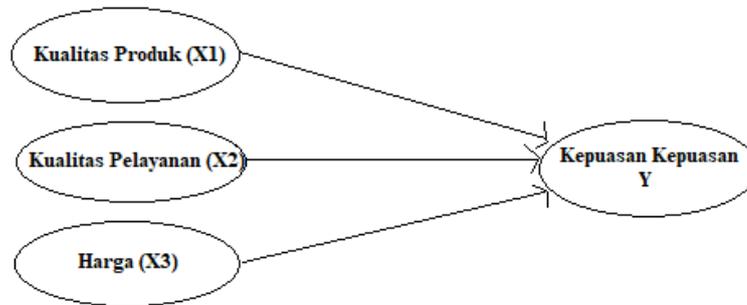
### 2.3 Kerangka Berfikir

Kerangka pemikiran bertujuan supaya dapat lebih menjelaskan inti permasalahan mengenai hubungan antara variabel dependen dan independen.

Kerangka ini digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1

Kerangka Berpikir



Keterangan:

—————> = Pengaruh secara sendiri-sendiri

X<sub>1</sub> = Kualitas Produk

X<sub>2</sub> = Kualitas Pelayanan

X<sub>3</sub> = Harga

Y = Kepuasan Konsumen

## 2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah alat pengukur sementara dari faktor-faktor yang nantinya akan dicoba dalam tinjauan. Hipotesis adalah tanggapan yang telah disiapkan oleh peneliti terlebih dahulu dan bersifat sementara sebelum melakukan penelitian. Berikut adalah hipotesis dari penelitian ini:

## 1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Penelitian terdahulu oleh Syafarudin (2021) dengan judul “*The Effect of Product Quality on Customer Satisfaction Implications on Customer Loyalty in the Era Covid-19*”. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Sejalan dengan penelitian Aulia & Hidayat (2017) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies”. Hasil dari penelitian ini menyatakan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian yang terdahulu, maka dalam penelitian ini ditentukan hipotesis sebagai berikut:

**H1: Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.**

## 2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Penelitian terdahulu oleh Chaerudin & Syafarudin (2021) dengan judul “*The Effect Of Product Quality, Service Quality, Price On Product Purchasing Decision On Consumer Satisfaction*”. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sejalan dengan penelitian Bansaleng et al (2021) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Kartu XL di Manado”. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian yang terdahulu, maka dalam penelitian ini

ditentukan hipotesis sebagai berikut:

**H2: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.**

### 3. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Widodo (2021) dengan judul “*The Effect Of Product Quality, Service Quality and Prices On Consumer Satisfaction Of Molivia Cafe*”. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sejalan dengan penelitian(Wijaya (2017) dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy”. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian yang terdahulu, maka dalam peneltiian ini ditentukan hipotesis berikut ini:

**H3: Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.**

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Waktu dan Wilayah Penelitian**

Jangka waktu dilakukannya penelitian adalah dari September 2021 hingga akhir. Wilayah yang akan diteliti adalah di wilayah Boyolali.

#### **3.2 Jenis Penelitian**

Metode yang digunakan adalah dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Strategi pengujian kuantitatif memiliki arti penting sebagai teknik eksplorasi dalam kaitannya dengan cara berpikir positivisme, digunakan untuk tujuan penelitian pada populasi atau pengujian tertentu, pengumpulan informasi menggunakan instrumen penelitian dan dalam pengujian informasi terukur atau kuantitatif untuk memutuskan hubungan antara setidaknya dua faktor yang difokuskan untuk menguji spekulasi yang telah ditentukan sebelumnya (Sugiyono, 2015).

#### **3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel**

##### **3.3.1 Populasi**

Populasi adalah daerah generalisasi yang terdiri dari mata subjek atau objek yang memiliki manfaat/kualitas dan memiliki ciri-ciri untuk kemudian dipelajari dan diteliti dan tujuan akhir adalah ditarik suatu kesimpulan (Sugiyono, 2015: 80). Menurut Arikunto (2006), Pertumbuhan populasi memiliki arti penting secara keseluruhan sebagai objek kajian.

Subyek yang termasuk dalam penelitian ini adalah konsumen Boss Pempek Randusari.

##### **3.3.2 Sampel**

Sampel merupakan salah satu bagian dari populasi dan memiliki ciri-ciri tertentu. Jika populasinya besar, dan sulit untuk dijangkau, maka yang diambil adalah sampel (Sugiyono, 2015: 81).

Dalam penelitian ini menentukan jumlah responden sebanyak 100 orang yang menjadi konsumen Boss Pempek Boyolali. Banyaknya sampel yang digunakan pada penelitian ini didasarkan pada pendapat Roscoe (dalam Sugiyono, 2015: 91), menunjukkan banyaknya ukuran sampel yang sesuai dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500 responden. Ukuran sampel dalam suatu penelitian minimal 5 kali hingga maksimal 10 kali jumlah estimasi parameter.

Dalam penelitian ini jumlah indikator adalah 17. Oleh karena itu, jumlah sampel minimal adalah  $5 \times 17 = 85$ , sedangkan jumlah sampel maksimal adalah  $10 \times 17 = 170$ . Dari uraian tersebut, maka peneliti memutuskan untuk menggunakan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Alasan dari pengambilan keputusan tersebut yaitu peneliti menganggap bahwa jumlah tersebut sudah mewakili populasi karena sudah melebihi batas minimum sampel.

Berdasarkan perhitungan di atas, diperoleh angka 100 dari berdasarkan pendapat Roscoe yang merupakan jumlah sampel yang akan diteliti. Jumlah tersebut diharapkan bisa mewakili populasi konsumen Boss Pempek di wilayah Boyolali.

### **3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel**

Metode pengujian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Teknik ini merupakan strategi *non-probability sampling*

dimana teknik pengujian adalah dengan kriteria tertentu (Rompas, 2013). Kriteria sampel tersebut adalah konsumen Boss Pempek Randusari yang pernah membeli minimal 2 kali.

### **3.4 Data dan Sumber Data**

Data adalah sekumpulan informasi atau kualitas tertentu yang didapat dari persepsi terhadap suatu barang, dan informasi tersebut dapat berupa angka, gambar atau sifat (Situmorang & Lutfi, 2014). Sedangkan sumber data dapat dipahami sebagai subjek dari mana data dikumpulkan. Penelitian ini terdapat dua jenis sumber data yang digunakan, antara lain:

1. Sumber Primer

Sumber data memberikan data langsung kepada pengumpul data. Data yang diperoleh dari hasil kuesioner atau wawancara.

2. Data sekunder

Sumber diperoleh dari hasil penelitian terdahulu yang berisi teori-teori yang dipublikasikan oleh penulis melalui media cetak dan media internet.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam penelitian ini bertujuan memperoleh informasi yang tepat, relevan dan dapat dipercaya. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Metode Angket atau Kuesioner

Kuesioner merupakan suatu prosedur pengumpulan informasi yang diakhiri dengan mengajukan pertanyaan atau penjelasan yang disusun untuk dijawab oleh responden. Kuesioner adalah strategi pengumpulan informasi yang sangat efektif apabila peneliti tahu faktor-faktor yang akan diukur dan juga memahami

apa yang diharapkan responden. Selain itu, strategi kuisisioner ini sangat tepat jika jumlah respondennya banyak dan tersebar di berbagai daerah. Survey dapat berupa pertanyaan tatap muka, melalui pos atau melalui internet yang disampaikan kepada responden (Sugiyono, 2015: 142).

Dalam kuesioner penelitian ini digunakan *skala likert* sebagai alat ukur untuk setiap variabel. Menurut (Sugiyono, 2015: 93) *skala likert* digunakan untuk mengukur asumsi individu atau kelompok tentang perspektif, anggapan, dan wawasan mengenai suatu permasalahan atau fenomena. Dengan menggunakan *skala likert*, variabel yang akan diestimasi diubah menjadi indeks variabel. Indeks variabel tersebut kemudian digunakan sebagai alasan untuk memadukan komponen-komponen perangkat yang dapat berupa pertanyaan atau penjelasan. Dalam ulasan ini, *skala likert* digunakan untuk mengukur kepuasan konsumenn. Model *skala likert* adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.1**

**Kriteria Penilaian *Skala Likert***

Nomor	Jawaban	Bobot
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (TS)	2
3.	Netral (N)	3
4.	Setuju (S)	4
5.	Sangat Setuju (SS)	5

2. Studi Kepustakaan

Yaitu dengan cara mencari dan membaca artikel atau jurnal dalam internet yang terakreditasi, dimana terdapat referensi-referensi yang berkaitan dengan penelitian.

### **3.6 Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah kualitas atau sifat atau nilai dari individu, objek, atau aktivitas yang memiliki ragam tertentu yang ditentukan oleh peneliti, kemudian dipertimbangkan, dan akhirnya ditarik suatu kesimpulan (Sugiyono, 2015: 38). Penelitian ini ada dua macam variabel, yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Variabel bebas meliputi kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan harga (X3) dan variabel terikat meliputi kepuasan konsumen (Y). Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi alasan berubah atau naiknya variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau ditimbulkan oleh variabel bebas (Sugiyono, 2015: 39).

### **3.7 Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel adalah suatu tata cara pengukuran dari variabel bebas dan terikat dalam penelitian tersebut (Ridha, 2017). Definisi operasional variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel 3.2**

**Definisi Operasional Variabel**

No.	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Kualitas produk	<p>Kualitas produk merupakan kemampuan yang dimiliki suatu produk untuk memberikan hasil atau kinerja yang konsisten dengan apa yang diharapkan konsumen (Kotler &amp; Keller, 2016).</p>	<p>1. Rasa 2. Cara penyajian 3. Variasi menu 4. Sertifikasi halal  (I. Santoso, 2016)</p>
2.	Kualitas Pelayanan	<p>Kualitas pelayanan merupakan seluruh kualitas tingkatan pelayanan yang diberikan kepada konsumen dengan tujuan untuk memenuhi dan sekaligus memberikan kepuasan bagi konsumen</p>	<p>1. Faktor fisik <i>(tangibles)</i>  a. Fasilitas tempat layanan  b. Kebersihan tempat  2. Keandalan <i>(reability)</i>  a. Ketepatan</p>

		(Tjiptono, 2004).	<p>dalam</p> <p>memberikan</p> <p>pelayanan</p> <p>Kualitas</p> <p>Karyawan</p> <p>3. Daya tanggap (<i>responsibility</i>)</p> <p>a. Pelayanan yang cepat</p> <p>4. Jaminan (<i>assurance</i>)</p> <p>a. Kesopanan dalam memberikan pelayanan</p> <p>5. Empati (<i>emphaty</i>)</p> <p>a. Memperhatik an pelanggan tanpa membedakan status.</p> <p>Tjiptono (2001: 70)</p> <p>dalam (Windarti &amp;</p>
--	--	-------------------	---

			Ibrahim, 2017).
3.	Harga	Harga merupakan satuan ukuran tertentu yang ditukarkan dengan produk berupa barang atau jasa agar mendapatkan hak pindah kepemilikan (Tjiptono, 2016)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan harga</li> <li>2. Kesesuaian harga dengan makanan</li> <li>3. Kesesuaian harga dengan manfaat</li> <li>4. Daya saing harga (Krisdayanto et al., 2018).</li> </ol>
4.	Kepuasan Konsumen	Kepuasan Konsumen merupakan suatu perasaan yang muncul dari diri seorang konsumen yang timbul setelah membandingkan produk yang telah dibeli baik perasaan senang atau kecewa dengan harapan mereka (Kotler & Keller, 2012).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Puas dengan produk</li> <li>2. Puas dengan pelayanan</li> <li>3. Puas dengan harga</li> <li>4. Puas dengan tempat (Fauzia et al., 2020)</li> </ol>

### **3.8 Teknik Analisis Data**

Analisis data merupakan tindakan penelitian yang kegiatannya dilakukan setelah semua sumber informasi terkumpul secara menyeluruh dari seluruh responden (Sugiyono, 2015: 147). Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas dan reliabilitas, pengujian hipotesis klasik (uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, uji normalitas), uji ketetapan model (koefisien determinasi dan uji f), analisis regresi linier berganda dan uji t (uji hipotesis).

### **3.9 Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengukur dan mengumpulkan data yang diteliti terhadap suatu objek dalam variabel penelitian. Untuk dapat menghasilkan data yang akurat guna menarik kesimpulan yang sesuai dengan fakta, diperlukan alat-alat yang valid dan konsisten serta tepat untuk menyediakan data dari hasil penelitian (reliabel). Apakah dukungan pencarian ditentukan oleh validitas dan reliabilitasnya (Yusup, 2018). Instrumen dikatakan valid jika dapat mengungkapkan data variabel secara akurat dan tidak ada penyimpangan dari keadaan yang sebenarnya, sedangkan instrumen dikatakan reliabel jika dapat mengungkapkan pengungkapan data yang reliabel (Arikunto, 2010).

### **3.10 Analisis Deskriptif**

Menurut (Sugiyono, 2015: 147) statistika deskriptif merupakan alat yang digunakan oleh peneliti untuk menganalisis data, menggambarkan data maupun mendeskripsikan dengan jelas data yang telah dikumpulkan. Statistik

deskriptif dapat dilihat dari tabel, grafik, mode perhitungan, standar deviasi, minimal, maksimal untuk mendapatkan variabel deskriptif. Sumber data yang dikumpulkan dari penelitian ini berupa data angket kemudian diolah dengan program SPSS 26.

## 1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu uji yang bertujuan untuk menunjukkan seberapa baik suatu alat ukur dapat mengukur apa yang seharusnya diukur (Siregar, 2016: 162). Sedangkan menurut Muhidin et al (2017) berpendapat bahwa suatu alat ukur dapat dikatakan apakah valid atau tidak apabila alat tersebut bisa mengukur sesuatu secara tepat terhadap apa yang diukurnya. Validasi dapat dijalankan dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dengan nilai signifikansi 0,05. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka perangkat dianggap valid.

## 2. Uji Reabilitas

Menurut Muhidin et al (2017: 37) alat ukur dapat dikatakan reliabel apabila pada saat dilakukan pengukuran bisa tepat dan akurat. Dilakukannya uji reabilitas bertujuan untuk mengetahui konsistensi alat sebagai alat ukur, sehingga hasil yang didapat dapat dipercaya. Suatu pengukuran dapat dipercaya apabila pada saat dilakukan pengukuran secara berulang dari kumpulan data yang serupa memberikan hasil yang sama, selama bagian dari subjek yang diukur tetap tidak berubah. Untuk menguji reabilitas ini, digunakan rumus *Alpha Cronbach* berikut ini:

$$r = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

$r$  : koefisien reability instrument (*cronbach alpha*)

$k$  : banyaknya butiran pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$  : total butir variabel

$\sigma_t^2$  : total varian

Apabila pada saat pengukuran nilai cronbach alpha  $> 0,60$  maka hasil bisa dikatakan reliabel, tetapi jika nilai cronbach alpha  $< 0,60$ , maka penelitian dikatakan tidak reliabel atau hasil kuesioner tidak reliabel.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui tinggi rendahnya hubungan antar variabel dependen dalam model regresi. Hasil uji multikolinieritas berupa besarnya VIF (*Variable Inflation Factor*). VIF ini selanjutnya digunakan menjadi kriteria untuk mendeteksi multikolinieritas dalam regresi linier yang melibatkan dua atau lebih variabel bebas. Jika nilai VIF  $> 10$  menunjukkan adanya masalah multikolinieritas yang serius, akan tetapi apabila nilai VIF  $< 10$  tidak menunjukkan masalah multikolinieritas (Pendi, 2021).

#### b. Uji Normalitas

Uji ini digunakan untuk mencari tahu apakah data berdistribusi normal atau tidak (Hasnidar & Elihami, 2019). Uji normalitas ini dilakukan terhadap variabel kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), harga (X3) dan kepuasan pelanggan (Y). Penelitian ini menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* dengan kriteria pengujian data berdistribusi normal apabila  $p\text{-value} >$

0,05 dan data tidak berdistribusi normal jika  $p\text{-value} < 0,05$ .

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dimaksudkan untuk menguji pada model regresi apakah ada perbedaan dalam variabel dari beberapa pengamatan. Dalam hal ini apabila dari beberapa pengamatan menunjukkan (Wakhyuni & Andika, 2019).

4. Uji Kelayakan Model

a. Uji Statistik F

Uji f digunakan untuk memutuskan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model regresi memiliki dampak bersamaan (umum) pada variabel terikat (Ghozali, 2011). Dalam penelitian ini dirumuskan hipotesis antara lain:

Ho: kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga secara bersamaan (simultan) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Ha: Kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga secara bersamaan (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Dasar pengambilan keputusan adalah dengan penggunaan nilai probabilitas yang signifikan, yaitu:

1. Jika nilai probabilitas signifikansi  $< 0,05$ , Ho ditolak
2. Jika nilai probabilitas signifikansi  $> 0,05$ , Ho diterima

b. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kapasitas model untuk memahami variabel dalam variabel terikat. Untuk mengukur nilai

koefisien ini, digunakan nilai standar kisaran 0 sampai 1. Jika nilai koefisien mendekati satu maka variabel bebas memberikan banyak data dan mempengaruhi variabel terikat. (Ghozali, 2011).

## 5. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah pemeriksaan yang mencakup lebih dari satu variabel bebas, yang sering disebut dengan analisis regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk memutuskan apakah ada dampak besar antara setidaknya dua variabel independen ( $X_1, X_2, X_3, \dots, X_k$ ) terhadap variabel dependen ( $Y$ ) (Rivandi et al., 2019).

Analisis regresi berganda dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

$Y$  = Kepuasan konsumen

$a$  = konstanta

$X_1$  = Skor kualitas produk

$X_2$  = Skor kualitas pelayanan

$X_3$  = Skor harga

$\beta_1$  = Besarnya pengaruh  $X_1$  terhadap  $Y$  (koefisien regresi  $X_1$ )

$\beta_2$  = Besarnya pengaruh  $X_2$  terhadap  $Y$  (koefisien regresi  $X_2$ )

$\beta_3$  = Besarnya pengaruh  $X_3$  terhadap  $Y$  (koefisien regresi  $X_3$ )

e= Error Term yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian

## 6. Uji T

Uji t ini digunakan untuk memutuskan apakah model regresi variabel bebas sampai tingkat tertentu secara parsial mempengaruhi variabel terikat.

Dalam penelitian ini dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

1.  $H_0$ : Tidak ada pengaruh variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  secara parsial terhadap  $Y$
2.  $H_a$ : Ada pengaruh variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  secara parsial terhadap  $Y$

Kriteria pengambilan keputusan:

1. Jika dari perhitungan diperoleh  $T_{hitung} > T_{tabel}$  maka,  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak artinya variabel bebas secara individu berpengaruh terhadap variabel terikat.
2. Jika dari perhitungan diperoleh  $T_{hitung} < T_{tabel}$  maka,  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima artinya variabel bebas secara individu tidak berpengaruh nyata terhadap variabel terikat.

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

#### 4.1 Gambaran Umum Penelitian

Penelitian ini mengkaji pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang telah membeli produk minimal satu di Boss Pempek Randusari dan berdomisili di Boyolali. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel bebas yaitu kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), harga (X3) dan variabel terikatnya adalah kepuasan konsumen (Y1). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data dari hasil penyebaran kuesioner kepada masyarakat Boyolali.

Responden penelitian ini memiliki karakteristik sebagai berikut:

##### 1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut ini merupakan tabel data responden berdasarkan jenis kelamin yang diolah menggunakan program SPSS 26:

Tabel 4.1

Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-Laki	27	27.0	27.0	27.0
Perempuan	73	73.0	73.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil perhitungan menggunakan SPSS 26

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa terdapat 27 responden berjenis kelamin laki-laki dengan persentase 27% dan 73 responden berjenis

kelamin perempuan dengan persentase 73%. Sehingga total responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang dengan persentase 100%.

## 2. Karakteristik Berdasarkan Usia

Berikut ini adalah tabel data responden berdasarkan usia yang diolah menggunakan program SPSS 26:

Tabel 4.2

### Data Responden Berdasarkan Usia

<b>Usia</b>				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
17-25 Tahun	60	60.0	60.0	60.0
26-35 Tahun	21	21.0	21.0	81.0
36-50 Tahun	19	19.0	19.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil perhitungan menggunakan SPSS 26.

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa terdapat 60 orang berusia 17-25 tahun dengan persentase 60%, 21 orang berusia 26-35 tahun dengan persentase 21% dan 19 orang berusia 36-50 tahun dengan tingkat. lebih dari 19%. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa responden yang berusia 17 sampai dengan 25 tahun merupakan responden yang paling dominan. Sehingga jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden dengan persentase 100%.

### 3. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan

Berikut ini merupakan tabel data responden berdasarkan pendidikan yang diolah menggunakan program SPSS 26:

Tabel 4.3

Data Responden Berdasarkan Pendidikan

		<b>Pendidikan</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	13	13.0	13.0	13.0
	SMA	33	33.0	33.0	46.0
	S1	54	54.0	54.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil perhitungan menggunakan SPSS 26.

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat 13 orang berpendidikan SMP, yaitu 13%, 33 orang berpendidikan SMA (33%) dan 54 orang bergelar sarjana. dengan persentase 54%. Dari hasil pengolahan data di atas, terlihat responden dengan pendidikan S1 merupakan responden yang paling dominan. Oleh karena itu, jumlah responden untuk penelitian ini mencapai 100 responden dengan tingkat 100%.

### 4. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Berikut adalah tabel data responden berdasarkan pekerjaan yang diolah menggunakan program SPSS 26:

Tabel 4.4

Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

### Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar	12	12.0	12.0	12.0
	Mahasiswa	31	31.0	31.0	43.0
	Bekerja	57	57.0	57.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil perhitungan menggunakan SPSS 26.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa terdapat 12 responden sebagai pelajar dengan persentase 12%, 31 responden sebagai mahasiswa dengan persentase 31%, dan 57 responden yang sudah bekerja dengan persentase 57%. Hasil dari pengolahan data di atas menunjukkan bahwa responden yang berstatus sebagai pekerja menjadi responden yang paling dominan. Sehingga keseluruhan responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan persentase 100%.

#### 4.2 Pengujian dan Hasil Analisis Data

Data dalam penelitian ini selanjutnya diolah dengan menggunakan program SPSS 26. Program ini digunakan untuk melakukan analisis dan statistik. Salah satu tujuan dari program ini adalah digunakan untuk melakukan analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur kemampuan suatu data untuk mengetahui apakah data tersebut benar-benar dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dapat dilakukan dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ , selain itu membandingkan nilai signifikansi dengan deviasi 0,05. Jika  $r_{hitung}$  positif,  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka variabel tersebut valid dan sebaliknya.

a. Variabel Kualitas Produk

Berikut tabel pengecekan validitas untuk variabel kualitas produk yang diolah dengan program SPSS 26:

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

Pernyataan	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
X1.1	0,669	0,196	Valid
X1.2	0,767	0,196	Valid
X1.3	0,674	0,196	Valid
X1.4	0,803	0,196	Valid
X1.5	0,792	0,196	Valid
X1.6	0,775	0,196	Valid
X1.7	0,682	0,196	Valid

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS 26.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa  $R_{hitung} > R_{tabel}$  pada  $\alpha=5\%$  dan  $df (N-2)=98$  adalah 0,196. Dapat disimpulkan bahwa pernyataan dari seluruh item variabel kualitas produk dinyatakan valid.

b. Variabel Kualitas Pelayanan

Berikut ini merupakan tabel hasil uji validitas untuk variabel kualitas pelayanan yang diolah menggunakan program SPSS 26:

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Pernyataan	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
X2.1	0,421	0,196	Valid
X2.2	0,616	0,196	Valid
X2.3	0,485	0,196	Valid
X2.4	0,669	0,196	Valid
X2.5	0,651	0,196	Valid
X2.6	0,564	0,196	Valid
X2.7	0,623	0,196	Valid
X2.8	0,777	0,196	Valid
X2.9	0,741	0,196	Valid
X2.10	0,821	0,196	Valid

Sumber: Data primer diolah menggunakan program SPSS 26.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa  $R_{hitung} > R_{tabel}$  pada  $\alpha=5\%$  dan  $df (N-2)=98$  adalah 0,196. Maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan di seluruh item variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid.

c. Variabel Harga

Berikut ini merupakan tabel hasil uji validitas untuk variabel kualitas pelayanan yang diolah menggunakan program SPSS 26.

Tabel 4.7  
Hasil Uji Validitas Harga

Pernyataan	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
X3.1	0,420	0,196	Valid
X3.2	0,479	0,196	Valid
X3.3	0,531	0,196	Valid
X3.4	0,663	0,196	Valid
X3.5	0,592	0,196	Valid
X3.6	0,474	0,196	Valid

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS 26.

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa  $R_{hitung} > R_{tabel}$  pada  $\alpha=5\%$  dan  $df(N-2)=98$  adalah 0,196. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan pada semua item variabel harga dinyatakan valid.

d. Variabel Kepuasan Konsumen

Berikut adalah tabel hasil uji validitas variabel kepuasan konsumen yang diolah menggunakan program SPSS 26.

Tabel 4.8

## Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen

Pernyataan	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Keterangan
Y.1	0,540	0,196	Valid
Y.2	0,526	0,196	Valid
Y.3	0,452	0,196	Valid
Y.4	0,685	0,196	Valid
Y.5	0,637	0,196	Valid
Y.6	0,604	0,196	Valid
Y.7	0,574	0,196	Valid
Y.8	0,777	0,196	Valid
Y.9	0,602	0,196	Valid
Y.10	0,746	0,196	Valid
Y.11	0,773	0,196	Valid
Y.12	0,678	0,196	Valid
Y.13	0,642	0,196	Valid
Y.14	0,668	0,196	Valid

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS 26.

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa  $R_{hitung} > R_{tabel}$  pada  $\alpha=5\%$  dan  $df (N-2)=98$  adalah 0,196. Maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan di seluruh item variabel kepuasan konsumen dinyatakan valid.

## 2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui konsistensi jawaban dari responden. Uji reabilitas dapat dilakukan dengan mengajukan pernyataan yang serupa di nomor-nomor berikutnya. Bisa juga mengukurnya dengan korelasi dengan pernyataan lain.

Berikut ini merupakan tabel hasil uji reabilitas yang diolah menggunakan program SPSS 26:

Tabel 4.9

### Hasil Uji Reabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Standar Reliabel	Keterangan
Kualitas Produk	0,921	0,6	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,925	0,6	Reliabel
Harga	0,921	0,6	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,944	0,6	Reliabel

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS 26.

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua variabel

reliabel. Artinya, tanggapan semua responden konsisten pada setiap pertanyaan yang mengukur setiap variabel.

### 3. Uji Asumsi Klasik

Saat melakukan analisis regresi, harus bebas dari asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

#### a. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal. Dalam melakukan digunakan *one sample Kolmogrov-Smirnov test*. Oleh karena itu ditetapkan bahwa jika nilai sig > 0,05, data tersebut dapat dianggap berdistribusi normal dan sebaliknya (Sekaran & Bougie, 2017). Berikut adalah tabel hasil uji standardisasi yang diolah dengan program SPSS 26.

Tabel 4.10  
Hasil Uji Normalitas

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Unstandardized Residual	.106	100	.008	.986	100	.363

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS 26.

Dari tabel di atas diketahui bahwa nilai sig *Kolmogorov-Smirnov* adalah 0,08. Hal ini menunjukkan nilai sig > 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi dapat digunakan karena data berdistribusi normal dan memenuhi syarat asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan menyajikan korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang sempurna harus memiliki kondisi tidak terjadi multikolinearitas. Syaratnya adalah jika nilai *variance inflation factor* (VIF) < 10.00 dapat disimpulkan bahwa model penelitian yang digunakan tidak menghasilkan multikolinearitas.

Berikut ini merupakan tabel hasil uji multikolonieritas yang diolah menggunakan program SPSS 26:

Tabel 4.11  
Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	-.819	3.267		-.251	.803		
Kualitas Produk	.420	.173	.179	2.431	.017	.365	2.741
Kualitas Pelayanan	.675	.112	.488	6.031	.000	.303	3.305
Harga	.738	.172	.309	4.287	.000	.381	2.622

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS 26.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pada variabel kualitas produk nilai VIF sebesar 2,741, pada variabel kualitas pelayanan nilai VIF sebesar 3,305, dan pada variabel harga nilai VIF sebesar 2,622. Hal ini menunjukkan bahwa dari ketiga variabel memiliki nilai VIF < 10,00. Maka, dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan tidak terjadi multikolonieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dapat diketahui apabila variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai abs\_res (residu mutlak) atau sig > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan tidak terjadi heteroskedastisitas. Tabel berikut menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas yang diolah dengan menggunakan program SPSS 26:

Tabel 4.12

Hasil Uji Heteroskedastisitas

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.896	2.187		2.239	.027
Kualitas produk	-.026	.116	-.038	-.227	.821
Kualitas Pelayanan	.048	.075	.117	.638	.525
Harga	-.137	.115	-.194	-1.185	.239

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS 26.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikan (sig) variabel kualitas produk sebesar 0,821, variabel kualitas pelayanan sebesar

0,525 dan variabel harga sebesar 0,239. Hal ini menunjukkan bahwa nilai sig ketiga variabel tersebut  $> 0,05$ . Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut tidak menghasilkan heteroskedastisitas.

#### 4. Uji Kelayakan Model

##### a. Uji F

Uji f digunakan untuk mencari tahu apakah ada pengaruh variabel bebas digunakan secara bersamaan dengan variabel terikat. Ketentuannya, jika  $F_{hitung} > F_{tabel} (k-1, n-k)$ , maka  $H_0$  ditolak dan jika  $F_{hitung} < F_{tabel} (k-1, n-k)$ , maka  $H_0$  diterima. Berikut ini merupakan tabel uji F yang diolah menggunakan SPSS 26:

Tabel 4.13

Hasil Uji F

Variabel	$F_{hitung}$	$F_{tabel}$	Sig
Kualitas Produk	136,454	8,570	0,000
Kualitas Pelayanan			
Harga			

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS 26.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai  $F_{hitung}$  sebesar 136.454 dan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 8.570 dengan nilai probabilitas sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas

pelayanan dan harga memiliki pengaruh yang bersamaan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

b. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa baik model yang digunakan dapat menjelaskan atau menggambarkan variabel dependen. Nilai ( $R^2$ ) bervariasi dari 0 sampai 1, jika nilai ( $R^2$ ) mendekati satu berarti variabel bebas memberikan banyak informasi untuk mempengaruhi atau memprediksi variabel terikat.

Tabel 4.14

Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.900 <sup>a</sup>	.810	.804	3.63801

a. Predictors: (Constant), Harga (X3), Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2)

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS 26.

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa nilai adjusted R-squared sebesar 0,804 atau 80,4%. Dengan kata lain variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga menjelaskan variabel kepuasan konsumen sebesar 80,4%. Sisanya 19,6% disebabkan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model.

5. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan ilmu yang digunakan untuk menentukan ketergantungan antara variabel terikat dan variabel bebas. Analisis

ini digunakan untuk menguji lebih dari satu variabel bebas daripada satu variabel terikat. Analisis regresi berganda dirumuskan dengan:  $Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$ .

Berikut ini merupakan tabel hasil regresi linier berganda yang di olah menggunakan SPSS 26.

Tabel 4.15

Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.819	3.267		-.251	.803
Kualitas Produk (X1)	.420	.173	.179	2.431	.017
Kualitas Pelayanan (X2)	.675	.112	.488	6.031	.000
Harga (X3)	.738	.172	.309	4.287	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Data primer diolah menggunakan program SPSS 26

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa  $Y = -0,819 + 0,420X_1 + 0,675X_2 + 0,738X_3 + e$ , artinya:

- a. Besarnya nilai koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,420 dengan parameter positif. Dengan kata lain jika terjadi peningkatan kualitas produk maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,420.
- b. Besarnya koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,675 dengan parameter positif. Dengan kata lain, jika terjadi peningkatan kualitas pelayanan maka dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan sebesar 0,675.

- c. Koefisien regresi variabel harga adalah 0,738 dengan parameter positif. Artinya, jika variabel harga naik maka akan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen sebesar 0,738.
- d. Dapat disimpulkan dari ketiga variabel di atas, variabel yang paling memiliki keunggulan adalah variabel kualitas pelayanan. Pada tabel *Standardized Coefficients* menunjukkan pengaruh sebesar 0,488.

6. Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi koefisien regresi, jika signifikan menunjukkan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Aturannya adalah jika nilai signifikansi ( $\text{sig} < 0,05$ ), maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, yaitu variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat dan sebaliknya.

Berikut ini merupakan tabel hasil uji t yang diolah menggunakan program SPSS 26:

Tabel 4.16

Hasil Uji T

Variabel	T <sub>hitung</sub>	T <sub>tabel</sub>	Sig
Kualitas Produk	2,431	1,984	0,017
Kualitas Pelayanan	6,031	1,984	0,000
Harga	4,287	1,984	0,000

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS 26.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,431 dengan nilai sig sebesar 0,17, variabel kualitas pelayanan memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,031 dengan nilai sig sebesar 0,000 dan harga memiliki nilai sig nilai 0,000, dan harga memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,287 dengan nilai sig sebesar 0,000. Dari variabel kualitas produk di atas memiliki  $T_{hitung} > T_{tabel}$  maka dapat dipahami bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan variabel kualitas pelayanan dan harga memiliki  $T_{hitung} > T_{tabel}$  dan  $sig < 0,05$  maka dapat dipahami bahwa variabel kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

#### **4.3 Pembahasan Hasil Penelitian (Pembuktian Hipotesis)**

##### **1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil uji-t variabel kualitas produk dapat diketahui nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,431 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,984, sehingga  $T_{hitung} > T_{tabel}$  yang berarti variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas produk merupakan salah satu kunci sukses nya suatu usaha kuliner dimana produk yang berkualitas akan menghadirkan kepuasan konsumen. Dengan adanya produk yang berkualitas maka konsumen nantinya konsumen akan datang kembali untuk membeli.

Hal utama yang membuat konsumen merasa puas adalah karena rasa yang dihadirkan sudah sesuai dan porsi makanan yang disajikan sesuai dengan yang di inginkan dan di harapkan oleh konsumen. Hal ini sesuai dengan proses produksi yaitu berasal dari bahan-bahan yang segar dan dari ikan laut yang

masih *fresh* dan dengan standar higienis untuk pengolahan makanan. Namun, terkadang kualitas produk yang di hasilkan tidak sesuai dengan standar rasa dikarenakan kurangnya pengawasan pada saat proses produksi.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, perlu di pertahankan dalam proses produksi supaya tetap menghasilkan produk yang berkualitas dan perlu dilakukan evaluasi untuk dilakukan pengawasan pada saat proses produksi supaya standar kualitas produk bisa terjaga dan nantinya memberikan kepuasan untuk konsumen.

Hasil dalam penelitian ini sama dengan penelitian Wijaya (2017) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## 2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji t variabel kualitas pelayanan, dapat diketahui bahwa  $t_{hitung}$  sebesar 6,031 dan nilai signifikansi sebesar 0,000,  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sehingga dapat dipahami bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Dengan memberikan pelayanan yang baik maka akan membuat konsumen merasa di perhatikan. Faktor kepuasan ini dipengaruhi oleh cepatnya dalam penyajian makanan, daya tanggap pelayan terhadap kebutuhan konsumen, dan nyaman serta bersihnya restoran.

Contoh pelayanan yang baik adalah ramahnya pelayan saat konsumen datang dan memesan menu serta daya tanggap pelayan terhadap kebutuhan konsumen dan cepatnya penyajian makanan. Oleh karena itu, pelayanan yang baik akan membuat konsumen nyaman dan merasa di perhatikan sehingga di kemudian hari akan datang kembali.

Sehingga disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, perlu dipertahankan dan terus dilakukan pelatihan dan evaluasi bagi setiap karyawan agar dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada setiap pelanggan yang masuk.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Wijaya (2017) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### 3. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan uji t variabel harga dapat diketahui bahwa  $t_{hitung}$  sebesar 4,287 dan signifikansi sebesar 0,000,  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yang berarti bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hal ini mengindikasikan bahwa harga merupakan faktor penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Dimana harga menentukan layak atau tidaknya saat seorang konsumen mengeluarkan uang apakah sebanding dengan manfaat yang di terima.

Dengan harga yang di bayar oleh konsumen maka konsumen berhak mendapatkan manfaat produk yang di terimanya. Hal ini yang akan membuat konsumen merasa puas.

Contoh faktor harga yang bisa memberikan kepuasan adalah pada saat membeli dan mengeluarkan uang konsumen mendapatkan porsi yang sesuai dengan harga yang dibayar dan mendapatkan rasa yang sesuai.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, perlu di pertahankan masalah harga karena semakin terjangkau harga dan sesuai dengan harapan konsumen, maka kepuasan konsumen akan semakin tinggi.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Wijaya (2017) yang menyatakan harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Boss Pempek Randusari pada masyarakat Boyolali, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Boss Pempek Randusari. Oleh karena itu, perlu di pertahankan dan terus dilakukan evaluasi dan penetapan standar kualitas produk supaya kedepannya dapat mempertahankan kepuasan konsumen.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Boss Pempek Randusari. Artinya jika kualitas pelayanan pada Boss Pempek Boyolali ditingkatkan maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.
3. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Boss Pempek Randusari. Oleh karena itu, jika harga lebih terjangkau dan sesuai dengan harapan konsumen maka kepuasan konsumen akan meningkat.
4. Kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga memiliki pengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Boss pempek Randusari.
5. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang paling dominan.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

1. Kurangnya pengawasan dilakukan ketika responden mengisi kuesioner. Memang peneliti tidak bisa melakukan surveilans langsung dengan responden. Sehingga adanya kemungkinan responden kurang cermat ataupun kurang paham dan tidak jujur pada saat menjawab kuesioner.
2. Terbatasnya interaksi antara peneliti dengan responden akibat adanya pandemi sehingga perolehan data tidak maksimal jika dibandingkan dengan bertemu secara langsung.

## **5.3 Saran**

1. Bagi pihak Boss Pempek Randusari diharapkan kedepannya supaya bisa lebih baik lagi untuk bisa meningkat kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga agar bisa memberikan kepuasan yang maksimal kepada para konsumen.
2. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat memperluas cakupan dengan menambah variabel baru ataupun dengan objek penelitian yang berbeda.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggita, R., & Ali, H. (2017). *Scholars Bulletin The Influence of Product Quality , Service Quality and Price to Purchase Decision of SGM Bunda Milk ( Study on PT . Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta , South Tangerang District )*. 261–272. <https://doi.org/10.21276/sb>
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Raneka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Raneka Cipta.
- Asti, E. G., & Ayuningtyas, E. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (*Effect of Service Quality, Product Quality and Price on Consumer Satisfaction*). *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 01(01), 1–14.
- Aulia, M., & Hidayat, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies. 6.
- Bansaleng, J. M., Sepang, J. L., Tampenawas, J. L. A., Produk, P. K., Pelayanan, K., & Produk, D. A. N. H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Kartu XL Di Manado. *Jurnal EMBA Vol ... No ... Juni 2021 , Hal . 331 - 340*. 331–340.
- BPS. (2021). *Pengeluaran Untuk Konsumsi Penduduk Indonesia*. BPS RI.
- Chaerudin, S. M., & Syafarudin, A. (2021). *Ilomata International Journal of Tax & Accounting ( IJTC )* Chaerudin, S. M., & Syafarudin, A. (2021). *Ilomata International Journal of Tax & Accounting ( IJTC )*. 2(1), 61–70. 2(1), 61–70.

- Fauzia, S., Relawati, R., & Ningsih, G. M. (2020). Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Rumah Makan Langensari. *Journal of Agricultural Socioeconomics Business*, 65144, 22–31.
- Fiani, M., Edwin, S., Pemasaran, J. M., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2012). Analisis Pengaruh *Food Quality* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Genep's di Kota Solo. *1*(1), 1–6.
- Ghozali, I. (2011). Analisis *Multivariate* Program IBM SPSS 19. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gofur, A. (2019). Kepuasan Pelanggan. *4*(1), 37–44.
- Han, E. S., & goleman, daniel; boyatzis, Richard; Mckee, A. (2019). Pengaruh Perencanaan Anggaran dan Evaluasi Anggaran Terhadap Kinerja Organisasi Dengan Standar Biaya Sebagai Variabel Moderating Pada Pemerintah Daerah Kabupaten Wajo. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Hasnidar, H., & Elihami, E. (2019). Mahaguru : 42–47.
- Ibrahim, M. (2019). Kepuasan Pelanggan. *4*(1), 175–182.
- Isniah, S., Septiadi, R., Susmita, A., Program, P., & Buana, U. M. (2020). *The influences of product quality , price and service quality to increase consumer satisfaction of Dorayaki product at CV Abe Seika*. *12*(2), 263–272.
- Jatengprov.go.id. (2021). Ekonomi Jateng Tumbuh Positif Pada Angka 5,66 Persen. *Jatengprov.Go.Id*.
- Kotler, P., & Keller. (2012). Marketing Management (14th Edition). PT. Indeks

Kelompok Gramedia.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th Edition)*. Pearson Education Limited.

Krisdayanto, I., Haryono, A. T., & PT, E. G. (2018). Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di i cafe lina putra net bandungan. *Journal of Management*.

Laksana, F. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Graha Ilmu.

Lubis, A. S., & Andayani, N. R. (2017). Pengaruh Kualitas pelayanan (*Service Quality*) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo. *1(2)*.

Manguyoga, I. P. D., & Ganawati, N. (2019). *The Influence of Product Quality and Price on Customer Satisfaction in UD Yuli Yadnya Wood Company in Kerobokan , Badung. 1, 55–59.*

Mansori, S. (2018). *The Effects of Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty : Evidence from Malaysian Engineering Industry The Effects of Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty : Evidence from Malaysian Engineering Industry. Internasional Journal of Industrial Marketing, 3, 30–42.*  
<https://doi.org/10.5296/ijim.v3i1.13959>

Margaretha Fiani S. dan Edwin Japarianto, S.E., M. M. (2012). Analisa Pengaruh *Food Quality* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep’S Di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran, 1(1), 1–6.*

Muhidin, Ali, S., & Abdurahman, M. (2017). Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian Dilengkapi dengan Aplikasi Program SPSS. CV Pustaka Setia.

- Mulyapradana, A., & Rizqi, A. (2017). Upaya Peningkatan Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Pada Kantor Kecamatan Pekalongan Timur. *I(2)*.
- Pamungkas, A. (2019). Pengaruh kualitas produk kualitas pelayanan dan hargaterhadap kepuasan konsumen di warung miayam abah.
- Pendi. (2021). Analisis regresi dengan metode komponen utama dalam mengatasi masalah multikolinearitas. *10(1)*, 131–138.
- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan , dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada Sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel *Intervening*. *6*, 1–12.
- Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel, dan Paradigma Penelitian. *14(1)*, 62–70.
- Rivandi, A., Bu, E., & Silalahi, N. (2019). Penerapan Metode Regresi Linier Berganda Dalam Estimasi Biaya Pencetakan Spanduk ( Studi Kasus : PT . Hansindo Setiapatama ). *Jurnal Pelita Informatika*, *7*, 263–268.
- Rompas, G. P. (2013). *Likuiditas Solvabilitas dan Rentabilitas* Terhadap Nilai Perusahaan BUMN Yang Terdaftar diBursa Efek Indonesia. *Jurnal EMBA*, *1(3)*, 252–262.
- Santoso, I. (2016). Peran Kualitas Produk dan Layanan, Harga dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 94–109.
- Santoso, J. B. (2019). Studi Pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun. *16(01)*,

127–146.

Saputra, I., Lewangka, O., & Munir, A. R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Pembelian Ulang. *2*, 79–92.

Saputra, I., Lewangka, O., & Munir, A. R. (2020b). *The Influence of Product Quality and Promotion on Repurchase Pertamina through Consumer Satisfaction in Makassar City*. *2*(2), 79–92.

Siregar, S. (2016). Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17. PT. Raja Grafindo Persada.

Situmorang, S. H., & Lutfi, M. (2014). Analisis Data Untuk Riset Manajemen Dan Bisnis (Edisi 3). USU Press.

Sudirman, A., Wulandari, I., Kepercayaan, T. I., Kualitas, T. E., Web, K., Loyalitas, D. A. N., Muda, P., Lie, D., Sudirman, A., & Butarbutar, M. (2020). *Analysis of Mediation Effect Of Consumer Satisfaction On The Effect Of Service Quality , Price and Consumer Trust ... Analysis of Mediation Effect Of Consumer Satisfaction On The Effect Of Service Quality , Price and Consumer Trust On Consumer Loyalty*.

Sugianto, J., & Sugiharto, S. (2013). Analisa Pengaruh *Service Quality*, *Food Quality* dan *Price* Terhadap Kepuasan Konsumen Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya. *1*(2), 1–10.

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Ke-22).

Syafarudin, A. (2021). *Ilomata International Journal of Tax & Accounting (IJTC)*. *2*(1), 71–83.

- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa*. Andi.
- Tjiptono, F. (2016). *Brand Management & Strategy*. Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2005). *Service, Quality & Satisfaction*. Andi.
- Tjiptono, & Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran* (Edisi Ketu). Andi Offset.
- Wahyuningsih, N., Ernawati, S.(2021). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada rocket chicken kota bima *12*. 2(5), 175–185.
- Wakhyuni, E., & Andika, R. (2019). Analisis Kemampuan, Komunikasi dan Konflik Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT. Mitha Sarana Niaga. *Jurnal Manajemen Tools*, 11(1), 271–278.
- Widodo, S. (2021). *The effect of product quality , service quality and prices on consumer satisfaction of molivia cafe ( case study on consumers of molivia cafe , jalan h . m . Joni , teladan timur , medan city )*. 12(1), 427–441.
- Wijaya, C. V. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy. 5(1).
- Windarti, T., & Ibrahim,M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu. *Jurnal FISIP*, 4, 1–10.
- Yusuf, M., Halim, A., & Kusuma, P. (2019). Abstrak. *10*, 17–26.
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Realibilitas. 7(1), 17–23.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

#### **PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BOSS PEMPEK BOYOLALI.**

##### **A. Identitas Responden**

1. Nama :.....
2. Jenis Kelamin
  - A. Laki-Laki
  - B. Perempuan
3. Usia
  - A. 15 – 18 Tahun
  - B. 19 – 22 Tahun
  - C. 23 – 30 Tahun
  - D. Lebih dari 30 Tahun
4. Pendidikan
  - A. SMP
  - B. SMA
  - C. S1
5. Pekerjaan
  - A. Pelajar
  - B. Mahasiswa
  - C. Bekerja
6. Penghasilan Perbulan

- A. Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
  - B. Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000
  - C. Lebih dari Rp 3.000.000
7. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i pernah melakukan pembelian di Boss Pempek Boyolali?
- A. Ya
  - B. Tidak
8. Berapa kali Bapak/Ibu/Saudara/i pernah melakukan pembelian?
- A. 1 Kali
  - B. 2 Kali
  - C. Lebih dari 2 Kali

**B. Petunjuk Pengisian**

1. Bacalah dengan cermat pernyataan dibawah dengan teliti
2. Pilihlah salah satu jawaban dari setiap pernyataan yang dirasa sesuai dengan keadaan atau perasaan diri Anda, dengan cara memberi tanda *check list* (√) pada kolom jawaban yang tersedia.
3. Terdapat 5 alternatif pengisian jawaban, yaitu:
  - 1. Sangat Tidak Setuju : STS
  - 2. Tidak Setuju : TS
  - 3. Netral : N
  - 4. Setuju : S
  - 5. Sangat Setuju : SS

## 1. Kualitas Produk

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Makanan yang dihidangkan oleh Boss Pempek rasanya lebih enak dibandingkan dengan tempat lain yang menyediakan makanan sejenis					
2.	Menu produk makanan yang disajikan oleh Boss Pempek menarik untuk dicoba.					
3.	Porsi makanan yang disajikan oleh Boss Pempek sesuai dengan keinginan/kebutuhan konsumen.					

4	Tampilan makanan yang disajikan Boss Pempek menarik.					
5.	Boss Pempek menyajikan variasi menu yang beragam					
6.	Makanan yang disajikan oleh Boss Pempek sesuai dengan menu yang ditawarkan.					
7.	Makanan dan minuman yang disajikan Boss Pempek tersertifikasi halal untuk dikonsumsi					

## 2. Kualitas Pelayanan

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Boss Pempek memiliki tempat yang bersih.					
2.	Ruangan Boss Pempek tertata rapi.					
3.	Kondisi tempat Boss Pempek memberikan kenyamanan.					
4.	Fasilitas pelengkap (meja, kursi, wastafel, dll) yang disediakan Boss Pempek dalam keadaan baik.					
5.	Pemesanan makanan dan minuman di Boss Pempek dilayani dengan cepat.					
6.	Pelayan Boss Pempek memiliki pengetahuan mengenai menu yang dipesan.					
7.	Karyawan Boss Pempek selalu tanggap terhadap keluhan yang diajukan konsumen.					
8.	Karyawan Boss Pempek memberikan pelayanan dengan sopan.					

9.	Karyawan Boss Pempek ramah saat memberikan pelayanan kepada konsumen.					
10.	Karyawan Boss Pempek memberikan pelayanan yang sama tanpa membeda-bedakan konsumen.					

### 3. Harga

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Harga makanan dan minuman yang ditetapkan Boss Pempek terjangkau untuk konsumen.					
2.	Harga yang ditetapkan Boss Pempek tergolong wajar.					
3.	Harga makanan dan minuman Boss Pempek sesuai dengan rasa makanan dan minuman.					
4.	Porsi makanan dan minuman dari Boss Pempek sebanding dengan harga yang ditawarkan.					

5.	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk makanan dan minuman.					
6.	Harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang didapat.					
7.	Harga yang ditetapkan Boss Pempek lebih terjangkau dibandingkan dengan tempat kuliner lain yang sejenis.					

#### 4. Kepuasan Konsumen

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa puas setelah menikmati makanan dan minuman di Boss Pempek.					
2.	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan Boss Pempek.					
3.	Saya merasa puas dengan harga yang ditetapkan Boss Pempek.					
4.	Saya merasa puas dengan tempat yang disediakan Boss Pempek.					

5.	Saya merasa nyaman saat berkunjung ke Boss Pempek karena tempatnya sejuk.					
6.	Makanan dan minuman yang disediakan Boss Pempek merupakan makanan yang enak.					
7.	Makanan dan minuman yang disediakan Boss pempek sesuai dengan selera saya.					
8.	Karyawan memberikan pelayanan terbaik.					
9.	Fasilitas penunjang yang diberikan sangat memadai					
10.	Saya berminat untuk berkunjung kembali ke Boss Pempek karena produk yang disajikan memuaskan.					
11.	Saya berminat untuk berkunjung kembali ke Boss Pempek karena pelayanannya memuaskan.					
12.	Saya berminat untuk berkunjung kembali ke Boss Pempek karena harga yang ditetapkan lebih terjangkau dibandingkan tempat kuliner lain yang sejenis.					

13.	Saya merekomendasikan Boss Pempek sebagai salah satu tempat tujuan kuliner kepada teman saya karena produk yang disajikan memuaskan.					
14.	Saya merekomendasikan Boss Pempek kepada teman saya karena pelayanannya memuaskan.					
15.	Saya merekomendasikan Boss Pempek kepada teman saya karena harga yang ditetapkan lebih terjangkau dibanding tempat kuliner lain yang sejenis.					

Komentar dan Saran:

.....

.....

.....

.....

TERIMA KASIH

**Lampiran 2:****DATA KUESIONER**

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan
1	Febrianti Mustikasari	Perempuan	17-25 Tahun	SMA	Pelajar
2	Iqoh ummi Hamas	Perempuan	26-35 Tahun	SMA	Bekerja
3	Rama Putra Sanjaya	Laki-Laki	17-25 Tahun	SMA	Bekerja
4	Hernawan	Laki-Laki	26-35 Tahun	S1	Mahasiswa
5	Ratna	Perempuan	36-50 Tahun	S1	Bekerja
6	Rini	Perempuan	36-50 Tahun	S1	Bekerja
7	Vera	Perempuan	36-50 Tahun	S1	Bekerja
8	Canina	Perempuan	36-50 Tahun	S1	Bekerja
9	Deviet	Perempuan	36-50 Tahun	S1	Bekerja
10	Ummu yumna	Perempuan	26-35 Tahun	S1	Bekerja
11	Syibria Fatin Haizuma	Perempuan	17-25 Tahun	SMA	Pelajar

12	Dwi setyawan	Laki-Laki	36-50 Tahun	S1	Bekerja
13	Dewa	Laki-Laki	26-35 Tahun	SMP	Bekerja
14	Alvin	Laki-Laki	17-25 Tahun	S1	Mahasiswa
15	S.Rahayu	Perempuan	36-50 Tahun	S1	Bekerja
16	Irnius Sunarwan	Laki-Laki	26-35 Tahun	SMA	Bekerja
17	Hanik	Perempuan	17-25 Tahun	SMA	Bekerja
18	Wahyu Triyana Dewi	Perempuan	17-25 Tahun	SMA	Mahasiswa
19	Guruh Suko Prasetyo	Laki-Laki	17-25 Tahun	SMA	Mahasiswa
20	Pratama Aji Pangestu	Laki-Laki	17-25 Tahun	S1	Mahasiswa
21	Dwi	Perempuan	17-25 Tahun	S1	Bekerja
22	Fanum	Perempuan	26-35 Tahun	S1	Bekerja
23	Any sulistyowati	Perempuan	26-35 Tahun	SMP	Bekerja
24	Any sulistyowati	Perempuan	26-35 Tahun	SMP	Bekerja

25	Shilma	Perempuan	17-25 Tahun	S1	Mahasiswa
26	Sri sejati	Perempuan	36-50 Tahun	SMA	Bekerja
27	Fahmi Nur	Laki-Laki	17-25 Tahun	S1	Mahasiswa
28	Anna	Perempuan	17-25 Tahun	S1	Bekerja
29	Anni	Perempuan	17-25 Tahun	SMP	Pelajar
30	Sri Suwarni	Perempuan	36-50 Tahun	S1	Bekerja
31	M Aris Widodo	Laki-Laki	36-50 Tahun	S1	Bekerja
32	Ari	Perempuan	17-25 Tahun	S1	Bekerja
33	Devita	Perempuan	17-25 Tahun	S1	Bekerja
34	Wibi Putra P	Laki-Laki	26-35 Tahun	SMA	Bekerja
35	Rizta	Perempuan	17-25 Tahun	S1	Bekerja
36	Setiawan	Laki-Laki	26-35 Tahun	SMA	Bekerja
37	Erlina Dwi Kartika Putri K	Perempuan	17-25 Tahun	SMP	Pelajar

38	Boss	Laki-Laki	17-25 Tahun	S1	Bekerja
39	Andreas Nur Prasetyo	Laki-Laki	17-25 Tahun	SMA	Bekerja
40	AL	Laki-Laki	17-25 Tahun	S1	Mahasiswa
41	Ninuk Rahmini	Perempuan	36-50 Tahun	S1	Bekerja
42	Anang	Laki-Laki	26-35 Tahun	S1	Bekerja
43	Heri Setyawan	Laki-Laki	26-35 Tahun	S1	Bekerja
44	Femma	Perempuan	17-25 Tahun	S1	Bekerja
45	Rio	Laki-Laki	26-35 Tahun	S1	Bekerja
46	Icha	Perempuan	17-25 Tahun	S1	Mahasiswa
47	Hendri widyatmoko	Laki-Laki	26-35 Tahun	SMA	Bekerja
48	Ayu	Perempuan	17-25 Tahun	S1	Bekerja
49	Mustafa Fadhillah Aji	Laki-Laki	17-25 Tahun	S1	Bekerja
50	Bu arga	Perempuan	36-50 Tahun	S1	Bekerja

51	Suwarno	Laki-Laki	36-50 Tahun	SMA	Bekerja
52	Nova Eko Aryanto	Laki-Laki	26-35 Tahun	SMA	Bekerja
53	Isnaini Qomariah	Perempuan	17-25 Tahun	SMA	Pelajar
54	Siti Ngaisah	Perempuan	36-50 Tahun	S1	Bekerja
55	Idi sudarto	Laki-Laki	26-35 Tahun	S1	Bekerja
56	Puji	Perempuan	26-35 Tahun	SMA	Bekerja
57	Diah artiana	Perempuan	17-25 Tahun	S1	Bekerja
58	Azalia Nur Febriana	Perempuan	17-25 Tahun	SMA	Pelajar
59	Okky Vinelya	Perempuan	17-25 Tahun	SMA	Pelajar
60	Asih Miyatun	Perempuan	36-50 Tahun	S1	Bekerja
61	Fatkul hidayati	Perempuan	17-25 Tahun	SMA	Bekerja
62	Novi	Perempuan	17-25 Tahun	S1	Mahasiswa

63	Reva	Perempuan	17-25 Tahun	S1	Bekerja
64	Anis Dwi utami	Perempuan	17-25 Tahun	SMA	Bekerja
65	Siti qoiriyah	Perempuan	36-50 Tahun	SMP	Bekerja
66	Sangat Setuju	Perempuan	36-50 Tahun	S1	Bekerja
67	Rachma	Perempuan	26-35 Tahun	S1	Bekerja
68	Mutia	Perempuan	26-35 Tahun	S1	Bekerja
69	Fyanti	Perempuan	36-50 Tahun	S1	Bekerja
70	Isma	Perempuan	17-25 Tahun	SMA	Pelajar
71	Diah	Perempuan	17-25 Tahun	SMA	Pelajar
72	Dewi Yunitasari	Perempuan	17-25 Tahun	SMA	Pelajar
73	alfina sapna	Perempuan	17-25 Tahun	SMA	Pelajar
74	Nurul Nuraini	Perempuan	17-25 Tahun	SMA	Pelajar
75	Bu tini	Perempuan	36-50 Tahun	SMA	Bekerja

76	Ummu Habibah	Perempuan	26-35 Tahun	S1	Bekerja
77	Cindy Dwi Arista	Perempuan	17-25 Tahun	SMA	Mahasiswa
78	Puji Rahayu	Perempuan	17-25 Tahun	SMA	Mahasiswa
79	Risma Nurjanah	Perempuan	17-25 Tahun	S1	Mahasiswa
80	Betty Wulandari	Perempuan	17-25 Tahun	S1	Mahasiswa
81	Fipit	Perempuan	17-25 Tahun	SMA	Mahasiswa
82	Anis Amelia	Perempuan	17-25 Tahun	S1	Mahasiswa
83	Erlina	Perempuan	17-25 Tahun	S1	Mahasiswa
84	Anggrita Desy	Perempuan	17-25 Tahun	S1	Mahasiswa
85	Ningrum Setyareni	Perempuan	17-25 Tahun	S1	Mahasiswa
86	Fiki wijayanti	Perempuan	17-25 Tahun	SMA	Mahasiswa
87	Dyas Retno Puspitasari	Perempuan	17-25 Tahun	S1	Mahasiswa
88	Listya Wibawanti	Perempuan	17-25 Tahun	S1	Mahasiswa

89	Likha	Perempuan	17-25 Tahun	S1	Mahasiswa
90	Hanifah	Perempuan	17-25 Tahun	S1	Mahasiswa
91	Toufiq vidianto	Laki-Laki	26-35 Tahun	SMA	Bekerja
92	Rifqi Naufal	Laki-Laki	17-25 Tahun	S1	Mahasiswa
93	Mustofa Algho laghyin	Laki-Laki	17-25 Tahun	S1	Mahasiswa
94	nur rahma	Perempuan	17-25 Tahun	SMA	Mahasiswa
95	Yasmine Virgoreza	Perempuan	17-25 Tahun	S1	Mahasiswa
96	Diyah Nurulita	Perempuan	17-25 Tahun	S1	Mahasiswa
97	Rizky Ainun	Perempuan	17-25 Tahun	S1	Mahasiswa
98	Ina Dwi Risnawati	Perempuan	17-25 Tahun	S1	Mahasiswa
99	Tyo	Laki-Laki	17-25 Tahun	S1	Bekerja
100	Aulia safita putri	Perempuan	17-25 Tahun	SMA	Bekerja

### Lampiran 3

## REKAPAN DATA KUESIONER

### A. Variabel Kualitas Produk

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	Total_X1
1	5	5	5	5	5	5	5	35
2	3	4	4	4	4	4	5	28
3	5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	4	4	5	5	30
5	4	4	4	4	4	4	4	28
6	4	4	4	4	5	4	4	29
7	4	5	5	4	4	4	4	30
8	4	5	5	5	5	5	5	34
9	4	4	3	4	4	3	5	27
10	4	3	2	5	5	4	5	28
11	5	5	5	5	5	5	5	35
12	4	4	4	4	3	4	3	26
13	5	5	5	5	5	5	5	35
14	5	4	5	5	4	5	5	33
15	4	4	5	5	5	5	5	33
16	5	5	3	3	5	5	4	30
17	3	3	4	3	2	3	4	22
18	3	4	4	4	5	4	5	29
19	4	4	5	4	5	5	5	32
20	4	4	4	4	4	4	5	29
21	5	5	5	4	4	4	5	32
22	3	3	4	4	3	4	5	26
23	5	5	5	5	5	5	5	35
24	5	5	5	5	5	5	5	35
25	4	4	4	3	5	4	5	29
26	4	4	4	4	4	4	5	29
27	5	5	5	5	5	5	5	35
28	3	5	5	5	5	5	5	33
29	4	4	5	4	4	4	5	30
30	4	4	4	4	4	4	4	28
31	4	5	5	5	5	4	5	33
32	4	3	3	4	4	4	5	27
33	3	4	4	4	3	4	3	25
34	5	4	5	4	4	4	5	31
35	3	4	4	4	3	3	3	24
36	4	4	3	4	4	5	5	29
37	3	5	5	5	5	5	5	33
38	5	5	5	5	4	5	4	33
39	4	4	4	4	4	4	4	28

40	4	3	3	3	3	3	3	22
41	5	5	5	5	5	5	5	35
42	3	4	4	4	4	4	3	26
43	5	5	2	5	5	5	5	32
44	4	5	5	4	5	4	4	31
45	4	5	5	5	5	4	5	33
46	3	5	4	4	4	5	5	30
47	4	4	3	3	4	4	3	25
48	4	4	4	4	4	4	4	28
49	4	5	5	5	5	5	5	34
50	3	4	5	3	4	4	3	26
51	4	4	3	4	4	4	4	27
52	5	5	5	5	5	5	5	35
53	3	5	4	4	4	4	5	29
54	5	5	4	5	5	5	5	34
55	5	5	5	5	5	5	5	35
56	5	5	4	5	4	4	5	32
57	4	4	4	3	4	4	4	27
58	4	3	4	4	3	4	3	25
59	5	5	5	5	5	5	5	35
60	4	4	4	4	4	5	5	30
61	5	4	4	5	5	4	5	32
62	3	4	4	4	4	4	4	27
63	5	5	4	5	5	5	5	34
64	5	4	5	5	5	4	5	33
65	5	4	4	4	4	4	4	29
66	5	5	5	5	5	5	5	35
67	4	4	4	4	4	4	4	28
68	3	3	4	4	4	5	5	28
69	4	4	4	4	4	4	5	29
70	5	5	5	5	5	5	5	35
71	3	4	5	3	4	5	5	29
72	4	3	3	3	5	4	4	26
73	4	4	4	4	4	4	4	28
74	3	4	3	3	3	4	4	24
75	5	5	5	5	4	4	4	32
76	3	5	3	4	4	3	5	27
77	5	4	4	4	3	4	4	28
78	4	4	3	4	4	3	4	26
79	5	5	5	5	5	5	5	35
80	5	4	4	4	4	5	4	30
81	5	5	4	5	5	4	5	33
82	5	4	5	4	4	4	5	31
83	5	4	5	5	4	5	5	33
84	4	4	4	4	4	4	4	28
85	5	5	5	4	4	5	4	32
86	4	4	5	4	4	4	5	30
87	4	5	4	5	5	5	5	33

88	5	5	4	5	4	5	4	32
89	5	5	4	4	4	4	4	30
90	3	3	3	3	3	3	3	21
91	5	5	5	5	5	5	5	35
92	5	4	5	4	4	5	4	31
93	4	4	5	5	5	5	4	32
94	5	5	5	5	5	5	5	35
95	4	4	3	5	4	4	4	28
96	5	5	5	5	5	5	5	35
97	5	5	4	3	4	4	4	29
98	5	5	5	5	5	5	5	35
99	4	5	5	4	5	5	5	33
100	4	4	4	4	5	4	5	30

### B. Variabel Kualitas pelayanan

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Total_X2
1	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	48
2	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	44
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	48
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
6	4	3	3	3	4	4	4	4	5	5	39
7	3	3	3	3	4	3	5	3	4	3	34
8	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	45
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
10	4	3	3	4	3	3	4	5	4	5	38
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
12	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	36
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
14	5	4	5	4	5	4	3	5	4	5	44
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
16	3	4	2	4	5	3	5	5	4	4	39
17	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	34
18	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	45
19	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	44
20	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
21	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	45
22	3	3	3	4	4	3	2	4	4	4	34
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
25	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	37
26	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
28	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49

29	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	42
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
32	4	3	3	4	4	4	4	5	5	5	41
33	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	35
34	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
36	3	3	3	2	3	5	4	5	5	5	38
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
44	4	3	3	4	5	4	4	5	5	5	42
45	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	48
46	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
47	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	37
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
50	4	4	3	4	5	4	3	4	4	4	39
51	4	4	4	4	2	4	3	5	5	5	40
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
53	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	46
54	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	48
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
56	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	43
57	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	37
58	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
60	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
61	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	47
62	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	38
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
65	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
68	4	4	4	3	5	3	3	5	4	4	39
69	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
70	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
71	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	46
72	4	3	3	4	3	4	1	4	4	4	34
73	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	37
74	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
75	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
76	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	41

77	5	4	4	4	5	5	5	4	4	3	43
78	5	4	4	5	3	5	4	3	3	4	40
79	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
80	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	37
81	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	42
82	5	5	4	5	5	5	3	4	4	4	44
83	4	3	3	4	4	3	3	5	3	3	35
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
85	3	5	3	4	4	2	3	4	4	4	36
86	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	44
87	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
90	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	32
91	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
92	4	5	4	5	3	4	4	5	4	5	43
93	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
95	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
97	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	36
98	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
99	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
100	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	45

### C. Variabel Harga

No.	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Total X3
1	5	5	5	5	5	5	30
2	4	4	4	4	4	4	24
3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	4	4	4	4	24
6	5	5	4	5	5	4	28
7	5	5	5	5	5	5	30
8	5	5	4	4	4	5	27
9	4	4	4	4	4	4	24
10	4	4	5	5	5	5	28
11	5	5	5	5	5	5	30
12	4	4	4	4	4	4	24
13	5	5	5	5	5	5	30
14	5	4	4	5	5	4	27

15	4	4	4	4	4	4	24
16	4	4	4	3	3	3	21
17	3	3	4	4	4	3	21
18	5	5	5	5	5	5	30
19	4	4	4	5	4	4	25
20	4	4	4	4	4	4	30
21	5	5	5	5	5	5	30
22	5	4	4	4	4	4	24
23	5	5	5	5	5	5	24
24	5	5	5	5	5	5	30
25	4	4	4	4	4	4	24
26	4	4	4	4	4	4	24
27	5	5	5	5	5	5	30
28	4	4	4	5	4	4	25
29	4	3	5	4	4	4	24
30	4	4	4	4	4	4	24
31	5	5	5	5	5	5	30
32	4	4	4	4	4	4	24
33	4	4	4	3	4	3	22
34	4	4	4	4	4	4	24
35	4	3	3	3	3	3	19
36	4	4	4	4	4	4	24
37	5	5	5	5	5	5	30
38	5	5	4	5	5	5	29
39	4	4	4	4	4	4	24
40	3	3	3	3	4	3	19
41	5	5	5	5	5	5	30
42	4	4	4	4	4	4	24
43	5	5	5	2	5	3	25
44	5	5	4	4	4	4	26
45	5	5	5	5	5	5	30
46	4	5	5	3	4	3	24
47	3	3	4	2	4	3	19
48	4	4	4	4	4	4	24
49	5	5	5	5	5	5	30
50	3	4	4	4	4	4	23
51	4	4	4	4	4	4	24
52	5	5	5	5	5	5	30
53	4	4	3	4	4	4	23
54	3	4	4	4	4	4	23
55	3	3	3	3	3	3	18
56	4	4	3	3	3	3	20
57	4	4	3	3	3	3	20
58	4	4	4	4	4	4	24
59	5	5	5	5	5	5	30
60	4	4	4	4	4	4	24
61	4	5	5	5	5	5	29
62	4	4	4	4	4	4	24

63	5	5	5	5	5	5	30
64	5	5	5	5	5	4	29
65	4	4	4	4	4	4	24
66	5	5	5	5	5	5	30
67	4	4	4	3	4	3	22
68	4	4	4	5	4	3	24
69	4	4	4	4	4	4	24
70	5	5	5	5	5	5	30
71	5	4	4	4	5	3	25
72	4	4	4	5	4	4	25
73	4	4	4	4	4	4	24
74	3	3	3	3	3	3	18
75	5	5	5	5	5	5	30
76	4	5	4	4	4	4	25
77	5	4	5	4	4	4	26
78	5	3	5	3	4	4	24
79	5	5	5	5	5	5	30
80	4	3	3	4	4	3	21
81	5	5	4	4	4	4	26
82	5	5	5	5	4	5	29
83	4	4	3	5	4	4	24
84	4	5	3	3	3	4	22
85	5	4	3	5	4	5	26
86	5	5	5	4	4	4	27
87	5	4	4	4	5	5	27
88	5	5	5	5	5	5	30
89	4	4	4	4	4	4	24
90	3	3	3	3	4	4	20
91	5	5	5	5	5	5	30
92	5	4	5	4	5	4	27
93	5	5	5	5	5	5	30
94	5	5	5	5	5	5	30
95	5	5	4	5	4	4	27
96	5	5	5	5	5	5	30
97	3	4	4	4	4	4	23
98	5	5	5	5	5	5	20
99	4	4	5	4	4	5	26
100	5	4	5	4	4	4	26

### D. Variabel Kepuasan Konsumen

No.	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12	Y.13	Y.14	TOTAL Y
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	57
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
6	4	4	4	3	3	3	4	5	3	5	3	4	4	3	52
7	5	5	4	5	3	5	5	3	3	5	3	5	3	5	59
8	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	69
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
10	5	5	4	3	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	64
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
12	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	50
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
14	5	5	4	4	5	3	4	5	5	5	5	4	5	5	64
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	57
16	3	4	4	3	5	3	2	4	4	5	5	5	4	4	55
17	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	46
18	4	5	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	5	4	59
19	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
20	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
22	4	3	4	4	2	4	4	4	3	4	3	5	3	4	51
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
25	4	4	4	4	2	4	3	4	3	3	4	3	3	3	48
26	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	64
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
28	3	5	4	4	5	3	3	5	4	4	4	3	3	4	54
29	4	4	3	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	54
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
31	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	66
32	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	58
33	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	49
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	43
36	4	4	4	3	3	5	4	5	3	4	5	5	5	4	58
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	57
40	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	43
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
44	4	5	5	3	3	4	4	4	3	5	5	4	4	4	57
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70

46	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	55
47	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	47
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
50	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	48
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
53	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	59
54	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	65
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42
56	3	5	3	3	3	3	4	5	4	4	4	4	3	4	52
57	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	52
58	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	48
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
60	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	67
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
67	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	56
68	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	50
69	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
71	4	5	3	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	57
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
73	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57
74	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42
75	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	65
76	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	51
77	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	55
78	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	49
79	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	66
80	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	60
81	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	61
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	66
83	5	4	3	3	3	3	3	5	4	4	4	4	4	3	52
84	5	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	51
85	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	62
86	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	60
87	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	65
88	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	61
89	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	59
90	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	48
91	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
92	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	64
93	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
95	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	59

96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
97	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	55
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
99	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	62
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	58

## Lampiran 4:

### HASIL STATISTIK DESKRIPTIF RESPONDEN

#### Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	27	27.0	27.0	27.0
	Perempuan	73	73.0	73.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

#### Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-25 Tahun	60	60.0	60.0	60.0
	26-35 Tahun	21	21.0	21.0	81.0
	36-50 Tahun	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	13	13.0	13.0	13.0
	SMA	33	33.0	33.0	46.0
	S1	54	54.0	54.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar	12	12.0	12.0	12.0
	Mahasiswa	31	31.0	31.0	43.0
	Bekerja	57	57.0	57.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## Lampiran 5:

### HASIL UJI INSTRUMEN PENELITIAN

#### A. Variabel Kualitas Produk

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.850	7

##### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	26.5000	8.810	.573	.834
X1.2	26.3667	8.516	.720	.813
X1.3	26.3000	8.700	.530	.843
X1.4	26.3667	8.723	.658	.822
X1.5	26.2667	8.271	.635	.826
X1.6	26.2667	8.409	.800	.802
X1.7	25.9333	10.133	.384	.856

#### B. Variabel Kualitas Pelayanan

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.919	10

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	38.8000	23.131	.684	.911
X2.2	38.8667	21.982	.787	.905
X2.3	38.9000	22.024	.704	.911
X2.4	38.9333	22.202	.793	.904
X2.5	38.6667	23.540	.687	.911
X2.6	38.7667	22.875	.770	.906
X2.7	38.7667	24.116	.521	.921
X2.8	38.5333	23.913	.672	.912
X2.9	38.5333	24.464	.740	.910
X2.10	38.5333	24.257	.685	.912

### C. Variabel Harga

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.943	6

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	22.1000	6.576	.814	.934
X3.2	22.2000	6.372	.817	.934

X3.3	22.1333	7.016	.756	.941
X3.4	22.0667	6.616	.796	.936
X3.5	22.1333	6.395	.894	.925
X3.6	22.2000	6.166	.899	.924

#### D. Variabel Kepuasan Konsumen

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.948	14

##### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	55.7333	51.926	.755	.944
Y.2	55.6333	52.516	.735	.944
Y.3	55.8000	52.648	.790	.944
Y.4	55.8333	51.868	.671	.945
Y.5	55.9000	49.334	.620	.950
Y.6	55.8333	51.868	.619	.947
Y.7	55.9000	49.610	.731	.944
Y.8	55.6333	53.137	.588	.947
Y.9	55.9000	49.059	.887	.940

Y.10	55.6667	50.920	.781	.943
Y.11	55.8000	49.959	.802	.942
Y.12	55.6667	51.747	.689	.945
Y.13	55.8333	49.040	.854	.941
Y.14	55.7333	50.133	.889	.940

## Lampiran 6:

### HASIL UJI ASUMSI KLASIK

#### A. Uji Normalitas

##### Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Unstandardized Residual	.106	100	.008	.986	100	.363

a. Lilliefors Significance Correction

#### B. Uji Multikolinearitas

##### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
		Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
(Constant)	-.819	3.267		-.251	.803		
Kualitas Produk	.420	.173	.179	2.431	.017	.365	2.741
Kualitas Pelayanan	.675	.112	.488	6.031	.000	.303	3.305

Harga	.738	.172	.309	4.287	.000	.381	2.622
-------	------	------	------	-------	------	------	-------

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

### C. Uji Heteroskedastisitas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.896	2.187		2.239	.027
	Kualitas produk	-.026	.116	-.038	-.227	.821
	Kualitas Pelayanan	.048	.075	.117	.638	.525
	Harga	-.137	.115	-.194	-1.185	.239

a. Dependent Variable: Abs\_RES

## Lampiran 7:

### HASIL UJI KETETAPAN MODEL

#### A. Uji Ketepatan Determinasi ( $R^2$ )

##### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.900 <sup>a</sup>	.810	.804	3.63801

a. Predictors: (Constant), Harga (X3), Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2)

#### B. Uji F

##### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5417.941	3	1805.980	136.454	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1270.569	96	13.235		
	Total	6688.510	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Harga (X3), Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2)

## Lampiran 8:

### HASIL UJI HIPOTESIS (UJI T)

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.900 <sup>a</sup>	.810	.804	3.63801

a. Predictors: (Constant), Harga (X3), Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2)

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5417.941	3	1805.980	136.454	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1270.569	96	13.235		
	Total	6688.510	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Harga (X3), Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2)

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.819	3.267		-.251	.803
	Kualitas Produk (X1)	.420	.173	.179	2.431	.017
	Kualitas Pelayanan (X2)	.675	.112	.488	6.031	.000
	Harga (X3)	.738	.172	.309	4.287	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

## Lampiran 9:

### HASIL ANALISIS LINIER REGRESI BERGANDA

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.900 <sup>a</sup>	.810	.804	3.63801

a. Predictors: (Constant), Harga (X3), Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2)

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5417.941	3	1805.980	136.454	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1270.569	96	13.235		
	Total	6688.510	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Harga (X3), Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2)

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.819	3.267		-.251	.803
	Kualitas Produk (X1)	.420	.173	.179	2.431	.017
	Kualitas Pelayanan (X2)	.675	.112	.488	6.031	.000
	Harga (X3)	.738	.172	.309	4.287	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

**Lampiran 10:**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

**A. DATA PRIBADI**

Nama : Andri Prasetyo  
Tempat dan Tanggal Lahir : Boyolali, 05 September 1999  
Agama : Islam  
Alamat : Wates RT.05/RW.10, Seboto, Gladagsari,  
Boyolali  
E-mail : [andryprasetyo1999@gmail.com](mailto:andryprasetyo1999@gmail.com)

**B. PENDIDIKAN**

1. TK AT-THOYYIBIN : 2005 – 2006
2. MI Muhammadiyah Seboto : 2006 – 2012
3. SMP Negeri 1 Cepogo : 2012 – 2015
4. SMA Negeri 1 Cepogo : 2015 – 2018
5. UIN Raden Mas Said Surakarta : 2018 - 2022

## Lampiran 11: Uji Plagiasi

### SKRIPSI ANDRI PRASETYO

#### ORIGINALITY REPORT

**30%**

SIMILARITY INDEX

**29%**

INTERNET SOURCES

**8%**

PUBLICATIONS

**13%**

STUDENT PAPERS

#### PRIMARY SOURCES

1

[eprints.iain-surakarta.ac.id](http://eprints.iain-surakarta.ac.id)

Internet Source

4%

2

[eprints.uny.ac.id](http://eprints.uny.ac.id)

Internet Source

2%

3

[core.ac.uk](http://core.ac.uk)

Internet Source

2%

4

[Submitted to Universitas Putera Batam](#)

Student Paper

1%

5

[repository.usd.ac.id](http://repository.usd.ac.id)

Internet Source

1%

6

[media.neliti.com](http://media.neliti.com)

Internet Source

1%

7

[repository.stieipwija.ac.id](http://repository.stieipwija.ac.id)

Internet Source

1%

8

[repository.radenintan.ac.id](http://repository.radenintan.ac.id)

Internet Source

1%

9

[repository.uinsaizu.ac.id](http://repository.uinsaizu.ac.id)

Internet Source

1%

10	<b>adoc.pub</b> Internet Source	1%
11	<b>www.scribd.com</b> Internet Source	1%
12	<b>Submitted to Universitas Muria Kudus</b> Student Paper	1%
13	<b>Submitted to Universitas Pelita Harapan</b> Student Paper	1%
14	<b>eprints.poltektegal.ac.id</b> Internet Source	<1%
15	<b>repository.stienobel-indonesia.ac.id</b> Internet Source	<1%
16	<b>repository.uinjkt.ac.id</b> Internet Source	<1%
17	<b>repository.pelitabangsa.ac.id:8080</b> Internet Source	<1%
18	<b>es.scribd.com</b> Internet Source	<1%
19	<b>etheses.uin-malang.ac.id</b> Internet Source	<1%
20	<b>eprints.undip.ac.id</b> Internet Source	<1%
21	<b>www.coursehero.com</b> Internet Source	<1%

22	<b>id.scribd.com</b> Internet Source	<1 %
23	<b>conference.binadarma.ac.id</b> Internet Source	<1 %
24	<b>repository.usu.ac.id</b> Internet Source	<1 %
25	<b>123dok.com</b> Internet Source	<1 %
26	<b>eprints.walisongo.ac.id</b> Internet Source	<1 %
27	<b>digilib.uin-suka.ac.id</b> Internet Source	<1 %
28	<b>repository.uinsu.ac.id</b> Internet Source	<1 %
29	<b>docplayer.info</b> Internet Source	<1 %
30	<b>Submitted to vitka</b> Student Paper	<1 %
31	<b>moam.info</b> Internet Source	<1 %
32	<b>repo.undiksha.ac.id</b> Internet Source	<1 %
33	<b>Repository.Uma.Ac.Id</b> Internet Source	<1 %

34	<b>anzdoc.com</b> Internet Source	<1 %
35	<b>eprints.unisbank.ac.id</b> Internet Source	<1 %
36	<b>Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur</b> Student Paper	<1 %
37	<b>Submitted to Universitas Diponegoro</b> Student Paper	<1 %
38	<b>olah-data-statistik-spss.com</b> Internet Source	<1 %
39	<b>repository.stikosa-aws.ac.id</b> Internet Source	<1 %
40	<b>thesis.binus.ac.id</b> Internet Source	<1 %
41	<b>idr.uin-antasari.ac.id</b> Internet Source	<1 %
42	<b>Mitha Alifia Roselina, Asih Niati. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ELSA HIJAB SEMARANG", Solusi, 2019</b> Publication	<1 %
43	<b>id.123dok.com</b> Internet Source	<1 %

44	<a href="http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id">www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id</a> Internet Source	<1%
45	Submitted to Universitas Islam Malang Student Paper	<1%
46	Submitted to Universitas Muhammadiyah Surakarta Student Paper	<1%
47	Submitted to unars Student Paper	<1%
48	<a href="http://emakemakbelajar.wordpress.com">emakemakbelajar.wordpress.com</a> Internet Source	<1%
49	<a href="http://repository.umsu.ac.id">repository.umsu.ac.id</a> Internet Source	<1%
50	<a href="http://www.slideshare.net">www.slideshare.net</a> Internet Source	<1%
51	<a href="http://repositorio.unsa.edu.pe">repositorio.unsa.edu.pe</a> Internet Source	<1%
52	<a href="http://repository.uph.edu">repository.uph.edu</a> Internet Source	<1%
53	<a href="http://text-id.123dok.com">text-id.123dok.com</a> Internet Source	<1%
54	<a href="http://ejournal.stei.ac.id">ejournal.stei.ac.id</a> Internet Source	<1%
55	<a href="http://eprints.ums.ac.id">eprints.ums.ac.id</a>	

	Internet Source	<1%
56	<a href="http://adoc.tips">adoc.tips</a> Internet Source	<1%
57	<a href="http://eprints.umpo.ac.id">eprints.umpo.ac.id</a> Internet Source	<1%
58	<a href="http://eprints.upj.ac.id">eprints.upj.ac.id</a> Internet Source	<1%
59	Submitted to uphindonesia Student Paper	<1%
60	<a href="http://www.kreativeklasse.dk">www.kreativeklasse.dk</a> Internet Source	<1%
61	<a href="http://repository.unhas.ac.id">repository.unhas.ac.id</a> Internet Source	<1%
62	Marida Yulia Ronasih, Hardani Widhiastuti. "Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen", PHILANTHROPY: Journal of Psychology, 2021 Publication	<1%
63	<a href="http://digilib.unila.ac.id">digilib.unila.ac.id</a> Internet Source	<1%
64	<a href="http://digilib.yarsi.ac.id">digilib.yarsi.ac.id</a> Internet Source	<1%
	<a href="http://journals.synthesispublication.org">journals.synthesispublication.org</a>	

75	Internet Source	<1%
76	<a href="http://repository.stkippacitan.ac.id">repository.stkippacitan.ac.id</a> Internet Source	<1%
77	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	<1%
78	<a href="http://digilib.uinsby.ac.id">digilib.uinsby.ac.id</a> Internet Source	<1%
79	<a href="http://jurnal-sosioekotekno.org">jurnal-sosioekotekno.org</a> Internet Source	<1%
80	<a href="http://repository.ub.ac.id">repository.ub.ac.id</a> Internet Source	<1%
81	<a href="http://repository.unib.ac.id">repository.unib.ac.id</a> Internet Source	<1%
82	Siti Solikha, Imam Suprpta. "PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus pada PT. GO-JEK)", Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen, 2020 Publication	<1%
83	<a href="http://eprints.radenfatah.ac.id">eprints.radenfatah.ac.id</a> Internet Source	<1%
84	<a href="http://vdocuments.site">vdocuments.site</a> Internet Source	<1%

85	Gugup Tugi Prihatma. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Tambahan Layanan Terhadap Kepuasan konsumen Pengguna Jasa Kapal Penyebrangan Di PT Trisakti Lautan Mas Cabang Bakauheni, Lampung", Jurnal Manajemen, 2020 Publication	<1 %
86	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	<1 %
87	dirdosen.budiluhur.ac.id Internet Source	<1 %
88	ejournal.stiesia.ac.id Internet Source	<1 %
89	eprints.unm.ac.id Internet Source	<1 %
90	news.palcomtech.com Internet Source	<1 %
91	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1 %
92	repositori.usu.ac.id Internet Source	<1 %
93	repository.upbatam.ac.id Internet Source	<1 %
94	ANGELINA CAROLIN B2042152001. "ANALISIS PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN	<1 %

PRODUCT QUALITY TERHADAP BUYING DECISION SERTA DAMPAKNYA PADA SATISFACTION (Survei Pada Konsumen Produk Kosmetik Rossa Beauty Di Kota Pontianak)", Equator Journal of Management and Entrepreneurship (EJME), 2019  
Publication

95 Muhammad Rizal Nur Irawan. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PT. SATRIA NUSANTARA JAYA", Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri, 2020  
Publication <1%

96 Ni Nyoman Duwi Yuhani, Ponirin Ponirin. "PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP PEMBELIAN KEMBALI MOTOR HONDA BEAT SPORTY PADA DEALER HONDA CV. ANUGERAH PERDANA 4 YOS SUDARSO", Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT), 2021  
Publication <1%

97 [digilib.esaunggul.ac.id](http://digilib.esaunggul.ac.id)  
Internet Source <1%

98 [ejurnal.stimi-bjm.ac.id](http://ejurnal.stimi-bjm.ac.id)  
Internet Source <1%

99 [eprints.kwikkiangie.ac.id](http://eprints.kwikkiangie.ac.id)  
Internet Source <1%

100	eprints.perbanas.ac.id Internet Source	<1 %
101	howtosalestheproduct.blogspot.com Internet Source	<1 %
102	journal.uniga.ac.id Internet Source	<1 %
103	library.walisongo.ac.id Internet Source	<1 %
104	repo.darmajaya.ac.id Internet Source	<1 %
105	repository.mahardhika-library.id Internet Source	<1 %
106	repository.unisba.ac.id Internet Source	<1 %
107	repository.unpas.ac.id Internet Source	<1 %
108	www.pps.unud.ac.id Internet Source	<1 %
109	Ahmad Fauzan, Abdul Rohman. "PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI SEPEDA MOTOR KAWASAKI", Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen, 2020 Publication	<1 %

110	Lesta Riana Sinaga, Nur Efendi, M. Iqbal Harori. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI BUS DAMRI", Jurnal Perspektif Bisnis, 2020 Publication	<1%
111	Siti Puti Fauziah Hilman, Novi Marlana. "PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN PERSEPSI KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RM KHAS SUNDA MANG ENGKING JUANDA DI JAWA TIMUR", Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen, 2020 Publication	<1%
112	<a href="https://dspace.uui.ac.id">dspace.uui.ac.id</a> Internet Source	<1%
113	<a href="https://repository.iainpurwokerto.ac.id">repository.iainpurwokerto.ac.id</a> Internet Source	<1%
114	<a href="http://www.dataphone.se">www.dataphone.se</a> Internet Source	<1%
115	<a href="http://mulpix.com">mulpix.com</a> Internet Source	<1%
116	Submitted to pbpa Student Paper	<1%

**Lampiran 12: Jadwal Pelaksanaan**

No	Kegiatan	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu	Sep
1	Penyusunan Proposal													
2	Konsultasi													
3	Pendaftaran Seminar Proposal													
4	Ujian Proposal													
5	Revisi Proposal													
6	Pengumpul an Data													
7	Analisis data													
8	Penulisan Akhir Skripsi													

9	Pendaftaran Munaqosah														
10	Ujian Munaqosah														
11	Revisi Skripsi														