

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA SENS CAFÉ' PADANG MATINGGI**



SKRIPSI

*Diayukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh:

**TATI GAHARI
NIM. 20 402 00034**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2024

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA SENS CAFÉ' PADANG MATINGGI**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh:

**TATI GAHARI
NIM. 20 402 00034**

PEMBIMBING I



**Azwar Hamid, M.A
NIDN. 2111038601**

PEMBIMBING II



**Ananda Anugrah Nasution, S.E., M.Si
NIDN. 0117109102**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2024**

Hal: Skripsi
a.n. Tati Gahari

Padangsidempuan, 12 Januari 2024

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Syahada Padangsidempuan

di-

Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n Tati Gahari yang berjudul *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Sens Cafe Padang Matinggi*, maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidempuan.

Seiring dengan hal diatas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsi ini.

Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PEMBIMBING I,



Azwar Hamid, M.A
NIDN. 21111038601

PEMBIMBING II,



Ananda Anugrah Nasution, S.E., M.Si
NIDN. 0117109102

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tati Gahari
NIM : 20 402 00034
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Sens Cafe' Padang Matinggi**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah Menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak syah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidimpuan Pasal 14 Ayat 4 Tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidimpuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, Januari 2024

Saya yang Menyatakan,



Tati Gahari

NIM. 20 402 00034

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tati Gahari
NIM : 2040200034
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Sens Cafe PadangMatinggi” Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Padangsidempuan
Pada Tanggal: Januari 2024
Saya yang Menyatakan,



Tati Gahari
NIM.2040200034



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl.H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidempuan 22733
Tel.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

NAMA : Tati Gahari
NIM : 20 402 00034
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah
JUDUL SKRIPSI :Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Sens Café Padang Matinggi

Ketua

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE,M.Si
NIP. 1979052520060620004

Sekretaris

Azwar Hamid, M.A
NIDN. 2111038601

Anggota

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE,M.Si
NIP. 1979052520060620004

Azwar Hamid, M.A
NIDN. 2111038601

Hamni Fadlilah Nasution, M. Pd
NIP. 198303172018012001

Dr. Rosnani Siregar, M.Ag
NIP. 19740626200312201

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Selasa/4 Juni 2024
Pukul : 14:00 WIB
Hasil/Nilai : LULUS/ 72,5 (B)
Index Prestasi Kumulatif : 3,35
Predikat : Memuaskan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl.H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Tel.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA,
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
SENS CAFÉ PADANGMATINGGI**

NAMA : TATI GAHARI
NIM : 20 402 00034

Telah dapat diterima untuk memenuhi
Syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 24 Juni 2024
Dekan,



Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si†
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Tati Gahari

NIM : 20 402 00034

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Sens Café' Padang Matinggi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Sens Café Padang Matinggi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada sudut pandang para ahli, dimana kepuasan pelanggan diartikan sebagai perasaan pelanggan setelah membandingkannya dengan harapannya. Kualitas produk dianggap sebagai karakteristik penting untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, sedangkan harga mencerminkan nilai barang dalam bentuk uang. Di sisi lain, kualitas layanan mencakup kemampuan layanan untuk memenuhi harapan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan kuesioner yang berisi 35 pernyataan sebagai instrumen pengumpulan data. Sampel penelitian berjumlah 92 responden. Analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis statistik deskriptif, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t_{hitung} sebesar $3,778 > t_{tabel}$ $1,66235$. Namun harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen karena nilai t_{hitung} ($0,767$) $< t_{tabel}$ ($1,66235$). Begitu pula kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, karena nilai t_{hitung} ($-0,658$) $< t_{tabel}$ ($1,66235$). Secara simultan kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai F_{hitung} ($8,890$) $> F_{tabel}$ ($1,99$). Nilai *Adjusted R Square* sebesar 20,6% menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan dapat menjelaskan kepuasan pelanggan di Sens Café Padang Matinggi, sedangkan sisanya sebesar 79,4% kemungkinan disebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

Name : Tati Gahari
Reg. Number : 20 402 00034
Title : The Influence of Product Quality, Price, Service Quality on Consumer Satisfaction at Sens Café' Padang Matinggi

This research aims to identify the partial and simultaneous effects of product quality, price, and service quality on customer satisfaction at Sens Café Padang Matinggi. The theory employed in this study refers to the perspectives of experts, where customer satisfaction is interpreted as the feelings of customers after comparing with their expectations. Product quality is regarded as a vital characteristic to satisfy customer needs, while pricing reflects the value of goods in terms of money. On the other hand, service quality encompasses the service's ability to meet customer expectations. The research method employed is quantitative, using a questionnaire containing 35 statements as the data collection instrument. The research sample consists of 92 respondents. Data analysis involves validity testing, reliability testing, descriptive statistical analysis, normality testing, multicollinearity testing, heteroskedasticity testing, multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and coefficient of determination (R²) test. The results indicate that, partially, product quality has a positive impact on customer satisfaction, with a calculated t-value of $3.778 > t\text{-table } 1.66235$. However, price does not significantly affect customer satisfaction, as the t-value $(0.767) < t\text{-table } (1.66235)$. Similarly, service quality does not significantly influence customer satisfaction, as the t-value $(-0.658) < t\text{-table } (1.66235)$. Simultaneously, product quality, price, and service quality collectively affect customer satisfaction, with a calculated F-value $(8.890) > F\text{-table } (1.99)$. The Adjusted R Square value of 20.6% indicates that product quality, price, and service quality variables can explain customer satisfaction at Sens Café Padang Matinggi, while the remaining 79.4% may be attributed to other variables not examined in this study.

Keywords: Product Quality, Price, Service Quality, Customer Satisfaction.

خلاصة البحث

الاسم	: تاتي جهاري
رقم التسجيل	: ٢٠٤٠٢٠٠٠٣٤
موضوع البحث	: تأثير جودة المنتج والسعر وجودة الخدمة على رضا المستهلك في مقهى سينس كافي بادانج ماتينجي 'Sens Café' (بادانج ماتينجي)

يهدف هذا البحث إلى تحديد التأثير الجزئي والمتزامن لجودة المنتج والسعر وجودة الخدمة على رضا العملاء في Sens Café بادانج ماتينجي . وتشير النظرية المستخدمة في هذا البحث إلى وجهة نظر الخبراء، حيث يتم تعريف رضا العملاء على أنه مشاعر العميل بعد مقارنتها بتوقعاته. تعتبر جودة المنتج خاصية مهمة لتلبية احتياجات العملاء، بينما يعكس السعر قيمة البضاعة من الناحية المالية. ومن ناحية أخرى، تتضمن جودة الخدمة قدرة الخدمة على تلبية توقعات العملاء. أما طريقة البحث المستخدمة هي كمية باستخدام لاستبيان ويحتوي على خمسة و ثلاثون عبارة كأداة لجمع البيانات. وتكونت عينة البحث من ٩٢ فرداً. ويتضمن تحليل البيانات اختبار الصلاحية، واختبار الموثوقية، والتحليل الإحصائي الوصفي، واختبار الحالة الطبيعية، واختبار الخطية المتعددة، واختبار التباين، وتحليل الانحدار الخطي المتعدد، واختبار t ، واختبار F ، واختبار معامل التحديد) . ٢ ر أظهرت نتائج البحث أن جودة المنتج جزئياً لها تأثير إيجابي على رضا المستهلك بقيمة t محسوبة تبلغ ٣,٧٧٨ > t جدول ١,٦٦٢٣٥ . ومع ذلك، ليس للسعر تأثير كبير على رضا المستهلك لأن قيمة t (٠,٧٦٧ < t جدول ١,٦٦٢٣٥ ، وبالمثل، فإن جودة الخدمة ليس لها تأثير كبير على رضا المستهلك، لأن قيمة t (٠,٦٥٨ < t جدول ١,٦٦٢٣٥ وفي الوقت نفسه، تؤثر جودة المنتج والسعر وجودة الخدمة معاً على رضا العملاء، مع قيمة F المحسوبة ٨,٨٩٠ < F جدول ١,٩٩٠ تشير قيمة r مربع

المعدلة البالغة ٢٠.٦ في المئة إلى أن متغيرات جودة المنتج والسعر وجودة الخدمة يمكن أن تفسر رضا العملاء في Sens Café بادانج ماتينجي ، في حين أن نسبة ٦٧٩,٤ في المئة المتبقية من المحتمل أن تكون ناجمة عن متغيرات أخرى لم يتم فحصها في هذا البحث.

الكلمات المفتاحية: جودة المنتج، السعر، جودة الخدمة، رضا العملاء

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian *Shalawat* serta Salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut di contoh dan diteladani, *madinatul 'ilmi*, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Terhadap Kepuasan Konsumen pada Sens Cafe’ Padang Matinggi”**, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada bidang Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan banyak terimakasih utamanya kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag Rektor UIN SYAHADA Padangsidempuan, serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A Wakil Rektor

- Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr.Ikhwanuddin Harahap, M.Ag Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Dr. Rukiah, S.E., M.Si Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Ibu Dra.Hj. Replita, M.Si Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
 3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A sebagai Ketua Program Studi Ekonomi Syariah. dan Ibu Rini Hayati Lubis, M.P dan Serta seluruh Civitas Akademika UIN SYAHADA Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di UIN SYAHADA Padangsidempuan.
 4. Bapak Azwar Hamid,M.A Pembimbing I dan Bapak Ananda Anugrah Nasution, S.E.,M.Si Pembimbing II yang telah menyediakan waktu untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
 5. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum Kepala Perpustakaan serta Pegawai Perpustakaan UIN SYAHADA Padangsidempuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
 6. Bapak serta Ibu dosen UIN SYAHADA Padangsidempuan yang telah

memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di UIN SYAHADA Padangsidimpuan.

7. Teristimewa saya hanturkan kepada Ayahanda tercinta Alm.H. Jangga Siregar dan Ibunda tersayang Hj.Ros Minar Rambe yang telah mendidik dan selalu berdoa tiada hentinya, yang paling berjasa dalam hidup peneliti yang telah banyak berkorban serta memberi dukungan moral dan material, serta berjuang tanpa mengenal lelah dan putus asa demi kesuksesan dan masa depan cerah putra- putrinya, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayangnya kepada kedua orang tua tercinta dan diberi balasan atas perjuangan mereka dengan Surga Firdaus-Nya. Teristimewa kepada adik laki-laki saya yang tercinta Purba tua Siregar, beserta kedua adik perempuan saya Rizka siregar dan Aryanti Siregar, dan tidak lupa untuk kerabat-kerabat saya semoga selalu dalam lindungan Allah SWT. Serta seluruh keluarga besar peneliti yang telah memberikan bantuan moral dan materil kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat-sahabat tercinta, Helvia, Latifa aini rambe, dan chairunnisa, dina, yang selalu memberikan bantuan dan motivasi kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman Seperjuangan Di Program Ekonomi Syariah khususnya ruangan Ekonomi Syariah 1, teman-teman KKL di Desa Aek Nangali, Kab. Mandailing Natal, dan Mahasiswa angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan dukungan dan dorongan dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga skripsi ini selesai.

10. Terimakasih kepada Bapak selamat selaku pemilik Sens Cafe' Padang Matinggi karena telah memberikan waktu dan kesempatan bagi saya meneliti sehingga berjalan dengan lancar.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Disini peneliti mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT, karena atas karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. Amin ya robbal'alamin.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, 10 Januari 2024

Peneliti,

Tati Gahari
NIM. 20 402 00034

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf arab dan translitasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	s'a	s'	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	z'al	z'	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	ṣad	ṣ	Es (dengan titik dibawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	„ain	„	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha

ء	Hamzah	..''..	Apostrof
---	--------	--------	----------

ي	Ya	Y	Ye
---	----	---	----

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—/	<i>Fathah</i>	A	A
—\	<i>Kasrah</i>	I	I
—◌	<i>Dommah</i>	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
◌ي	<i>fathah dan ya</i>	Ai	a dan i
◌ي.....	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
◌ي.....◌ي	<i>fathah dan alif atau ya</i>	ā	a dan garis atas
◌ي.....◌ي	<i>Kasrah dan ya</i>	ī	i dan garis di bawah

و...	<i>dommah dan wau</i>	u	u dan garis di atas
------	-----------------------	---	---------------------

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. *Ta marbutah* hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dummah, transliterasinya adalah /t/.

b. *Ta marbutah* mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tsaydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata

sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau *harakat* yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bias dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang

ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian takterpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman *tajwid*.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. Pedoman *Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PENYATAAN PEMBIMBING	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
SURAT PENYATAAN MENYUSUSUN SKRIPSI SENDIRI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah.....	9
D. Definisi Operasional Variabel	9
E. Perumusan Masalah	11
F. Tujuan Penelitian	11
G. Manfaat Penelitian	12
H. Sistematika pembahasan	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Kerangka Teori	14
1. Kepuasan Konsumen	14
2. Kualitas Produk	18
3. Harga	21
4. Kualitas Pelayanan.....	26
B. Kajian/ Penelitian Terdahulu.....	28
1. Kualitas Produk dengan kepuasan konsumen	28
2. Harga dengan kepuasan konsumen.	30
3. Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen.....	33
C. Kerangka pikir.....	45
D. Hipotesis penelitian.....	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	48

A.	Lokasi dan waktu penelitian.....	48
B.	Jenis penelitian.....	48
C.	Populasi dan Sampel	48
	1. Populasi	48
	2. Sampel	49
D.	Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data.....	50
	1. Instrumen	50
	2. Teknik Pengumpulan data.....	51
E.	Uji Validitas dan reabilitas	53
	1. Uji Validitas.....	53
	2. Uji realibilitas	53
F.	Analisis Data	54
	1. Analisis Deskriptif	54
	2. Uji normalitas	54
	3. Uji Asumsi Klasik.....	55
	4. Uji Regresi Linear Berganda.....	56
	5. Uji Hipotesis	57
BAB IV HASIL PENELITIAN		59
A.	Gambaran Umum sens café padang matinggi	59
	1. Sejarah singkat Sens Café padang matinggi.....	59
	2. Visi dan Misi Sens Café Padang Matinggi.....	59
	3. Struktur Organisasi	60
B.	Hasil Analisis Data Penelitian	61
	1. Hasil Uji Validitas	61
	2. Hasil Uji Reliabilitas.....	63
C.	Hasil Analisis Data	63
	1. Analisis Deskriptif	63
	2. Hasil Uji Normalitas	64
	3. Hasil Uji Asumsi Klasik	65
	4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	67
	5. Hasil Uji Hipotesis.....	69
C.	Pembahasan Analisis Data	72
	1. Pengaruh kualitas produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Sens Café' Padang Matinggi.....	72

2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Sens Café' Padang Matinggi.	73
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Sens Café' Padang Matinggi.	74
4. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, secara simultan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Sens Café' Padang Matinggi.	75
D. Keterbatasan Penelitian	76
BAB V PENUTUP	77
A. Kesimpulan	77
B. Implikasi Hasil Penelitian	77
C. Saran	78

DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1	Defenisi Operasional Variabel.....	8
Tabel I. 2	Penelitian terdahulu	10
Tabel II. 1	Pada Populasi	37
Tabel II. 2	Instrumen Skala Liker	51
Tabel II. 3	Kisi-kisi Angket	53
Tabel IV.1	Uji Validitas Kualitas Produk	53
Tabel IV.2	Uji Validitas Harga	64
Tabel IV.3	Uji Validitas Kualitas Pelayanan	64
Tabel IV.4	Uji Validitas Kepuasan Konsumen	65
Tabel IV.5	Uji Realibilitas	66
Tabel IV.6	Hasil Uji Deskriptif Statistik	67
Tabel IV.7	Uji Normalitas	68
Tabel IV.8	Uji Multikolinearitas.....	68
Tabel IV.9	Uji Heteroskedastisitas	69
Tabel IV.10	Hasil Regresi Linear Berganda.....	71
Tabel IV.11	Hasil Uji t.....	72
Tabel IV.12	Hasil Uji F.....	73
Tabel IV.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 2 Kerangka Pikir47

Gambar IV.1 Struktur Organisasi..... 63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 2 : Pengesahan Pembimbing Skripsi

Lampiran 3 : Surat Permohonan Izin Riset

Lampiran 4 : Surat Balasan Riset

Lampiran 5 : Valididasi Angket Penelitian

Lampiran 6 : Dokumentasi Penyebaran Angket Penelitian

Lampiran 7 : Tabulasi Hasil Angket Penelitian

Lampiran 8 : Hasil Uji Instrumen Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kepuasan konsumen suatu tanggapan dari seseorang konsumen atas kinerja yang telah diberikan yang harus sesuai dengan harapan konsumen. Kepuasan konsumen juga hal yang penting dalam suatu bisnis baik itu bisnis dagang maupun jasa. Kepuasan konsumen sangat mempengaruhi suatu bisnis karena maju dan mundurnya atau meningkat dan menurunnya suatu bisnis itu di pengaruhi konsumen itu sendiri jadi pebisnis kuliner akan semaksimal mungkin membuat para konsumen itu merasa puas sehingga suatu bisnis kuliner akan terus maju sering dengan kepuasan yang dirasakan oleh para konsumen tersebut.¹

Kepuasan yaitu sebagai perasaan seorang konsumen terhadap sesuatu yang di dapatkannya dari pebisnis tersebut. Kepuasan konsumen juga sangat penting untuk menarik minat para konsumen. Kepuasan konsumen yaitu sejauh mana para konsumen dapat merasakan manfaat dari produk tersebut.²

Kepuasan konsumen juga pendapat konsumen apakah keinginannya bisa terpenuhi. Karena setiap konsumen mempunyai harapan tinggi terhadap produk yang dibeli tersebut. Dan begitu juga sebaliknya jika seorang konsumen tidak Mendapatkan kepuasan terhadap produk maka konsumen tidak akan melakukan pembelian produk untuk selanjutnya.³

¹ Agus Surya Bharmawan Naufal Hanif, *Manajemen Pemasaran Jasa Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan* (Scorpio Media Pustaka),2022), hlm.64.

² Fuandi et al, *Yayasan Kita Menulis*,2021,hlm.68.

³ Darwis, Ferri Alfadri, *Ekonomi Mikro Islam* (CV.Medan Kreasi, 2021), hlm.54-56.

Dalam menjalankan usaha yang dimiliki sangat penting untuk memperhatikan pandangan konsumen pada suatu *Sens Café* Padang Matinggi. yang dimana pada *Sens Café* ' salah satu bisnis kuliner di Padang Matinggi Kota Padang Sidempuan dimana pada *Sens Café* tersebut menyediakan beraneka ragam menu makanan dan minuman. Dimana *Café* ini sudah berdiri selama 2 tahun lebih pada suatu bisnis kuliner akan ada yang dinamakan kepuasan konsumen pada suatu *Café*, pada *Sens Café* ini konsumen menilai bahwa pengunjung kurang tertarik dengan produk yang diberikan, dan harga telah disediakan oleh *Sens Café* dan juga kualitas pelayanan yang kurang tata krama dalam *Café* ini. Sehingga, membuat para konsumen mengeluhkan produk, harga yang diberikan terlalu mahal sehingga membuat para konsumen mengeluhkan yang terjadi pada *Sens Café* ini.

Sens Café ialah salah satu bisnis kuliner di padangsidempuan pada daerah Padang Matinggi *Café* ini. menyediakan beraneka ragam makanan dan minuman. Dari survey awal yang dilakukan pada 3 juni-7 juni 2023 yang sudah diwawancarai tentang kepuasan konsumen tersebut, ternyata masih banyak para pengunjung yang merasa kurang puas dengan hasil produk yang *Sens Café* berikan. Sehingga membuat para konsumen belum tertarik dengan penyediaan yang ada pada *Café* ini, dan begitu juga para konsumen mengeluhkan dengan produk yang ditawarkan tidak sebandingkan dengan harga yang ditawarkan

sehingga membuat pada para pengunjung Sens Café' ini mengeluhkan penyediaan yang disediakan pada *Café* ini.⁴

Kualitas produk yang baik dimana produk yang memiliki kualitas dan diharapkan mampu menjadi kepuasan konsumen. Hal itu menjadi aspek penting dalam suatu usaha, konsumen akan merasa puas apabila kualitas produk yang diterimanya melebihi harapannya. Kualitas produk harus diperhatikan karena akan menjadi jati diri usaha. Kualitas produk yang memiliki ciri yang berbeda dengan yang lainnya akan menjadikan produk tersebut lebih unggul dibandingkan produk lain yang sejenisnya dengan kualitasnya.⁵

Kualitas produk faktor pendorong dalam kepuasan konsumen yang dimana dalam Sens *Café* juga memiliki banyak varian makanan yang disajikannya. yang dimana dalam produk yang diberikan Sens *Café* dengan porsi yang sedikit sehingga konsumen mengeluhkan produk tersebut. Dan juga rasa makanan yang biasa-biasa aja tetapi konsumen mengeluhkan produk makanan yang diberikan Sens *Café* kadang rasanya berubah-ubah. pada produk makanan rasanya kurang bumbu dan pada minuman rasanya kadang kurang manis. Sehingga produk yang disajikan Sens *Café* membuat konsumen mengeluhkannya.

Harga juga salah satu faktor penting untuk menciptakan kepuasan konsumen. Harga yaitu sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu, untuk menentukan harga biasanya produsen tidak hanya berpatokan pada

⁴ Hasil Dari Pengamatan Survey Awal Di Sens Cafe' Padang Matinggi, 3 Juni 2023, pukul 11.00 Wib.

⁵ Ni Komang Ayu Sintia Dewi, 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hidden Garden Agro Cafe Baturiti Tabanan Bali', *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, Vol. 1.No. 2 (2021),hlm.21.

harga modal ditambah keuntungan, namun mereka menyelipkan harga untuk layanan dari sebuah produk barang atau jasa yang dijualnya.⁶

Harga menjadi satuan terpenting dalam proses jual beli, selain sebagai acuan nilai jual suatu barang ataupun jasa, harga juga dapat menentukan daya beli konsumen untuk pengambilan keputusan serta memudahkan proses jual beli. Bila harga suatu barang terlalu mahal dapat mengakibatkan barang menjadi kurang laku, harga suatu barang bisa ditetapkan sesuai dengan manfaat dan jumlah yang diterima, dan sebaliknya bila menjual terlalu murah, keuntungan yang didapat menjadi berkurang.⁷

Harga salah satu faktor dalam kepuasan konsumen yang dimana pada *Café* ini membuat pengunjung merasa harganya mahal dengan produk yang *Sens Café* berikan. Sehingga konsumen merasa harga yang diberikan tidak sesuai dengan produk yang disajikan yang dimana porsi makanan pada *Café* ini tidak sebanding dengan harga dan juga rasa makanan dan minumannya juga membuat para konsumen mengeluhkannya.

Kualitas pelayanan ialah tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan. Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan oleh pebisnis kuliner. Oleh karena itu, pebisnis kuliner harus meningkatkan kualitas pelayanannya agar

⁶ Hakimatus Sakdiyah, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Konsumen Pada Brownis Kukus Mar'atusshoiyah Menurut Ekonomi Syariah '(*Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau), 2022, hlm.3.

⁷ Hakimatus Sakdiyah, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Konsumen Pada Brownis Kukus Mar'atusshoiyah Menurut Ekonomi Syariah '(*Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau), 2022, hlm.4.

pelanggan tetap percaya dan nyaman dengan pelayanan yang diberikan. Tetapi lebih kepada kinerja pelayanannya dengan penilaian atau pengukuran pada kinerja pelayanan yang telah diberikan pebisnis kuliner tersebut.

Kualitas pelayanan faktor pendorong dalam kepuasan konsumen. yang dimana Pada *Café* ini kualitas pelayanan yang diberikan oleh *Sens Café* belum maksimal beberapa konsumen mengeluh dengan pengantar makanan terlalu lama kepada konsumen. Dan juga kualitas pelayanan sangat belum maksimal dalam pelayanan *Café* ini. Hal ini menyebabkan konsumen hanya menghabiskan waktu untuk menunggu pengantaran makanan tersebut.

Dari segi pelayanannya di *sens café* Padang matinggi kurang efektif dan efisien dalam melayani pelanggan, sehingga dalam pelayanannya kurang maksimal dan membuat pelanggan kurang puas atas pelayanannya. Pelayanan yang kurang maksimal yakni seperti waktu dan kecepatan dalam pelanggan terganggu atas pelayanan yang kurang maksimal tersebut.

pada penelitian ini kualitas pelayanan ini masih kurang dan juga karyawan tidak memberikan salam dalam memasuki kawasan *Sens Café* tersebut dan karyawan tidak memberi tahu terlebih dahulu bahwa stok makanan / minuman telah habis, dan setelah menunggu lama pesanan karyawan baru menyampaikan bahwa stok makanan/minuman tersebut telah habis. Dan juga konsumen mengeluhkan masih mahal harga yang ditetapkan oleh *Sens Café*' pada setiap produknya dibandingkan dengan *Café* lain. Yang dimana produknya dari *Sens Café* ini pada dasarnya makannya biasa-biasa aja, terkadang konsumen mengeluhkan rasa dari produknya terkadang kurang konsisten, rasa nya kadang

kurang bumbu dan juga pada minumannya kurang manis. Sehingga membuat konsumen mengeluhkan produk yang diberikan *Sens Café*'.

Dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan saudara Muhammad Ardi bahwa Muhammad ardi merasa harga yang dibuat oleh *Sens Café*' terlalu mahal, kualitas produknya tidak sesuai dengan harga dan porsi yang terlalu sedikit, namun pelayanannya juga kurang memadai. Makannya konsumen merasa bahwa semua produk baik harga dan juga kualitas pelayannya membuat pengunjung merasa tidak nyaman yang berikan para *Sens Café*' tersebut. Oleh karena itu konsumen berharap agar produk yang disajikan agar sesuai dengan yang diharapkan para konsumen.⁸

Dari wawancara dilakukan peneliti kepada saudari aini bahwa saudari mengatakan dengan harga yang mahal dengan penyajian makanan yang tidak sesuai dengan harga membuat saudari aini merasa tidak puas dengan pembelian makanan tersebut. Dan juga saudari aini juga kecewa dengan produk yang telah disajikan para *Sens Café*' tersebut. Saudari tersebut mengharapkan agar penyajiannya betul-betul diperhatikan baik dari produk yang berikannya.⁹

Dari wawancara dilakukan peneliti kepada saudara arif bahwa saudara juga mengatakan pelayanan yang diberikan oleh *sens café padang matinggi* pelayanannya lumayan memadai, makanya saudara arif tertarik dengan pelayanan yang diberikan *sens café* tersebut.¹⁰

⁸ Hasil Wawancara dengan saudara Muhammad ardi di *sens café padang matinggi*, 3 juni 2023, pukul 11.00 wib.

⁹ Hasil Wawancara dengan saudari aini di *sens café padang matinggi*, 3 juni 2023, pukul 11:05 wib.

¹⁰ Hasil Wawancara dengan saudara arif di *sens café padang matinggi*, 4 juni 2023, pukul 13:00 wib.

Kesimpulan dari wawancara yang dilakukan peneliti dengan para konsumen yaitu kualitas produknya kurang enak, harganya sedikit mahal, namun pelayanannya kurang cepat, dan juga dalam pemesanan kadang-kadang pelayanan tidak memberitahukan bahwa stok makanan/minuman sudah habis sehingga konsumen menunggu lama. dari pengunjung tersebut bahwa produk yang disajikan kurang menarik sehingga membuat para pengunjung tidak tertarik dengan penyajian tersebut, namun ada juga pengunjung berbeda pendapat dengan pengunjung lainnya dengan pelayanan yang diberikan sens café terbut menurut pendapat pengunjung tertarik dalam pelayanan yang diberikan sens café tersebut.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh *Research gap*. pada penelitian dilakukan dengan penelitian terdahulu. Adapun penelitian terdahulu mengenai kualitas produk yang dilakukan seorang peneliti yang berjudul “Kualitas Produk, Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen *Café*’ kabalu” dalam penelitian alvin mariansyah menyimpulkan secara simultan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.¹¹

Sambara, dalam penelitiannya yang berjudul “analisis Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan store atmosphere terhadap kepuasan konsumen pada *Café* 3.am koffie sport manado” menyimpulkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan store atmosphere yang signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen.

¹¹ Alvin Mariansyah and Amirudin Syarif, ‘Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu’, *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, Vol. 1.No.01 (2020), hlm.3.

Saipulloh dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan untuk meningkatkan loyaltitas pelanggan di Hotel The Westin Jakarta". menyimpulkan bahwa berpengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.¹²

Pada penelitian Rahmdhani pada penelitian yang berjudul Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang *smartphone* oppo menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen tetapi harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.¹³

Dari hasil-hasil penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, harga, kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, namun tidak semua kejadian sesuai dengan teori yang ada. dan hal ini diperkuat dengan adanya *Research gap* dalam penelitian-penelitian terdahulu. Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang berbeda dari variabel kualitas produk, harga, dan juga kualitas pelayanan yang dipandang berpengaruh terhadap konsumen.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji secara lebih mendalam mengenai **'Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Sens Cafe' Padang Matinggi.**

¹² Yahya Saipuloh and Surono, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Loyaltitas Pelanggan Di Hotel The Westin Jakarta', *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, Vol.2.Vol.9 (2023), hlm.43–44.

¹³ Desti Ramdhani and Suzy Widyasari, 'Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Smartphone Oppo', *Fair Value*, Vol. 4.No.3 (2022), hlm. 51–52.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat disimpulkan identifikasi penelitian sebagai berikut:

1. kualitas produk yang disajikan masih biasa-biasa saja Rasa makanan yang disajikan oleh *Sens Café* kadang berubah-ubah
2. harga yang ditetapkan *Sens Café* terlalu mahal
3. kualitas pelayanan yang diberikan belum maksimal sehingga membuat konsumen menghabiskan waktu untuk menunggu

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas diketahui banyak masalah yang harus diatasi, agar peneliti ini dapat membahas lebih tuntas dan dapat mencapai sasaran yang diharapkan. Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, penelitian lebih memfokuskan pengaruh kualitas produk, harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada *Sens Cafe Padang Matinggi*. Alasan tersebut dipilih karena kualitas produk, harga, kualitas pelayanan diduga mempunyai kontribusi besar terhadap kepuasan konsumen.

D. Definisi Operasional Variabel

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami judul penelitian, maka akan dijelaskan definisi operasional variabel dari penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada *Sens Cafe* Padang Matinggi.

Tabel I.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Kepuasan konsumen (Y)	Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan dengan harapannya ¹⁴	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan 	Ordinal
Kualitas Produk (X1)	Kualitas Produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. ¹⁵	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja produk 2. Fitur produk 3. Keandalan produk 4. Daya tahan 5. Desain/tampilan 	Ordinal
Harga (X2)	Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut. ¹⁶	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan Harga 2. Kesesuaian Harga dengan manfaat 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan porsi 5. Harga yang variatif 	Ordinal
Kualitas pelayanan (X3)	Kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. ¹⁷	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berwujud 2. Keandalan 3. Ketanggapan 4. Kepedulian 	Ordinal

¹⁴ Khairil, Ade Dwi Syafutra, 'Penilaian Kepuasan Pelanggan Dengan Aplikasi Survei Pada Pdam Kota Bengkulu', Teknosia, Vol. 1.No.1 (2021), hlm.18.

¹⁵ Amin Rohmawati Nurul Wakidah, 'Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Padang Baselo'(Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Wieha Yogyakarta', 2018, hlm.8.

¹⁶ Nurhikma Wulandari dkk, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Putra Bungsu Di Teratai,' Dalam Jurnal Mahasiswa', Vol. 1, No.1. (2021), hlm.108.

¹⁷ Citra Anita Rahmah, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Honda Idk 2 Medan,' Dalam Jurnal Manajemen Tools', Vol.12,No.2 Desember(2022), hlm. 34.

E. Perumusan Masalah

Perumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Sens *Cafe*' Padang Matinggi ?
2. Apakah terdapat pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Sens *Cafe*' Padang Matinggi ?
3. Apakah terdapat pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Sens *Cafe*' Padang Matinggi ?
4. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan secara simultan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Sens *Café* Padang Matinggi?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk Mengetahui pengaruh Kualitas Produk dalam Terhadap Kepuasan Konsumen pada Sens *Café*' Padang Matinggi
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Sens *Cafe*' Padang Matinggi
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Sens *Cafe*' Padang Matinggi.

G. Manfaat Penelitian

1. Bagi penelitian Peneliti ini diharapkan dapat memberikan kegunaan berupa wawasan dan ilmu pengetahuan secara teori sehingga mampu dapat mengaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

2. Bagi perusahaan

Sebagai bahan masukan dan pertimbangan untuk menambah pengetahuan secara teori untuk praktisi bagi kepuasan konsumen di Padang Matinggi dalam meningkatkan pelayanan sehingga dapat memberikan Kepuasan bagi pengunjung.

3. Bagi pihak Akademik

Sebagai bahan acuan dan referensi diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai pengembangan pengetahuan dan memajukan Pendidikan.

4. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dan dapat digunakan oleh peneliti lain dan khalayak umum sebagai bahan referensi sebagai bahan untuk penelitian selanjutnya.

H. Sistematika pembahasan

Untuk mendapatkan pengumpulan data dan gambaran secara ringkas mengenai skripsi ini, maka sistem penulisannya dibagi dalam beberapa bab sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan yang berisikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, defenisi operasional variabel, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II Tinjauan pustaka yang terdiri dari landasan teori dan kajian/penelitian terdahulu.

BAB III Metode penelitian yang terdiri dari waktu dan lokasi penelitian, jenis penelitian, sumber data penelitian dan analisis data

BAB IV berisikan keseluruhan hasil dari pembahasan penelitian

BAB V Penutup, terdiri dari Kesimpulan, implikasi dan Saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Kepuasan Konsumen

a. Pengertian Kepuasan konsumen

Menurut Danang Sunyoto dalam buku friska artia sitanggung bahwa perilaku konsumen adalah aktivitas-aktivitas individu yang terlibat secara langsung dalam mendapatkan dan menghabiskan nilai guna produk termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan aktivitas-aktivitas tersebut.¹

“Consumer Behavior as those activities directly involved in obtaining, consuming and disposing of product and services, including the decision processes they use to select, secure, use and dispose of products, services, experiences or ideas to satisfy”

Perilaku konsumen sebagai aktivitas yang terlibat langsung dalam memperoleh, mengonsumsi, dan menghabiskan produk dan layanan, termasuk proses pengambilan keputusan yang mereka gunakan untuk memilih, mengamankan, menggunakan, dan menghabiskan produk, layanan, pengalaman, atau ide untuk memenuhi kebutuhan dan dampak dari proses-proses ini terhadap konsumen.

Menurut Anang mengatakan kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang

¹ Friska Artaria Sitanggung, Buku Ajar Perilaku Konsumen (PT.Nasya Expanding Management , 2021,hlm 4.

dirasakan dengan harapan. Dalam konsep kepuasan konsumen terdapat dua elemen yang mempengaruhi yaitu harapan dan kinerja.²

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya.³

Harapan Pelanggan Didefinisikan Sebagai Keyakinan Pelanggan Sebelum Mencoba Atau Membeli Suatu Produk Jasa Yang Akan Dijadikan Standar Acuan Dalam Menilai Kinerja Produk Tersebut.⁴

Kepuasan konsumen merupakan salah satu indikator keberhasilan dari suatu usaha hal ini telah dipercaya secara umum karena dengan memuaskan konsumen maka organisasi dapat meningkatkan tingkat keuntungannya dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas dan juga suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan suatu produk, dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi.⁵

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai suatu pembelian tergantung pada kinerja produk actual, sehingga sesuai dengan harapan pembeli. Pelanggan memiliki berbagai macam tingkatan kepuasan, Jika keberadaan suatu produk berada dibawah harapan pembeli, maka pembeli

² M Anang, *Perilaku Konsumen, Sikap Dan Pemasaran* (Deepublish), 2018, hlm.133.

³ Muhammad Kurniawan and Komariah siti Hildayanti, *Analisis Citra Merek, Harga, Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kota Palembang* '(Studi Kasus Konsumen Grab) ,Dalam Jurnal Ecoment Global, Vol. 4.No.2 (2019), hlm.89.

⁴ Muhtosim Arief, *Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan*, 2017, Hlm.120.

⁵ Siti Nur Khoiria and Kasful Anwar US, 'Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Di Warung Steak On You Kota Baru Jambi', *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 1.3 (Vol.1No.2 maret 2021),hlm.3.

tersebut tidak merasa puas. Jika sesuai dengan harapan, maka konsumen akan merasa puas.⁶

Pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan dengan harapannya. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa. Bahkan pelanggan yang puas, akan berbagi rasa dan pengalaman dengan pelanggan lain.⁷

b. Ciri-ciri konsumen yang puas

Kepuasan pelanggan bergantung pada perkiraan produk dalam membeli nilai, relatif terhadap harapan membeli. Ciri-ciri konsumen yang merasa puas sebagai berikut:⁸

1) Loyal terhadap produk

Konsumen yang puas cenderung loyal dimana mereka akan membeli ulang dari produsen atau perusahaan yang sama.

2) Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif. Yaitu rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan.

⁶ Dwi Ade Syafutra, 'Penilaian Kepuasan Pelanggan Dengan Aplikasi Survei Pada Pdam Kota Bengkulu', Dalam Jurnal Teknosia, 1, No.1 juni (2021), hlm. 18.

⁷ Bahtiar Efendi, 'Pengaruh Experiential Marketing, Kepuasan Pelanggan, Dan Citra Rumah Makan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Empirik Pada Rumah Makan Saung Mansur Banjarnegara)', Journal of Economic, Management, Accounting and Technology, Vol.3.No.2 (2020), hlm.162.

⁸ Ninik Rustanti, Buku Ajaran Ekonomi Pangan Dan Gizi Cet 1 (Deepublish, 2015), hlm.78.

3) Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli merek lain ketika konsumen ingin membeli produk atau jasa lain, maka perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan yang utama.

c. Indikator Kepuasan konsumen

- 1) Kesesuaian harapan, merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan dan dirasakan konsumen.
- 2) Minat berkunjung kembali merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait.
- 3) Kesediaan merekomendasikan merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.⁹

d. Kepuasan dalam perspektif islam

Kepuasan dalam islam (qona'ah) merupakan cerminan kepuasan seseorang baik secara batiniah maupun lahiriah. Kepuasan dalam istilah berkaitan dengan keimanan yang melahirkan rasa syukur.

Kepuasan menurut islam harus mempertimbangkan beberapa hal, yaitu barang atau jasa yang dikonsumsi harus halal, dalam mengonsumsi barang atau jasa tidak berlebih-lebihan dan dijelaskan dalam Q.S Al-'Araf ayat 31 yang berbunyi:

⁹ Lisna Sari Situeang, 'Pengaruh Kualitas Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)', 2017, hlm.29.

﴿ يَبْنِيْ اٰدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا

وَأَشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ﴾

“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) masjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”.¹⁰

ayat di atas digolongkan ke dalam ayat konsumen. Ayat dapat dilihat dari penggunaan kata *زَيَّنْتَ* yang diterjemahkan dengan perhiasan, kata *كُلُوْا* dan *وَأَشْرَبُوْا* yang bermakna makan, minum dan kata *وَلتُسْرِفُوْا* yang berarti berlebih lebihan. Dalam al-Qur'an ajaran tentang konsumsi sebagaimana diungkap terdapat 21 kali. Sedangkan makan dan minumlah (kulu wayrabu) sebanyak 6 kali. Jumlah ayat-ayat yang berkaitan dengan konsumsi¹¹.

2. Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Amstrong dalam buku Nurmawati, bahwa kualitas produk merupakan senjata strategi potensial untuk mengalahkan pesaing. Kemampuan dari kualitas produk untuk menunjukkan berbagai fungsi termasuk didalamnya ketahanan, handal, ketepatan, dan kemudahan dalam penggunaan.¹²

Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam mempergunakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas adalah

¹⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahan*, 2007, hlm.107

¹¹ Azhari Akmal Taringan, *Tafsir Ayat- ayat Ekonomi Al-Qur'an*, Bandung, 2014, hlm.200

¹² Nurmawati, *Perilaku Konsumen Keputusan Pembelian* ((Media Nusa Creative, 2018), hlm.29.

segala sesuatu yang bisa ditawarkan kepada pasar agar diperhatikan, diminta, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.¹³

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Sedangkan kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi konsumen. Kualitas mempunyai dua dimensi yaitu tingkat dan konsistensi, kualitas produk berarti kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya. Termasuk didalamnya keawetan, keandalan, ketepatan kemudahan dipergunakan dan diperbaiki, serta atribut bernilai yang lain¹⁴

Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Kualitas produk mempunyai dampak langsung pada kinerja produk, oleh karena itu, kualitas produk berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan.¹⁵

b. Indikator Kualitas Produk

Adapun indikator kualitas produk, yaitu:

1) Kinerja produk merupakan karakteristik atau fungsi utama suatu produk.

¹³ Putu Vhisnu Dharma Santika Budi, Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan Dan Niat Beli Ulang (Media Pustaka, 2023,hlm.9.

¹⁴ Thamrin Abdullah, Manajemen Pemasaran (PT. Raja Grafindo persada, 2012),hlm.159.

¹⁵ Amin Rohmawati Nurul wakidah, 'Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dan Rumah Makan Baselo (Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta', 2018,hlm. 8.

- 2) Fitur produk merupakan karakteristik atau ciri-ciri tambahan yang melengkapi manfaat dasar suatu produk.
- 3) Keandalan produk yaitu peluang suatu produk bebas dari kegagalan saat menjalankan fungsinya.
- 4) Daya tahan produk yaitu ketahanan suatu produk dalam menjalankan fungsinya
- 5) Desain/tampilan yaitu bentuk produk yang menarik akan meningkatkan daya beli konsumen.¹⁶

c. Kualitas Produk dalam Perspektif Ekonomi Islam

Produk pada al-Qur'an dinyatakan dua istilah, yaitu al-tayyibat dan al-rizq. Al-tayyibat merujuk pada suatu yang baik, suau bersih dan murni, sesuatu yang menyeluruh serta makanan yang terbaik. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Hud ayat 168 yang berbunyi:

وَقَالَ الَّذِي نَجَا مِنْهُمَا وَادَّكَرَ بَعْدَ أُمَّةٍ أَنَا أُنْتَبِئُكُمْ
 بِتَأْوِيلِهِ فَأَرْسِلُونِ ﴿٤٥﴾

“supaya kamu mencari sebahagian dari karunia-Nya (dan agar kamu bersyukur kepada-Nya”.¹⁷

Kata *لَتَنْبَغُوا* pada ayat atas bermakna keinginan, kehendak yang sungguh-sungguh untuk mendapatkan sesuatu yang menunjukkan usaha yang tak terbatas. Sedangkan fadl (karunia) berarti perbaikan ekonomi yang menjadi

¹⁶ Nasution Handayani, ‘Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pembelian Kosmetik Merek Wardah,(Skripsi, Institut Agama Islam Negeri PadangSidempuan) ’, 2020, hlm.18–19.

¹⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahan*, 2007, hlm. 231

kehidupan manusia secara ekonomis. Kegiatan produksi mengerucut pada manusia dan eksistensinya, pemerataan kesejahteraan yang dilandasi keadilan.¹⁸

3. Harga

a. Pengertian harga

Menurut Kotler dan Armstrong dalam buku Dwi Septi Haryani bahwa harga adalah jumlah uang yang dibebankan kepada produk atau layanan atau jumlah dari pertukaran nilai untuk manfaat atas kepemilikan atau penggunaan produk atau layanan bagi seorang pelanggan.¹⁹

Dalam ekonomi teori, pengertian harga, nilai (*value*), dan *utility* merupakan konsep yang saling berhubungan. *Utility* ialah suatu atribut yang melekat pada suatu barang, yang memungkinkan barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan, keinginan dan memuaskan konsumen, *Value* adalah nilai suatu produk untuk ditukarkan dengan produk lain, Jadi harga (*price*) adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.²⁰

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga (*price*) juga dapat diartikan sebagai suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau

¹⁸ Rozalinda, *Ekonomi Islam*, PT. Raja Grafindo Persada, 2014, hlm.111

¹⁹ Dwi septi haryani, *Kualitas Layanan & Harga Terhadap Nilai Pelanggan* (CV. Azka Pustaka, 2022), hlm.7.

²⁰ Mirawati Kakambong, 'Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kedai Kopi 14', Vol.1, No.4 (2020), hlm. 362.

jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu.²¹

b. Peranan Harga

Menurut Kotler dan Amstrong dalam buku Meithiana Indrasari harga memiliki peranan penting dalam proses pengambilan keputusan, yaitu Peranan Informasi. Peranan Informasi merupakan fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai faktor-faktor produk seperti kualitas. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi dimana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk dan manfaatnya²²

1) Metode Penetapan Harga

Metode penetapan harga secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi empat kategori utama, yaitu:

- a) Metode penetapan harga berbaris permintaan adalah suatu metode yang menekankan pada faktor-faktor yang mempengaruhi selera dan referensi pelanggan dari faktor-faktor seperti biaya, laba, dan persaingan. Permintaan pelanggan sendiri didasarkan pada berbagai pertimbangan.
- b) Metode penetapan harga berbaris biaya. Faktor penentu harga dalam metode ini, yang utama adalah aspek penawaran atau biaya bukan aspek permintaan. Harga ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu sehingga dapat menutupi biaya langsung, biaya overhead dan laba.

²¹ Ririn Ardista, 'Analisis Pengaruh Harga, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian', Dalam Jurnal Manajemen Akuntansi, Vol.15,No.2 (2020), hlm.2.

²² Meithana Indsari, Pemasaran&kepuasan Pelanggan (Unitomo press, 2019),hlm.40.

- c) Metode penetapan harga berbaris laba. Metode ini berusaha menyeimbangkan pendapatan dan biaya dalam penetapan harganya. Upaya ini dapat dilakukan atas dasar target volume laba spesifik atau dinyatakan dalam bentuk persentase terhadap penjualan atau investasi. Metode penetapan harga berbaris laba ini terdiri dari target harga keuntungan, target pengembalian atas harga jual, dan target pengembalian atas harga investasi.
- d) Metode penetapan harga berbaris persaingan. Selain berdasarkan pada pertimbangan biaya, permintaan atau laba, harga juga dapat ditetapkan atas dasar persaingan, yaitu apa yang dilakukan pesaing metode penetapan harga berbaris persaingan terdiri dari harga di atas pada atau di bawah harga pasar harga kerugian pemimpin dan harga penawaran yang disegel.

2) Tujuan penetapan harga

Tujuan dalam penetapan harga, antara lain:²³

- a) Mendapatkan laba maksimum. Terjadinya harga ditentukan oleh penjual dan pembeli. Semakin besar daya beli konsumen, semakin besar daya kemungkinan penjual untuk mendapatkan tingkat harga yang lebih tinggi.
- b) Mendapatkan pengambilan investasi yang ditargetkan atau pengambilan pada penjualan bersih. Dana yang dipakai untuk mengembalikan investasi hanya bisa diambil dari laba perusahaan dan

²³ Meithana Indsari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (Unitomo press, 2019, hlm.41).

laba hanya bisa diperoleh apabila harga jual lebih besar dari jumlah biaya sebelumnya.

- c) Mencegah atau mengurangi persaingan. Tujuan mencegah atau mengurangi persaingan dapat dilakukan melalui kebijakan harga. Hal tersebut dilakukan apabila para penjual menawarkan barang dengan harga yang sama.
- d) Mempertahankan dan memperbaiki market share. Dalam hal ini harga merupakan faktor yang penting. Bagi perusahaan kecil yang memiliki kemampuan sangat terbatas, biasanya penentuan harga ditunjukkan untuk sekedar mempertahankan market share.

c. Indikator Harga

Indikator yang digunakan untuk mengukur harga antara lain:

- 1) Keterjangkauan harga, yang dapat dijangkau oleh semua kalangan sesuai dengan target segmen pasar yang dipilih.
- 2) Kesesuaian harga dengan manfaat, konsumen akan merasa puas ketika mereka mendapatkan manfaat setelah mengkonsumsi apa yang ditawarkan sesuai dengan nilai yang mereka keluarkan.
- 3) Daya saing harga, yang ditawarkan apakah lebih tinggi atau dibawah rata-rata dari pada pesaing.
- 4) Kesesuaian harga dengan kualitas produk, kualitas produk menentukan besarnya harga yang akan ditawarkan kepada konsumen.
- 5) Harga yang variatif, membuat harga yang bervariasi berguna untuk mempertimbangkan daya beli konsumen.

d. Harga dalam perspektif ekonomi islam

Dalam ekonomi islam, ketika terjadi dalam kenaikan harga untuk penetapan harga-harga dalam pasar, dan dalam penetapan harga akan ada seorang pembeli harus membayar pada tingkat harga yang berlebihan, yang tertera hadis dibawah ini dalam periwayatnya bukhari dan muslim, abu daud dan ahmad, dalam hadis dibawah ini telah terjadi kenaikan harga-harga barang, seperti diketahui pada hadis di bawah ini yang berbunyi:²⁴

حَدَّثَنَا عُمَانُ بْنُ أَبِي ثَيْبَةَ حَدَّثَنَا عَقْنُ حَدَّثَنَا حَمْدُ بْنُ سَلَمَةَ أَخْبَرَنَا ثَبْتٌ عَنْ أَنَسٍ وَقَتَدَةُ وَحُمَيْدٌ عَنْ أَنَسٍ قَلَّ قَلَّ أَنْسُ يَ رَسُولَ اللَّهِ عَلَا اسَّعُرُ فَسَعَّرْنَا . فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمَسْعُورُ أَلْقَا بَضُّ الْبَسِطُ الرَّازِقُ وَإِنِّي لِأَرْجُو أَنْ أَلْقَى اللَّهَ وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ يُطَا لِيَنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ .

*Ya Rasulullah telah terjadi kenaikan harga-harga barang maka tetapkan harga barang-barang tersebut. Rasulullah menjawab: Sesungguhnya Allah yang maha penetap harga, yang menyempitkan dan melangkan serta pemberi rezeki, saya berharap akan bertemu dengan Allah dan tidak seorangpun yang menuntun saya karena kezaliman yang saya lakukan dalam masalah darah dan harta.*²⁵

Pada hadis ini menjelaskan pada kata *يُطَا لِيَنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ* yang bermakna karena kezaliman yang saya lakukan dalam masalah darah dan harta, dan pada hadis ini muncul ketika masa-masa ekonomi sangat sulit,

²⁴ Rozalinda, *Ekonomi Islam, teori dan aplikasinya pada aktivitas ekonomi*, PT. Raja Grafindo persada, Jakarta, 2014, hlm.162

²⁵ Sulaiman ibn al-asy'ats ibn syadad ibn Umar al-azdi Abu Daud al-sajastani, *Sunan Abu Daud*, Juz ke 10, hadis ke 3453, hlm.269

sehingga barang komoditi menipis, naiknya harga barang pada masa ini dikarenakan tingginya permintaan terhadap stok barang yang menipis disebabkan oleh para pedagang, ini berarti pasar berjalan secara alami. Dalam keadaan seperti ini, jika dilihat pada sikap yang diambil pemerintah tidak punya wewenang untuk campur tangan dalam menetapkan harga komoditi di pasar.²⁶

4. Kualitas Pelayanan

Menurut Lovelock dalam buku Popon Srisusilawati Kualitas pelayanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh perusahaan jasa dalam rangka memuaskan konsumen dengan cara memberikan atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen. keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.²⁷

Kualitas pelayanan merupakan suatu keharusan yang harus dimiliki oleh perusahaan baik yang memproduksi barang maupun jasa. Selain itu, kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara kenyataan dan harapan konsumen, jika kenyataan ternyata yang terima lebih dari yang diinginkan maka pelayanan yang diberikan dapat dikatakan bermutu dan konsumen akan merasa puas, dan sebaliknya jika kenyataan ternyata kurang dari apa yang diharapkan maka pelayanan dikatakan tidak bermutu.²⁸

²⁶ Rozalinda, *Ekonomi Islam, teori dan aplikasinya pada aktivitas ekonomi*, PT. Raja Grafindo persada, Jakarta, 2014, hlm.162

²⁷ Popon Srisuliwati, *Kualitas Layanan Dan Startegi Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah* (CV.Pena Persada Redaksi), 2020), hlm.11.

²⁸ Rianto.M.nur, *Buku Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Alfabeta, 2012), hlm.221.

a. Indikator Pelayanan

Ada indikator kualitas pelayanan yang terletak pada empat dimensi yaitu:²⁹

- 1) Berwujud (*tangible*), adalah penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil dan perlengkapan operasional suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
- 2) Keandalan (*reliability*), adalah kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang semestinya secara tepat sesuai yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya.
- 3) Ketanggapan (*responsiveness*), adalah kemampuan yang diberikan pihak perusahaan untuk membantu konsumen dalam mendapatkan pelayanan yang cepat dan penyampaian informasi yang jelas.
- 4) Kepedulian (*emphathy*), adalah rasa memiliki, memperhatikan dan memelihara pada masing-masing pelanggan atau konsumen.

b. Faktor Penyebab Buruknya Kualitas Pelayanan

Setiap perusahaan harus mampu memahami dan mengantisipasi beberapa faktor potensial yang bisa menyebabkan buruknya kualitas pelayanan, diantaranya:³⁰

- 1) Intensitas tenaga kerja yang tinggi. Faktor-faktor yang bisa mempengaruhi intensitas tenaga kerja yang tinggi yaitu upah yang

²⁹ Alfina Lidya Worotika, Dkk, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Ikan Bakar Kinamang', Dalam Jurnal Emba, Vol.9,NO.3, Juli (2021), hlm.1279.

³⁰ Yunita Anggraini, 'Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Puti Minang Bandar Lampung Dalam Persepektif Ekonomi Islam,(Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung', 2021, hlm.35.

rendah, pelatihan yang kurang memadai dan motivasi kerja karyawan rendah.

- 2) Dukungan terhadap pelanggan internal kurang memadai. Agar karyawan mampu melayani pelanggan secara efektif, mereka membutuhkan dukungan dari fungsi-fungsi utama manajemen seperti, operasi, pemasaran, keuangan dan SDM.
- 3) Memperlakukan Semua Pelanggan dengan Cara yang Sama Pelanggan merupakan individu unik dengan preferensi, perasaan dan emosi masing-masing, dalam hal interaksi dengan penyedia layanan, tidak semua pelanggan bisa menerima layanan yang seragam.

B. Kajian/ Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan sebelumnya sangat penting untuk diungkapkan karena dapat dipakai sebagai sumber informasi dan bahan acuan yang sangat berguna bagi penelitian saat ini. Penelitian terdahulu yang berhubungan dengan pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

1. Kualitas Produk dengan kepuasan konsumen

Kualitas produk merupakan fokus utama dalam membangun bisnis kuliner, kualitas merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk. Kualitas produk merupakan fokus utama dalam pebisnis dan kualitas produk salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada konsumen yang melebihi paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing.

Dalam penelitian Ridho Rafqi Ilhamalimy dan M. Rizky Mahaputra menyatakan bahwa, Kualitas adalah nilai yang diberikan oleh pelanggan, dimana kualitas produk adalah sejauh mana produk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan untuk memberikan keinginan pelanggan maka kualitas produk yang akan di tingkatkan lagi karna kualitas akan sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini berarti nilai suatu produk yang ditawarkan juga menentukan mutu yang nantinya mempengaruhi kepuasan konsumen.³¹

Dalam penelitian Rosa Lesmana dan Ratnasari menyatakan bahwa, “Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menampilkan fungsinya Kualitas produk dapat ditinjau dari dua sudut pandang yaitu internal dan eksternal.³²

Penelitian Diapinsa Gema Zakaria dalam jurnalnya menyatakan bahwa, Produk merupakan suatu yang pertama kali dilihat pelanggan, pelanggan akan merasa puas apabila harapannya terhadap produk tersebut terpenuhi. Dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan produk yang ditawarkan harus berkualitas, kualitas dapat diartikan sebagai produk yang bebas dari cacat.³³

Penelitian Lis noviyani dalam jurnal penelitiannya menyatakan bahwa, Kualitas adalah nilai yang diberikan pelanggan dimana kualitas produk adalah

³¹ Ridho Rafqi Ilhamalimy And Mahaputra M.Rizky, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran)’, Dalam Jurnal Hukum Humaniora Dan Politik, Vol.1 . ,No.1 (2020), hlm. 92.

³² Ros Lesmana Ratnasari, ‘Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Terhadap Kepuasan Konsumen Pt.Radeka Tama Piranti Nusa’, Dalam Jurnal Pemasaran Kompetitif, Vol. 2, No.2 (2019), hlm.118.

³³ Diapinsa Gema Zakaria, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan’, Dalam Jurnal Ilmu Manajemen, 14, No.1 (2017), hlm. 7.

sejauh mana produk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dan itu menjadi pilihan bagi pelanggan karena pelanggan biasanya menuntut kualitas produk yang diharapkan.³⁴

Penelitian Fadila Dona Febriana, dalam jurnal penelitiannya menyatakan bahwa, Definisi Kualitas produk adalah keseluruhan ciri dari kemampuan produk atau pelayanan yang secara tersirat dalam memuaskan kebutuhan dan kepuasan konsumen. Bahwa kualitas produk yang di kutif dari jurnal Fadila Dona Febriana tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.³⁵

Penelitian dari James Sambara Emba menyatakan bahwa, Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen café' 3.am Koffie spot, manado, hal ini berarti semakin baik kualitas produk yang dijual café' 3.am Koffie spot, manado kepada konsumen maka akan semakin puas konsumen yang membeli di café; 3 am.koffie spot manado.³⁶

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan yaitu jika kualitas produk semakin tinggi maka tingkat kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi.

2. Harga dengan kepuasan konsumen.

Harga sebagai pengorbanan keseluruhan yang bersedia dilakukan konsumen dalam rangka mendapatkan produk atau jasa spesifik. Dan harga

³⁴ Lis Noviyani, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. Usaha Mandiri Jakarta Selatan', Dalam Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma, Vol. 1, No.1 (2018), hlm.24.

³⁵ Fadila Dona Febriana, 'Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tanam Coffeshop Kaligarang Semarang', Dalam Jurnal Mirai Manajemen, Vol.7, No.1 (2022), hlm.4.

³⁶ James Sambara, 'Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen', Dalam Jurnal Emba, Vol. 9, No.4 Oktober(2021), hlm.133.

adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut.

Dalam penelitian Desti Ramdhani dalam jurnal bahwa, Faktor persepsi harga merupakan faktor yang dianggap paling menarik bagi konsumen dalam menentukan keputusan untuk membeli suatu produk. Persepsi harga adalah persepsi atas harga yang menyangkut bagaimana informasi harga dipahami oleh konsumen dan buat bermakna bagi mereka. Harga merupakan unsur yang paling penting dalam bauran pemasaran setelah produk dan merupakan satu-satunya unsur dalam bauran pemasaran yang mendapatkan pendapatan penjualan. bahwa persepsi harga berpengaruh signifikan baik langsung atau tidak langsung terhadap kepuasan konsumen.³⁷

Dari penelitian I Gusti Ayu Agung Maharani dalam jurnal bahwa, Harga suatu gambaran yang seluruh atau persepsi dimana harga mencerminkan bagaimana cara konsumen melihat harga sebagai harga yang tinggi, rendah dan adil, persepsi harga ini berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami seutuhnya dan memberikan makna yang di dalam konsumen. Bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.³⁸

Dalam penelitian Yahya Saipuloh dalam jurnal bahwa, Harga adalah tingkat harga yang diterima konsumen untuk setiap produk, berdasarkan hasil

³⁷ Desti Rahmdhani, 'Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Smartphone Oppo', Dalam Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan, Vol. 4, No. 3 (2022), hlm. 3.

³⁸ I Gusti Ayu Agung Maharani, 'Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Mina Cabang Dalung', Dalam Jurnal Values, Vol. 3, No. 1. (2022), hlm. 3.

umpan balik konsumen. Kepuasan konsumen berperan penting sebagai pemicu utama yang mendorong pembelian berulang, dan menjadi kontributor utama dalam jumlah penjualan perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan loyaltasnya.³⁹

Dalam penelitian Asri Yanti Bali dalam jurnal bahwa, Harga menjelaskan bahwa kualitas produk karena konsumen mempertimbangkan harga yang sesuai dengan kualitas produk, hal ini terjadi pada konsumen. Pada konsumen lebih memperhatikan unsur harga dan kualitas produk. Sehingga konsumen akan tetap mempertimbangkan manfaat terbesar yang akan diterimanya dan bersedia membayar lebih banyak untuk kenyamanan, penampilan, keunggulan yang dirasakan yang diberikan kepada konsumen.⁴⁰

Dalam penelitian Ria Siti Aisyah dalam jurnal bahwa, Memperlihatkan bahwa harga jika suatu harga memberikan kualitas yang baik kepada pelanggan maka semakin besar pula tingkat kepuasan konsumen, sebaliknya apabila suatu harga tidak memberikan kualitas yang baik, maka tingkat kepuasan konsumen tersebut akan rendah. Hal ini bahwa harga dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan penawaran harga yang sesuai dengan manfaat dan kualitas produk yang disajikan dapat meningkatkan kepuasan konsumen.⁴¹

³⁹ Yahya Saipuloh, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Loyaltasnya Pelanggan Di Hotel the Westin Jakarta', Dalam Jurnal Ilmiah Multidisiplin, Vol. 2, No. 9 Agustus 2023, hlm 5-6.

⁴⁰ Astri Yanti Bali, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyaltasnya Konsumen Dengan Keputusan Konsumen Sebagai Variabel Intervening', Dalam Jurnal Akuntansi Manajemen Dan Ekonomi, Vol. 1, No. 1 Mei 2022, hlm. 2.

⁴¹ Ria Siti Aisyah, 'Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Dengan Kepuasan Pelanggan Di Restoran Joe's Grill Swiss Bell-Hotel Mangga Besar', Dalam Jurnal Manajemen Bisnis, Vol. 25, No. 2 (2022), hlm. 9.

Dalam penelitian lin Nur Diyah Hastuti dalam jurnal bahwa:

Harga merupakan salah satu bagian yang penting dalam pemasaran suatu produk karena harga adalah suatu peoduk karena harga adalah satu dari empat bauran pemasaran atau marketing mix. Bahwa konsumen dasar dari suatu indikator dari harga dalam pemasaran .terdapat bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.⁴²

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan harga dengan kepuasan konsumen yaitu jika Harga semakin tinggi maka tingkat kepuasan Konsumen juga akan semakin tinggi.

3. Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen

Kualitas pelayanan merupakan suatu proses pasti ada input dan output yang diproses dalam suatu pelayanan yaitu konsumen itu sendiri material dan informasi. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Tercapainya kualitas pelayanan yang tinggi akan mendorong terciptanya kepuasan kosnumen karena kualitas pelayanan merupakan sarana untuk mewujudkan kepuasan konsumen ketidakpuasan pada salah satu atau lebih dari dimensi pelayanan akan memberikan kontribusi terhadap tingkat layanan secara keseluruhan.

Dalam penelitian dalam Rebecca Oktavia Nababan jurnalnya menyatakan bahwa, kualitas layanan adalah ukuran sejauh mana suatu pelayanan yang

⁴² Lin Nur Diyah Hastuti, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Bakso Tukul Arwana Cabang Season City Jakarta Barat', Dalam Jurnal Ikrath-Ekonometrika, Vol.5,No.1,Maret 2022,hlm 4.

diberikan dapat memenuhi harapan pelanggan. Ada hubungan antara kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan dan berpengaruh positif.⁴³

Dalam penelitian Erlina Pakki DKK dalam jurnalnya menyatakan bahwa, Kepuasan pelanggan juga tidak terlepas dari adanya kualitas pelayanan yang baik dari sebuah perusahaan. Kualitas pelayanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap menjadi pilihan pelanggan.⁴⁴

Cocorda Istri Agung Krisna Dewi dalam penelitiannya menyatakan bahwa, “Kepuasan pelanggan sangat berkaitan erat dengan kualitas layanan, perusahaan perlu memberi perhatian lebih terhadap kualitas pelayanan karena kepuasan terhadap kualitas pelayanan satu dengan lainnya sulit ditiru.”⁴⁵

Penelitian Putri Oktaviani Devi dalam penelitiannya menyatakan bahwa:

Kualitas pelayanan merupakan fasilitas yang diinginkan pelanggan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, ketika pelanggan percaya bahwa layanan yang pelanggan terima akan memenuhi harapan pelanggan, sebaliknya jika kualitas pelayanan yang tidak diharapkan pelanggan tak terpenuhi maka pelanggan akan menanggapi pelayanan tersebut buruk.⁴⁶

Dalam penelitian Iis Maulidah DKK dalam jurnalnya menyatakan bahwa:

⁴³ Rebecca Oktavia Nababan, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Pramusaji Terhadap Kepuasan Tamu Di Restoran Kopi Medan Pada Hotel Pardede Internasional Medan’, Dalam Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Teknologi, Vol.2,No.1 (2022),hlm. 174.

⁴⁴ Erlina Pakki Dkk, ‘Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar’, Dalam Jurnal of Business Administration, Vol. 3,No.2 (2019), hlm.231.

⁴⁵ Cocorda Istri Agung Kisna Dewi, ‘Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah PT.Bank Pembangunan Daerah Bali’, Dalam Jurnal Manajemen UNUD, Vol.7 No.8 (2018),hlm. 4543.

⁴⁶ Putri Oktaviani Dewi, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Massa Coffe Shop Bandung’, Dalam Journal of Economics and Business, Vol.6,No.1, 2022, hlm.228.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan, sebab konsumen tidak hanya mencari produk yang sesuai namun juga mencari pelayanan yang memuaskan, pelayanan bukan hanya bagaimana ketanggapan pelayan dalam melayani namun juga dari tempat yang nyaman. Kualitas pelayanan yang baik dari perusahaan akan berdampak baik yaitu kepuasan konsumen.⁴⁷

Dalam penelitian Alvin Mariansyah dalam jurnal menyatakan bahwa, Kualitas pelayanan adalah salah satu bentuk penilaian konsumen pada tingkat layanan yang telah diterima oleh konsumen, pelayanan yang baik tentu diharapkan konsumen agar memeberikan rasa puas. Bahwa dari hal ini kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.⁴⁸

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan yaitu jika kualitas pelayanan semakin tinggi maka tingkat kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi.

Tabel I. 2
Penelitian Terdahulu

No	Nama penelitian	Judul penelitian	Hasil penelitian
1.	Ridho Rafqi Ilhamalimy (jurnal ilmu hukum humaniora dan politik) Vol.1 No.2 (2019)	Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan dan kepuasan pelanggan (literatur review manajemen pemasaran)	Berdasarkan hasil analisis persepsi konsumen Fuku Ramen dan Hakata Ikkousha dapat dilihat bahwa value yang konsumen dapat dari Hakata Ikkousha lebih besar daripada

⁴⁷ Lis Maulidah Dkk, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Ayam Goring Nelongso Jember', Dalam Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol.13,No.1 (2019), hlm.26.

⁴⁸ Alvin Mariansyah, 'Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu', Dalam Jurnal Ilmiah Bina Manajemen, Vol. 3, No.3 (2020), hlm. 135.

			Fuku Ramen walaupun kedua restoran memberikan value yang cukup besar pada konsumen. Dan hal tersebut menyebabkan niat beli ulang pada Hakata Ikkousha juga menjadi lebih tinggi dibandingkan dengan Fuku Ramen.s
2	Rosa Lesmana dan Ratna Sari (Jurnal Pemasaran Kompetitif) Vol.2 No.2 (2019)	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Radeka Tamapiranti Nuasa	Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial dan simultan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
3	Diapinsa Gema Zakaria (Jurnal Ilmu Manajemen) Vol.14.No.1 (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap kepuasan pelanggan	Kualitas pelayanan, produk dan harga juga mempunyai pengaruh yang positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan
4	Iis Noviyanti (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma) Vol.1. No.2 (2018)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cv Usaha Mandiri Jakarta Selatan.	maka besarnya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan sebesar 28,2% -Dari analisis regresi linear berganda maka besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 25,1% -Dari hasil koefisienn determinasi maka besarnya kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 28,7%
5	Fadila Dona Febriana,(Jurnal Mirai Manajemen) Vol.7. No.7 (2022)	Pengaruh Kualitas Produk Citar Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tanam Coffee Shop Kaligarang Semarang	Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Tanam Coffeeshop kaligarang Semarang

6	James Sambara, (Jurnal Emba vol.9,No.4 oktober 2021	Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan store atmosphere terhadap kepuasan konsumen pada café 3.am Koffie sport manado	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen café' 3. Am koffie spot, manado kepada konsumen maka akan semakin puas konsumen yang membeli di café' 3.am koffie spot manado
7	Desti Ramdhani,(Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan, vol.4, No.3 2022	Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang <i>smartphone</i> oppo	hasilnya bahwa variabel kualitas produk yang mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap harga dan berpengaruh terhadap minat beli ulang pada <i>smartphone</i> oppo.
8	I Gusti ayu agung maharani(Values vol.3, No.1 tahun 2022)	Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen pada warung mina cabang dalung	Hal ini bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di warung mina cabang dalung. Dalam penelitian ini variabel persepsi harga adalah variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen
9	Yahya Saipuloh(Jurnal Ilmiah Multidisplin vol.2,No.9,agustus 2023)	Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan untuk meningkatkan loyaltitas pelanggan di Hotel The Westin Jakarta	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, persepsi harga dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menyarankan agar manajemen hotel the westin Jakarta memperhatikan kualitas

			pelayanan, persepsi harga dan kualitas produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan agar loyalitas pelanggan semakin meningkat.
10	Asri Yanti Bali (Jurnal Akuntansi Manajemen dan Ekonomi) Vol.1. No.1, Mei 2022	Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening	bahwa hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen . besarnya pengaruh variabel kualitas produk dan harga melalui kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen
11	Ria siti aisyah(Jurnal manajemen bisnis , vol. 25 No.2, 2022	pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan persepsi harga dengan kepuasan pelanggan di restoran koe's grill swiss bell-hotel manga besar	Hal ini bahwa kualitas makanan yang disajikan restoran bukanlah satu-satunya yang menjadi pendorong bagi konsumen unruk merasa puas, namun juga didukung oleh variabel lain seperti kualitas pelayanan dan persepsi harga. Selain ketiga variabel diatas kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Hal ini menjadi pertimbangan bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian lanjutan dengan menganalisis variabel yang tidak dibahas dalam penelitian ini untuk mendapatkan hasil yang lebih mendalam tentang faktor yang mempengaruhi

			kepuasan konsumen.
12	Lin Nur Diah Hastuti, (Jurnal Ikraith-Ekonomika vol. 1 No, 5 maret 2022	Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan bakso tukul arwana cabang season city Jakarta barat	Hasilnya bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga baik secara sendiri-sendiri (parsial) maupun secara bersama-sama (simultan) berepengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan bakso tukul arwana cabang season city Jakarta barat.
13	Rebecca Oktavia, (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Teknologi) Vol.2 No.1 Januari 2022	Pengaruh Kualitas pelayanan Pramusaji Terhadap Kepuasan Tamu di Restoran Kopi medan Pada Hotel Pardede Internasional Medan	Kualitas pelayanan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan consume pada hotel pardede internasional medan .
14	Erlina Pakki DKK (Jurnal Of Business Administration) Vol.3 No.2 (2019)	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar, dalam Jurnal Of Business Administration 2019	Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan juga loyalitas pelanggan.
15	Cokorda Istri Agung Krisna Dewi Dan I Gede Merta Sudiartha (Jurnal Manajemen UNUD) Vol.7 No.8 (2018)	Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah PT.Bank Pembangunan Daerah Bali	Kualitas produk dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah
16	Putri Oktaviani Devi (Journal Of Economics and Business) Vol.6 No.1 Maret 2022	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pada Massa Coffe Shop Bandung	Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada massa caffee shop bandung dapat dibuktikan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen
17	Iis Maulidah, Joko Widodo Dan	Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan	Ada pengaruh yang signifikan kualitas

	Mukhamad Zulianto (Jurnal Pendidikan Ekonomi) Vol.13 No.1 (2019)	Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember	produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan ayam goreng nelongso jember sebesar 79,9%
18	Alvin Mariansyah (Jurnal Ilmiah Bina Manajemen) Vol.3, No.3 2020	Pengaruh kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap kepuasan Konsumen Café Kabalu	Dari hasil penelitian terhadap kepuasan konsumen café kabalu di ketahui variable kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen

Adapun persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu diantaranya sebagai berikut:

1. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Ridho Rafqi Ilhamalimy dan M. Rizky Mahaputra yaitu sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian. Penelitian Ridho Rafqi Ilhamalimy dan M. Rizky Mahaputra dilakukan pada literatur review manajemen pemasaran sedangkan peneliti meneliti pada pengaruh kualitas produk, harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada sens café' padang maringgi.
2. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Rosa Lesmana dan Ratna Sari yaitu sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian. Penelitian Rosa Lesmana dan Ratna Sari dilakukan PT. Radeka Tamapiranti Nusa sedangkan peneliti meneliti pada kualitas produk, harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Sens Café' padang maringgi.

3. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Diapinsa Gema Zakaria yaitu sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian. Penelitian Diapinsa Gema Zakaria dilakukan di Rumah Makan Minang di Jember sedangkan peneliti meneliti pada kualitas produk, harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada sens café' padang matinggi
4. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Iis Noviyanti yaitu sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian. Penelitian Iis Noviyanti dilakukan di CV.Usaha Mandiri Jakarta Selatan sedangkan peneliti meneliti kualitas produk, harga, kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Sens café' Padang Matinggi.
5. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Fadila Dona Febriana yaitu sama-sama membahas tentang ,kualitas produk, Citra merek, dan Persepsi harga dan kepuasan pelanggan, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian. Penelitian Fadila Dona Febriana dilakukan pada kaliwarang Semarang sedangkan peneliti meneliti pada kualitas produk, harga, kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Sens Café Padang Matinggi.
6. Persamaan penelitian ini dengan penelitian James Sambara yaitu sama-sama membahas tentang Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan store Atmosphere terhadap kepuasan konsumen pada cafe3.am Koffie sport manado, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian. Sedangkan

peneliti meneliti pada kualitas produk harga, kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Sens Café Padang Matinggi.

7. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Desti Rahdhani yaitu membahas tentang pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang *smartphone oppo* sedangkan perbedaannya peneliti meneliti pada sens café padang matinggi
8. Persamaan penelitian ini dengan penelitian I Gusti ayu agung maharani yaitu membahas tentang pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen pada warung mina cabang dalung. Sedangkan, pada peneliti meneliti tentang kualitas produk, harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada sens café padang matinggi
9. Persamaan penelitian ini dengan peneliti Yahya Saipuloh yaitu membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan tingkat kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan di hotel the westin Jakarta. Sedangkan peneliti meneliti tentang pengaruh kualitas produk, harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada sens café padang matinggi.
10. Persamaan penelitian ini dengan peneliti Asri yanti bali yaitu membahas tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel Intervening , sedangkan peneliti meneliti tentang pengaruh kualitas produk, harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada sens café padang matinggi.

11. Persamaan peneliti ini dengan ria siti aisyah yaitu membahas tentang pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan persepsi harga dengan kepuasan pelanggan di restoran joe's grill swiss bell-hotel manga besar sedangkan peneliti meneliti tentang pengaruh kualitas produk, harga, kepuasan konsumen pada sens café padang matinggi
12. Persamaan peneliti ini dengan lin nur diyah astute yaitu membahas tentang Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan bakso tukul arwana cabang season city Jakarta barat. Sedangkan peneliti meneliti tentang pengaruh kualitas produk, harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada sens café padang matinggi
13. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Rebecca Oktavia yaitu sama-sama membahas tentang kualitas produk dan kepuasan pelanggan, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian. Penelitian Rebecca Oktavia dilakukan pada pengaruh kualitas pelayanan Pramusaji Terhadap Kepuasan Tamu di Restoran Kopi medan Pada Hotel Pardede Internasional Medan, Sedangkan peneliti meneliti tentang pengaruh kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, terhadap kepuasan konsumen pada sens café padang matinggi.
14. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Erlina Pakki DKK yaitu samasama membahas tentang kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian. Penelitian Erlina Pakki DKK dilakukan pada Survei Pada perusahaan daerah air minum kota Makassar sedangkan peneliti meneliti pada pengaruh kualitas produk,

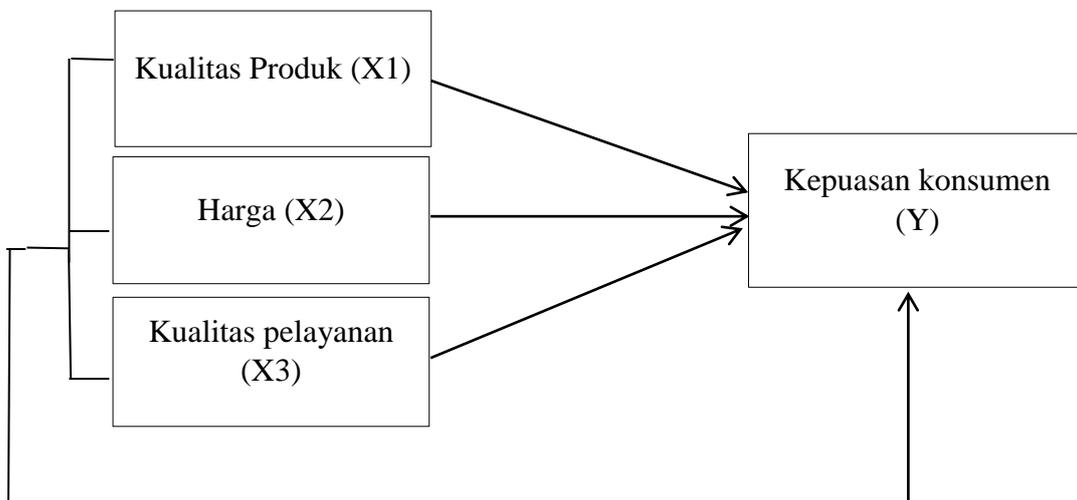
harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada sens café padang matinggi.

15. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Cokorda Istri Agung Krisna Dewi Dan I Gede Merta Sudiartha yaitu sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian. Penelitian Cokorda Istri Agung Krisna Dewi Dan I Gede Merta Sudiartha dilakukan PT. Bank Pembangunan Daerah Bali sedangkan peneliti meneliti pada pengaruh kualitas produk, harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada sens café padang matinggi.
16. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Putri Oktaviani Devi yaitu sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian. Penelitian Putri Oktaviani Devi dilakukan Pada Massa Coffee Shop Bandung. sedangkan peneliti meneliti pada kualitas produk, harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada sens café padang matinggi.
17. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Iis Maulidah, Joko Widodo dan Mukhamad Zulianto yaitu sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian. Penelitian Iis Maulidah, Joko Widodo dan Mukhamad Zulianto dilakukan di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember sedangkan peneliti meneliti pada pengaruh kualitas produk, harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada sens café padang matinggi

18. Persamaan peneliti ini dengan penelitian Alvin Mariansyah yaitu membahas tentang pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam kepuasan café kabalu sedangkan peneliti meneliti tentang pengaruh kualitas produk, harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada sens café padang matinggi.

C. Kerangka pikir

Gambar II.2
Kerangka pikir



D. Hipotesis penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara atas masalah yang menjadi objek dalam penelitian didasarkan pada teori yang relevan. Hipotesis bersifat belum pasti, sehingga ada kalanya hipotesis yang diberikan mungkin benar dan mungkin salah, sedangkan penolakan atau penerimaan suatu hipotesis tersebut tergantung dari hasil penelitian terhadap faktor-faktor yang dikumpulkan, kemudian diambil suatu kesimpulan.⁴⁹

⁴⁹ Sugiyono, Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, Dan Disertai (STD) (CV. Bandung, Alfabeta, 2020), hlm.59.

Dalam Menurut Kotler dan Amstrong dalam buku Nurmawati, bahwa kualitas produk merupakan senjata strategi potensial untuk mengalahkan pesaing. Kemampuan dari kualitas produk untuk menunjukkan berbagai fungsi termasuk didalamnya ketahanan, handal, ketepatan, dan kemudahan dalam penggunaan Dengan ini bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Dalam teori. Menurut kotler dan Amstrong dalam buku Dwi septi haryani bahwa harga adalah jumlah uang yang dibebankan kepada produk atau layanan, atau jumlah dari pertukaran nilai untuk manfaat atas kepemilikan atau penggunaan produk atau layanan bagi seorang pelanggan. Dalam teori bahwa harga sangat bersignifikan positif terhadap kepuasan konsumen.

Dari teori Menurut Lovelock dalam buku Popon Srisusilawati Kualitas pelayanan merupakan tingkatan kondisis baik buruknya sajian yang diberikan oleh perusahaan jasa dalam rangka memuaskan konsumen dengan cara memberikan atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen. keunggulan yang harapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan konsumen. Bahwa dari teori tersebut kualitas pelayanan bersignifikan positif terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan pada pembahasan landasan teori maka dapat dikemukakan hipotesis dalam penelitian sebagai berikut:

H₁: Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Sens *Café*'

Padang Matinggi.

H₂: Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Pada Sens *Café*' Padang Matinggi.

H₃: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Pada Sens *Café*' Padang Matinggi.

H₄: Kualitas Produk, harga, kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Pada Sens *Café*' Padang Matinggi.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan pada wilayah Padang Matinggi, Kota Padang Sidempuan, waktu penelitian dilakukan pada bulan Juni-Agustus 2023.

B. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu menggunakan instrument penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹

Pada masalah penelitian ini. Peneliti akan melakukan analisa seputar kualitas produk, harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dilaksanakan pada *Sens Café* Padang Matinggi. Hal ini dilakukan untuk menjawab masalah yang diangkat dalam penelitian sehingga menghasilkan suatu hasil penelitian yang bermakna dan sesuai dengan tujuan penelitian yang dilaksanakan.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah Merupakan Wilayah Generalisasi Yang Terdiri Dari Objek/Subjek Yang Memiliki Kuantitas Dan Karakteristik Tertentu Yang Ditetapkan Oleh Peneliti Untuk Dipelajari Dan Kemudian Ditarik

¹ Sugiyono, Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, Dan Disertai (STD) (CV. Bandung, Alfabeta, 2020), hlm.59.

Kesimpulannya.² Populasi dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen pada Sens *Café*' Padang Matinggi. Dan juga peneliti juga meneliti kepuasan konsumen sekitar waktu satu bulan meneliti Sens *Café*' Padang Matinggi. ³

Tabel II.1
Pada Populasi

No	Tahun	Tanggal /Bulan	Pengunjung Sens <i>Café</i>
1	2023	3 juni	40 orang perhari x 30 hari
Jumlahnya : 1200 orang perbulan			

2. Sampel

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik *Non probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. ⁴pengambilan pada sampel ini dengan mengambil seluruh populasi menjadi sampel yaitu sebanyak 1.200 konsumen. Pada ukuran pengambilan sampel dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah menggunakan rumus *slovin* yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n =Jumlah Sampel

N =Jumlah Populasi

E =Error Level (Tingkat Kesalahan) pengambilan sampel yang masih dapat diinginkan sekitar 10%

² Budi Gautama& AliHardana, *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*,2021, Hlm.97.

³ Sens Cafe' Padang Matinggi 3 Juni 2023, pukul 11.00 Wib.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R & d* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm.199

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{1.200}{1 + 1.200(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.200}{1 + 1200 \cdot 0,01}$$

$$n = \frac{1.200}{13}$$

$$n = 92,30$$

$$n = 92$$

jadi, sampelnya ialah 92

Dari hasil sampel yang didapatkan bahwa sampel yang berjumlah 92 yang didapatkan langsung dari kepuasan konsumen pada *Sens Café' Padang Matingi*.

D. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

1. Instrumen

a. Data Primer

Data primer yang di gali berasal dari penelitian langsung pada objek penelitian. Dengan wawancara, observasi, dan survey lapangan. Adapun sumber data primer penelitian ini adalah dengan kepuasan konsumen yang berkunjung pada *Sens Café' Padang Matingi* ini.

b. Data Sekunder

Data sekunder data yang di dapat secara tidak langsung misalnya kepentingan tertentu. Sumber data dalam penelitian ini meliputi Kepuasan Konsumen Pada *Sens Café' Padang Matingi*

2. Teknik Pengumpulan data

a. Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada objek penelitian yang mau memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna. Kuesioner juga ditujukan untuk mengumpulkan data melalui formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis kepada responden dalam penelitian ini adalah Kepuasan konsumen pada *Sens Café Padang Matinggi*.⁵

Instrumen penelitian ini yaitu dengan mengukur variabel Kepuasan konsumen (Y), Kualitas produk (X_1), Harga (X_2), Kualitas pelayanan (X_3). Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert, dengan lima skala, dengan bobot nilai 1- sampai 5

Bobot nilai instrument penelitian berdasarkan modifikasi skala likert untuk setiap variabel penelitian

Tabel III.1
Instrument Skala Likert

Alternative Jawaban	Skor
Sangat Tidaksetuju (STS)	5
TidakSetuju (TS)	4
Netral(N)	3
Setuju(S)	2
Sangat Setuju(SS)	1

⁵ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&d (Bandung:Alfabeta, 2010), hlm.199.

Tabel III.2
Kisi-kisi Angket

Variabel	Indikator	Nomor pernyataan
Kualitas Produk (x1)	1. Kinerja produk 2. Fitur produk 3. Kehandalan produk 4. Daya tahan 5. Desain tampilan	1,2,3,4,5,6,7
Harga (x2)	1. Keterjangkauan Harga 2. Kesesuaian Harga dengan manfaat 3. Daya saing Harga 4. Kesesuaian Harga dengan porsi 5. Harga yang variatif	1,2,3,4,5,6,7
Kualitas Pelayanan (x3)	1. Berwujud 2. Kehandalan 3. Ketanggapan 4. Kepedulian	1,2,3,4,5,6,7
Kepuasan Konsumen(Y)	1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14

b. Observasi

Observasi yaitu pengumpulan data yang haruskan peneliti terjun ke lapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan tempat, pelaku, kegiatan, waktu, peristiwa, dan tujuan.⁶ Observasi dalam penelitian ini dilakukan langsung ke lokasi penelitian yang berlokasi di *Sens Cafe* Padang Matinggi.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif R&D* (Jakarta:Alfabeta, 2012), hlm.133.

E. Uji Validitas dan reabilitas

1. Uji Validitas

Instrumen penelitian harus valid, untuk itu sebelum digunakan untuk mengumpulkan data, instrumen penelitian perlu diuji terlebih dahulu. Kemudian lakukan pengujian validitas instrument data dengan dua cara, yaitu pengujian validitas konstruk dan validitas empiris.⁷ Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan tingkat kevalidtan suatu instrumen. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya kuesiner. Instrumen dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang di teliti.

Pengujian digunakan dengan menggunakan dua sisi dengan taraf signifikan (0,01), uji signifikan dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} dengan $df = n-k-1$, n adalah jumlah sampel. Adapun kriteria pengujiaannya sebagai berikut:

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrument atau item pernyataan berkolerasi signifikan terhadap skot total maka dinyatakan valid.
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrument item pernyataan tidak berkolerasi signifikan terhadap skor total maka dinyatakan tidak valid.⁸

2. Uji realibilitas

Uji reabilitas dilakukan dengan butir-butir instrument teamwork yang valid, dinamis dengan teknik alpha crobach. Dari perhitungan akan diperoleh

⁷ Marsono, Metode Penelitian (In Media, 2014), hlm.171.

⁸ Santoso, *Mahir Statistik Parametrik Konsep Dasar dan Aplikasi dengan SPSS* (Jakarta: PT.Gramedia,2019),Hlm.145

besarnya r_1 atau r_{hitung} . Selanjutnya r_{hitung} dibandingkan dengan r_{tabel} dengan kebebasan $dk = n - 1$ dan taraf signifikan 10% jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ berarti instrument dinyatakan reabel dan sebaliknya.⁹

F. Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan setelah terkumpulnya sumber data. Adapun analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Analisis Deskriptif

Analisis statistic deskriptif adalah uji yang digunakan untuk memberikan gambaran mengenai vaariabel sekaligus mendukung variabel yang di teliti tanpa generalisasi aau menarik kesimpulan. Perhitungan statisik deskriptif dapat dilihat melalui mean,modus,median,standar deviasi, dan skewnes yang disajikan dalam bentuk diagram ataupun tabel.¹⁰

2. Uji normalitas

Uji Normalitas Yang Paling Sederhana adalah Membuat Grafik Distribusi Frekuensi Atau Skor Yang Ada. Uji normalitas bertujuan apakah variabel dependen dan variabel independent mempunyai kontribusi atau tidak.¹¹

Uji normalitas bertujuan apakah variabel dependen dan variabel independent mempunyai kontribusi atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal penelitian *Kolmogorov-smirnov Test*.¹²

⁹ Marsono, Metode Penelitian (In Media, 2014), hlm.180.

¹⁰ Slamet Riyanto Aglis Andhita Hartawan, Metode Riset Penelitian Kuantitatif, (Yogyakarta:Deepublisher, 2020),hlm.53.

¹¹ Agus Iriano, *Statistik Konsep Dasar, Aplikasi, Dan Pengembangannya*,2012,Hlm.272.

¹² Sugiyono, Metode Penelitian, 2013,hlm.149.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi atau hubungan yang signifikan antara independen variabel.¹³ Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi bebas. Multikolinieritas akan menyebabkan koefisien regresi bernilai kecil dan *standard error* regresi bernilai besar sehingga pengujian variabel bebas secara individu akan menjadi tidak signifikan. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan VIF (*Variance Inflation Faktory*). jika nilai VIF masih kurang dari 10% maka multikolinieritas tidak terjadi. Dengan terpenuhinya semua asumsi regresi linear, model dihasilkan dianggap baik untuk melihat pengaruh variabel dan jika nilai VIF kecil dari 10% mengidentifikasi bahwa tidak terjadi multikolinieritas. Dan Nilai tolerancenya lebih besar dari 0,1 maka bebas dari multikolinieritas.¹⁴

b. Uji Heteroskedastisitas

Digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model reaksi terjadi ketidaksamaan varian residual antara satu pengamatan ke pengamatan lain, uji ini biasanya menggunakan Spearman's rho¹⁵ Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika sig di atas 0,01 maka H_0 diterima

¹³ Juliansyah Noor, *Metode Penelitian* (Kencana pranamedia Group, 2011), hlm.174.

¹⁴ Agus Purwanto, *panduan laboratorium stastic inferensial* (Jakarta: Grasindo, 2007), hlm.97

¹⁵ Nur Asnawi Mansyuri, *Metode Riset Pemasaran* (Malang, 2011), hlm.97.

2) Jika sig dibawah 0,01 maka Ho di tolak

4. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3), Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Sens *Café* Padang Matinggi (Y). Model hubungan nilai kepuasan konsumen dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan.¹⁶ Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Sens *Café* Padang Matinggi menggunakan model dasar yang ditulis:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

b_1b_2 = Koefisien

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Harga

X_3 = Kualitas Pelayanan

e = Error/ Kesalahan Pengangu

Dari rumus regresi linear diatas akan saya sesuaikan dengan variabel penelitian, maka rumusnya sebagai berikut:

$$KK = a + b_1kp + b_2H + b_3kl + e$$

¹⁶ Wahjona Soekotjo Lilik Astuti, 'Analisis Pengaruh Harga, Produk,Kebersihan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan', Dalam Jurnal OF Ekonomi, Accounting and Manajemen Sience, Vol.2,No.1 September 2020, hlm. 8.

Keterangan:

KK = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

b = Koefisien Variabel

Kp = Kualitas Produk

H = Harga

KL = Kualitas Pelayanan

e = Kesalahan Pengangu

5. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) ini digunakan untuk melihat seberapa besar variabel independen secara bersama-sama mampu memberikan penjelasan tentang variabel dependen dimana nilai R^2 berkisar antara 0-1. Nilai R^2 akan meningkat setiap penambahan satu variabel independen, tidak peduli variabel independen tersebut berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Nilai R^2 dapat naik atau turun jika satu variabel independen ditambahkan dalam model.¹⁷

Pengambilan keputusan koefisien determinasi yaitu apabila semakin besar nilai R^2 , maka ketepatannya dikatakan semakin baik,

Apabila nilai $0 < R^2$, maka ketepatannya dikatakan semakin baik, apabila nilai $0 < R^2 < 1$ dapat diartikan sebagai berikut:

¹⁷ Imam Ghazali, Aplikasi Multiare Dengan Program IBM SPSS 3 Edisi 8 (Universitas diponorogo, 2016),hlm.95.

- 1) $R^2 = 0$ berarti tidak ada hubungan antara X dan Y, atau model regresi yang terbentuk tidak tepat untuk meramalkan Y.
- 2) $R^2 = 1$ berarti ada hubungan antara X dan Y, atau model regresi yang terbentuk tepat untuk meramalkan Y secara sempurna.¹⁸

b. Uji Parsial (Uji t)

Untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Derajat signifikan yang digunakan pada uji t adalah 0,01.¹⁹

- 1). Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- 2). Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

c. Uji F

Dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji F ini digunakan tingkat signifikan 10%, jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka terdapat pengaruh antara variabel bebas dengan terikat.²⁰ Ketentuan dalam uji f adalah:

- 1). Jika F_{hitung} maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- 2). Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.²¹

¹⁸ Pudjo Wibowo, *Statistika Bisnis dan Ekonomi dengan Menggunakan SPSS 25* (Jakarta: Salemba: Universitas Diponegoro, 2016), hlm.95

¹⁹ Misbahuddin Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* (Bumi Aksara, 2013), hlm.160.

²⁰ Misbahuddin Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* (Bumi Aksara, 2013), hlm.179.

²¹ Sugiyono, *Metode penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), Hlm.231

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum sens café padang matinggi

1. Sejarah singkat Sens Café padang matinggi

Sens café padang matinggi merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang bisnis kuliner. Café ini menyediakan berbagai macam menu makanan/minuman seperti, nasi goreng, mie tiau, ifumie, sop buntut, soto, indomie goreng beserta beraneka jus dan kopi-kopian. Semua menu ini dibandrol dengan harga yang berbeda.

Sens café padang matinggi didirikan oleh bapak selamat sinambela. Café ini pertama kali dibuka pada tahun 2020 berlokasi di padang matinggi kota padangsidempuan sesudah jembatan padang matinggi.

2. Visi dan Misi Sens Café Padang Matinggi

a. Visi

Memberikan kepuasan kepada konsumen dalam berkunjung di sens café ini

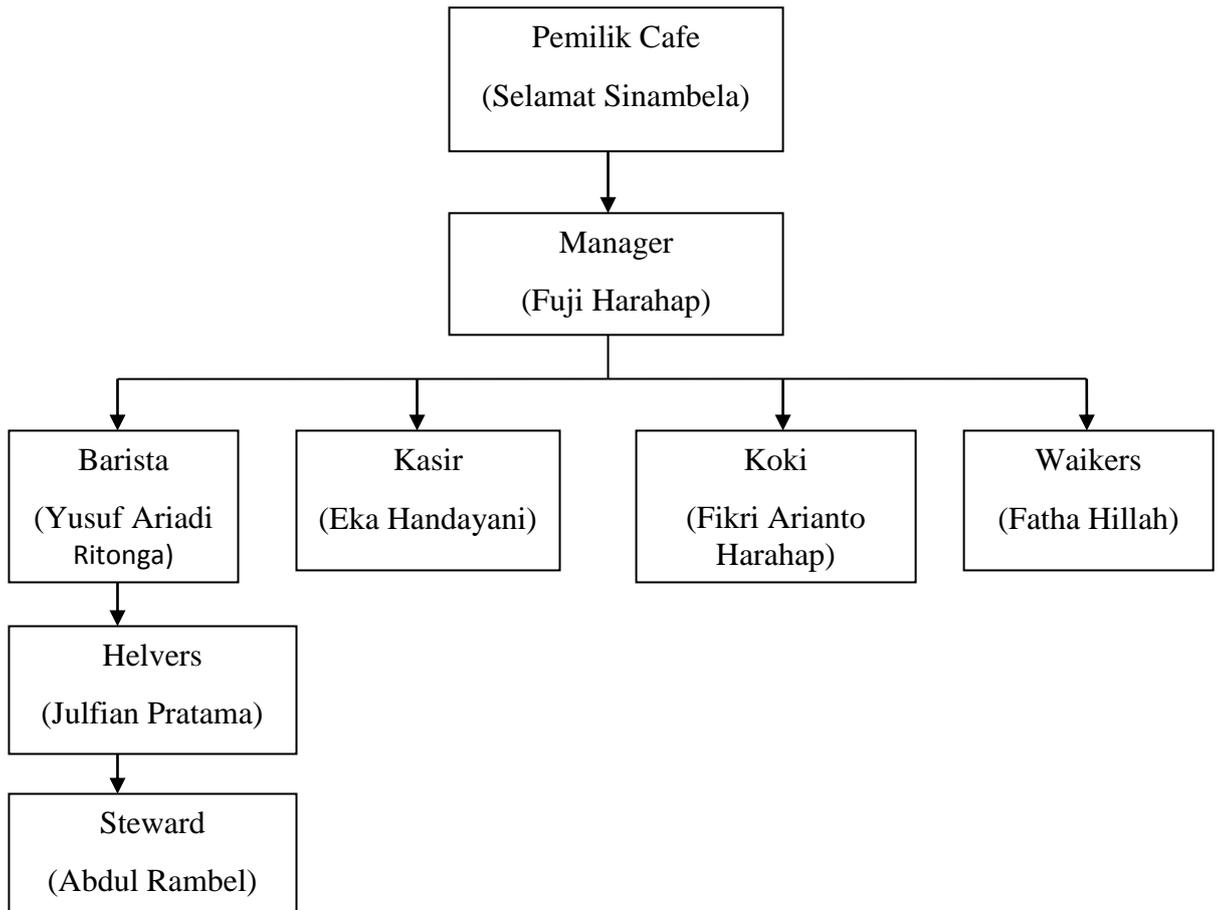
b. Misi

Sens café berusaha semaksimal mungkin memberi pelayanan yang baik kepada konsumen dan memberi kepuasan dengan terfokus pada makanan, minuman dan pelayanan dalam kebutuhan konsumen, beserta memberikan harga sesuai dengan produk yang tersedia.

3. Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi sens café padang matinggi yaitu:

Gambar IV. 1
Struktur Organisasi



Sumber : Sens cafe padang matinggi pada tanggal 30 november 2023 pukul 11.00 wib

B. Hasil Analisis Data Penelitian

1. Hasil Uji Validitas

Hasil uji validitas kualitas produk pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel III.3
Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_1)

Item pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,564	Instrumen Valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df=n-2=92-2=90$ dengan taraf signifikan 10% sehingga r_{tabel} sebesar 0,1726	Valid
X1.2	0,817		Valid
X1.3	0,817		Valid
X1.4	0,505		Valid
X1.5	0,451		Valid
X1.6	0,817		Valid
X1.7	0,538		Valid

Sumber: Data di olah SPSS versi 23 tahun 2023

Pada tabel III.3 di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-7 untuk variabel kualitas produk adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ di mana r_{tabel} adalah 0,1726. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

Tabel IV.1
Uji Validitas Variabel Harga (X_2)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,732	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df=n-2=92-2=90$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1726	Valid
X2.2	0,732		Valid
X2.3	0,516		Valid
X2.4	0,605		Valid
X2.5	0,584		Valid
X2.6	0,585		Valid
X2.7	0,605		Valid

Sumber: Data di olah SPSS versi 23 tahun 2023

Pada tabel IV.1 Di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-7 untuk variabel harga adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ di mana r_{hitung}

adalah 0,1726. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

Tabel IV.2
Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X₃)

Item pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X3.1	0,564	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df = n - 2 = 92 - 2 = 90$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1726	Valid
X3.2	0,735		Valid
X3.3	0,688		Valid
X3.4	0,729		Valid
X3.5	0,635		Valid
X3.6	0,565		Valid
X3.7	0,564		

Sumber: Data Diolah Versi 23 Tahun 2023

Pada Tabel IV.2 di atas dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan 1-7 untuk variabel kualitas pelayanan adalah valid. Berdasarkan r_{hitung} dapat dilihat di mana r_{tabel} adalah 0,1726. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

Tabel IV.3
Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen

Item pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
Y.1	0,446	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df = n - 2 = 92 - 2 = 90$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1726	Valid
Y.2	0,367		Valid
Y.3	0,768		Valid
Y.4	0,410		Valid
Y.5	0,718		Valid
Y.6	0,543		Valid
Y.7	0,758		Valid
Y.8	0,758		Valid
Y.9	0,555		Valid
Y.10	0,768		Valid
Y.11	0,718		Valid
Y.12	0,354		Valid
Y.13	0,758		Valid

Y.14	0,768		Valid
------	-------	--	-------

Sumber: Data di olah SPSS versi 23 tahun 2023

Pada tabel IV.3 di atas dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan 1-14 untuk variabel kepuasan konsumen adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ di mana r_{tabel} adalah 0,1726. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Berikut ini hasil uji reliabilitas dari variabel kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, terhadap kepuasan konsumen

Tabel IV.4
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Kualitas Produk	0,758	7
Harga	0,735	7
Kualitas Pelayanan	0,754	7
Kepuasan Konsumen	0,877	14

Sumber: Data diolah Spss versi 23 tahun 2023

Berdasarkan hasil tabel IV.4 di atas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* untuk variabel kualitas produk sebesar 0,758, untuk harga sebesar 0,735, Kualitas pelayanan sebesar sebesar 0,754, dan pada kepuasan Konsumen adalah 0,877 maka dari keempat variabel bahwa nilainya $>0,6$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel kualitas produk, Harga, Kualitas pelayanan, kepuasan konsumen adalah reliabel.

C. Hasil Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Hasil uji deskriptif dapat dilakukan dengan cara mencari minimum, Maksimum, mean, dan standar deviasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.5
Hasil Uji Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas_Produk	92	24.00	33.00	28.4891	2.33226
Harga	92	24.00	33.00	28.0326	2.16085
Kualitas_Pelayanan	92	22.00	33.00	26.7935	2.53563
Kepuasan_Konsumen	92	54.00	69.00	61.0761	4.28448
Valid N (listwise)	92				

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS versi 23 tahun 2023

Berdasarkan hasil pada tabel IV.5 di atas dapat dilihat pada variabel kualitas produk dengan jumlah sampel (N) yaitu sebanyak 92, nilai minimum yaitu 24.00, nilai maksimum 33.00, nilai rata-rata sebesar 28.4891 serta nilai standar deviasinya 2.33226. variabel Harga dengan jumlah sampel (N) yaitu sebanyak 92, nilai minimum yaitu 24.00, nilai maksimum 33.00, nilai rata-rata sebesar 28.0326 serta nilai standar deviasinya 2.16085. variabel kualitas pelayanan dengan jumlah sampel (N) yaitu sebanyak 92, nilai minimum yaitu 22.00, nilai maksimum 33.00, nilai rata-rata sebesar 26.7935 serta nilai standar deviasinya 2.53563. variabel kepuasan konsumen pada variabel Y dengan jumlah sampel (N) yaitu sebanyak 92, nilai minimum yaitu 54.00, nilai maksimum 69.00 nilai rata-rata 61.0761 serta nilai standar deviasi 4.28448

2. Hasil Uji Normalitas

Pengujian normalitas dengan menggunakan uji one sample komogrov-Smirnov Test. Data distribusi normal jika nilai signifikasinya $>0,1$ jika sebaliknya $< 0,1$ maka data berdistribusi tidak normal.

Tabel IV.6
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		92
Normal	Mean	.0000000
Param	Std. Deviation	3.75331154
eters ^{a,b}		
Most	Absolute	.076
Extrem	Positive	.076
e	Negative	
Differe		-.060
nces		
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan tabel IV.6 di atas, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal. Hal ini dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (*Asmp.Sig 2-tailed*) sebesar 0.200 data berdistribusi normal jika nilai signifikasinya > 0,1.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel IV.7
Uji Multikolineritas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Produk	.550	1.817
Harga	.545	1.835
Kualitas Pelayanan	.488	2.048

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber: Data di olah SPSS versi 23 tahun 2023

Hasil uji multikolinearitas pada tabel IV.7 di atas dari variabel memiliki nilai tolance kualitas produk (x_1), sebesar 0,550 variabel harga, adalah 0,545(x_2) dan variabel kualitas pelayanan (x_3) adalah 0,488 bahwa nilai tolance pada ketiga variabel lebih besar dari 0,10 dengan VIF dalam variabel kualitas produk (1,817), harga (1,835), kualitas pelayanan(2,048) sehingga dapat dikatakan ketiga variabel tersebut lebih kecil dari 10, bahwa model penelitian ini bebas dari multikolinearitas, dan nilai tolance kualitas produknya sebesar 0,550, variabel harga sebesar 0,545, dan variabel kualitas pelayanan sebesar 0,488 maka dapat disimpulkan bahwa nilai ketiga variabel lebih besar dari 0,01 maka tidak terjadi gejala multikolinearitas

- b. Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji Sperman's rho pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel IV.8
Uji Heteroskedastisitas

			Correlations			
			Kualitas produk	Harga	Kualitas pelayanan	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Kualitas produk	Correlation Coefficient	1.000	.527**	.605**	.050
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.638
		N	92	92	92	92

	Harga	Correlation Coefficient	.527**	1.000	.571**	-.025
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.812
		N	92	92	92	92

	Kualitas pelayanan	Correlation Coefficient	.605**	.571**	1.000	.025

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.813
	N	92	92	92	92
Unstandardized Residual	Correlation	.050	-.025	.025	1.000
	Coefficient				
	Sig. (2-tailed)	.638	.812	.813	.
	N	92	92	92	92

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel IV.8 di atas di peroleh nilai korelasi ketiga variabel independen diantaranya kualitas produk sebesar 0,638, harga sebesar 0,812, kualitas Pelayanan sebesar 0,813 dengan *unstandardized* residual di atas memiliki nilai signifikansi $> 0,1$. Karena hasil signifikansi $> 0,1$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui suatu ukuran yang penting dalam regresi berganda, yang terdiri dari unsur kualitas pelayanan (X_1), Harga (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3), dan Kepuasan Konsumen (Y). Hasil uji analisis regresi linear berganda dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel IV.9
Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	34.776	5.707		6.093	.000
	kualitas produk	.874	.231	.476	3.778	.000
	Harga	.192	.251	.097	.767	.445
	kualitas pelayanan	-.149	.226	-.088	-.658	.512

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber: Data di olah dari SPSS versi 23 tahun 2023

Persamaan regresi linear berganda dengan 3 variabel independen. Nilai-nilai output dimasukkan ke dalam regresi linear berganda sebagai rumus sebagai berikut:

$$KK = a + b_1 Kp + b_2 H + b_3 KP + e$$

$$KK = 34,776 + 0,874 Kp + 0,192 H - 0,149 Kp$$

Penjelasan analisis regresi linear berganda di atas adalah sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta adalah sebesar 34,776 menunjukkan jika kualitas produk, Harga, kualitas pelayanan di asumsikan 0 maka kepuasan konsumen Sebesar 34,776.
- b. nilai koefisien regresi variabel kualitas produk (x_1) sebesar 0,874. Dapat diartikan bahwa setiap peningkatan kualitas produk sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,874 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap

- c. Nilai Koefisien regresi variabel harga (x_2) sebesar 0,192 menunjukkan Bahwa apabila harga meningkat sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan Kepuasan konsumen sebesar 0,192 satuan dan diasumsikan Variable Independen lain nilainya tetap.
- d. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (x_3) sebesar - 0,149 Menunjukkan bahwa apabila kualitas pelayanan meningkat sebesar 1 Satuan, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar -0,149 Satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

5. Hasil Uji Hipotesis

- a. Hasil Uji t dapat dilihat pada table di bawah ini

Tabel IV.10
Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	34.776	5.707		6.093	.000
	Kualitas produk	.874	.231	.476	3.778	.000
	Harga	.192	.251	.097	.767	.445
	Kualitas pelayanan	-.149	.226	-.088	-.658	.512

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber: Data di olah dari SPSS versi 23 tahun 2023

Berdasarkan tabel IV.10 di atas dengan derajat kebebasan (df) $=n-k-1$, dimana n = jumlah sampel dan k = jumlah variabel independen, jadi $df=92-3-1=88$, sehingga diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,66235. Nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas produk sebesar 3,778 Sehingga $t_{hitung}>t_{tabel}$ atau $3,778 > 1,6235$, maka H_{a1} diterima dan H_{01} di tolak. Dapat

disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Sens Café Padang Matinggi.

Nilai untuk variabel harga sebesar $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $0,776 < 1,66235$, maka H_{a2} ditolak dan H_{02} diterima. Dapat disimpulkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Nilai untuk variabel kualitas pelayanan sebesar $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $0,658 < 1,66235$, maka H_{a3} ditolak dan H_{03} diterima. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

b. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Tabel IV.11
Uji Signifikansi Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	388.519	3	129.506	8.890	.000 ^b
	Residual	1281.949	88	14.568		
	Total	1670.467	91			

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan, Kualitas produk, Harga

Sumber: Data di olah SPSS versi 23 tahun 2023

Berdasarkan tabel IV.11 di atas, diketahui nilai F_{hitung} 8.890, sedangkan F_{tabel} di peroleh dengan rumuf df pembilang $k-1=4-1=3$ dan df penyebut $n-k-1=92-3-1=88$. Dengan taraf signifikan 0,1. Nilai F_{tabel} diperoleh sebesar 1,9. $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $8,890 > 1,99$ maka H_{a4} diterima dan H_{04} ditolak, artinya terdapat pengaruh kualitas produk, harga, kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Sens Café' Padang Matinggi.

c. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dapat digunakan Untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari seluruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel Lain dalam penelitian.

Tabel IV.12
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.482 ^a	.233	.206	3.81675	1.727

a. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan, Kualitas produk, Harga

b. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber: Data di olah SPSS versi 23 tahun 2023

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi pada tabel IV.12 di peroleh *Adjusted R Square* sebesar 0,206 atau 20,6%. Nilai ini memiliki makna bahwa adanya hubungan kualitas produk, harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada sens café padangmatinggi sebesar 20,6%. Hal ini menunjukkan bahwa persentasi sumbangan variabel independen (kualitas produk, harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada sens café padangmatinggi sebesar 20,6% sedangkan sisanya sebesar 79,4 dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam *model summary*.

C. Pembahasan Analisis Data

1. Pengaruh kualitas produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Sens Café' Padang Matinggi

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan pada penelitian ini, diketahui bahwa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Sens Café' Padang Matinggi. Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Maka H_1 diterima jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Sens Café' Padang Matinggi, artinya jika kualitas produk di Sens Café' padang Matinggi semakin meningkat maka semakin besar pula kepuasan konsumen pada Sens Café' Padang Matinggi. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada sens café padang Matinggi. Hasil ini sejalan dengan penelitian James Sambara “ analisis pengaruh kualitas produk, harga, kualitas pelayanan dan store atmosphere terhadap kepuasan konsumen pada café 3 am koffie port manado bahwa terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada café 3 am koffie sport manado.¹

Jadi dapat disimpulkan Kualitas Produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen Sens Café' Padang Matinggi. Untuk memberikan kepuasan kepada konsumen yang lebih Sens Café' Padang Matinggi perlu

¹ James Sambara, *Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan store atmosphere terhadap kepuasan konsumen*, dalam Jurnal Emba, Vol.9. No.4 oktober 2021, hlm.133

membuat kualitas produk yang lebih baik dan menarik sehingga mampu memberikan dan meningkatkan bagi konsumen.

2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Sens Café' Padang Matinggi.

Harga merupakan nilai yang dinyatakan dalam satuan mata uang sebagai alat tukar terhadap suatu barang. Dimana Harga (price) adalah jumlah yang ditagikan atas suatu produk baik barang maupun jasa . dan harga juga dalah jumlah semua nilai yang berikan oleh konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk baik barang atau jasa. Hal ini berarti harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, Maka H₂ ditolak. jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh Harga terhadap kepuasan konsumen pada Sens Café' Padang Matinggi.

Defenisi harga masih banyak lagi, dimana harga salah satu faktor yang menjadi perhatian konsumen dalam membeli suatu produk. Harga yang terlalu tinggi tanpa diimbangi kualitas yang baik maka dapat menimbulkan kekecewaan pada konsumen. Hal ini membuktikan bahwa semakin tepa harga yang ditetapkan, maka akan semakin tinggi kepuasan konsumen. Delain itu faktor harga, faktor rasa juga mempengaruhi kepuasan konsumen tersebut.²

Hasil penelitian ini terdapat pengaruh Harga terhadap kepuasan Konsumen pada Sens Café Padang Matinggi. Jadi dapat disimpulkan harga

² Fadila dona febriana, *pengaruh kualitas produk citra merek dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan* , dalam jurnal mirai manajemen Vol.7.No7, 2022, hlm. 12

memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen Sens Café' Padang Matinggi, Untuk memberikan kepuasan kepada konsumen yang lebih Sens Café' Padang Matinggi perlu melakukan penetapan harga yang lebih baik sehingga mampu memberikan dan meningkatkan bagi konsumen.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Sens Café' Padang Matinggi.

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan maka diketahui bahwa untuk variabel Kualitas Pelayanan tidak berpegaruh terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Maka H_3 ditolak jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Sens Café' Padang Matinggi.

Hasil Penelitian ini terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada sens café padang matinggi. Hasil penelitian ini sejalan dengan yahya saipuloh yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan kualitas produk, terhadap kepuasan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan di hotel the westin Jakarta. Jadi dapat disimpulkan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada sens café padang matinggi, untuk memberikan kepuasan kepada konsumen yang lebih kepada sens café padang matinggi perlu

melakukan pelayanan yang terbaik sehingga mampu memberikan pelayanan terhadap konsumen.³

Jadi dapat disimpulkan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen Sens Café' Padang Matinggi. Untuk memberikan kepuasan kepada konsumen yang lebih Sens Café' Padang Matinggi perlu melakukan kualitas produk yang lebih baik dan menarik sehingga mampu memberikan dan meningkatkan bagi konsumen.

4. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, secara simultan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Sens Café' Padang Matinggi.

Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, merupakan faktor yang dapat mendukung Kepuasan Konsumen. Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan merupakan hal yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen suatu perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk, harga, kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen pada Sens Café' Padang Matinggi Berdasarkan hasil pengujian secara statistic dapat terlihat bahwa secara simultan (bersamaan) variabel kualitas produk, harga, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel bebas tersebut bersifat positif. Hasil diatas yang mengemukakan sesuai dengan hipotesis bahwa, dengan hipotesisi keempat dinyatakan diterima (H_4 diterima).

³ Yahya Saipuloh, *pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan* , dalam Jurnal Ilmiah Multidisiplin Vol.2, No.2, 2023,hlm.8

D. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menyusun langkah demi langkah sedemikian rupa demi memperoleh hasil terbaik. Namun penelitian dengan hasil yang sempurna masih sangat sulit dilakukan. Hal ini dikarenakan terdapat berbagai keterbatasan yang dapat mempengaruhi hasil penelitian. Diantara keterbatasan yang dihadapi peneliti selama melakukan penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Dalam penyebaran angket (Kuisisioner) peneliti tidak mengetahui apakah responden mengisi kuisisioner dengan jujur dalam menjawab setiap pernyataan yang diberikan sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.
2. Keterbatasan variabel yang diteliti oleh peneliti. Meskipun demikian peneliti tetap berusaha dengan segenap kemampuan yang peneliti miliki agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna maupun hasil dari penelitian ini. Akhirnya dengan segala upaya dan kerja keras serta bantuan semua pihak, penulisan karya ilmiah dalam bentuk skripsi ini dapat diselesaikan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh kualitas produk, harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Sens Café' Padang Matinggi, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas produk (X_1) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
2. Variabel Harga (X_2) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
3. Variabel kualitas Pelayanan (X_3) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
4. Variabel kualitas produk , Harga, Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

B. Implikasi Hasil Penelitian

Implikasi adalah suatu konsekuensi atau akibat langsung dari penemuan suatu penelitian ilmiah. Hasil penelitian ini mengenai pengaruh kualitas produk, harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variable kualitas produk, harga, kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Sens Café' Padang Matinggi mempunyai keunggulan dalam bisnis kuliner yang telah diterapkan.

Suatu penelitian yang telah dilakukan di Sens Café Padang Matinggi maka kesimpulan yang ditarik tentu mempunyai implikasi dalam bidang bidang kualitas produk, harga, kualitas pelayanan dalm bisnis kuliner dan juga penelitian-

penelitian selanjutnya. Sehubungan dengan hal tersebut maka implikasinya adalah sebagai berikut

1. Berdasarkan pada hasil penelitian di atas maka kualitas produk, harga, kualitas pelayanan memberi kontribusi yang sangat berarti terhadap kepuasan konsumen dan keunggulan bersaing dalam menjalankan bisnis kuliner tersebut. Karena itu perlu dilakukan upaya-upaya untuk mempertahankan pelanggan dalam mengunjungu bisnis kuliner ini
2. Berdasarkan teori yang telah dirumuskan peneliti, maka dapat diketahui bahwa kualitas produk, harga, kualitas pelayanan di duga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Sens Café' Padang Matinggi, hal ini agar bisnis kuliner yang di punyai Sens Café' Padang Matinggi agar memberikan yang terebaik dalam pengunjungan dalam Café tersebut.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh kualitas produk, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Sens Café' Padang Matinggi, terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi kemajuan bisnis kuliner. Saran-saran tersebut adalah:

1. Untuk kualitas produk, pihak Sens Café' Padang Matinggi sebaiknya selalu mempertimbangkan keterjangkauan Kualitas produk tanpa menurunkan harganya dalam suatu produknya dan pihak Sens Café' Padang Matinggi diharapkan meninjau kembali semua kualitas produk

yang tertera pada menunya, apakah kualitas produk tersebut sudah sesuai dengan kualitas produk beserta harga yang dihasilkan. Hal ini dikarenakan kualitas produk yang terjangkau akan membuat konsumen merasa puas dan akan melakukan pembelian ulang.

2. Bagi pihak Sens Café' Padang Matinggi sebaiknya memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Terutama dalam hal kecepatan pada saat menghantarkan pesanan, agar pelanggan tidak perlu menunggu terlalu lama, serta daya tanggap dan kepedulian karyawan terhadap keluhan pelanggan harus lebih maksimal. Hal ini bisa dilakukan dengan penambahan karyawan ataupun kesiapan dari bahan baku yang akan diolah agar lebih diperbanyak lagi, sehingga tidak membuang banyak waktu dan lebih efektif.
3. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian, dan sebagai bahan pertimbangan untuk memperdalam penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Abdullah, T. (2012). *Manajemen Pemasaran*. (PT. Raja Grafindo Persada).
- Al, F. E. (2021). *Yayasan Kita Menulis*.
- Alfadri, D. H. (2021). *Ekonomi Mikro Islam*. (CV.Medan Kreasi).
- Arief, M. (2017). *Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan*. Malang
- Budi Gautama, A. H. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. CV. Merdeka Kreasi Group Penerbit Nasional.
- Ghazali, I. (2016). *Aplikasi Multiare Dengan Aplikasi IBM SPSS 3 Edisi 8*. Universitas Diponegoro.
- Hanif, A. S. (2022). *Manajemen Pemasaran Jasa Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan*. (Scorpio Media Pustaka).
- Hartawan, S. R. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublisher.
- Haryani, D. S. (2022). *Kualitas Layanan & Harga Terhadap Nilai Pelanggan*. (CV. Azka Pustaka).
- Hasan, M. I. (2013). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. (Bumi Aksara).
- Indsari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. (Unitomo Press).
- Irianto, A. (2012). *Statistik Konsep Dasar, Aplikasi, Dan Pengembangannya*. Jakarta.
- M.Anang. (2018). *Perilaku Konsumen, Sikap Dan Pemasaran*. (Deepublish)
- Mansyuri, N. A. (2011). *Metode Riset Manajemen Pemasaran*. Malang.
- Marsono. (2014). *Metode Penelitian*. In Media.
- Noor, J. (2011). *Metode Penelitian*. (Kencana Pranamedia Group).
- Nurhadi. (2018). Konsep Pelayanan Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Ekonomi Dan Bisnis*, 143.

- Nurmawati, I. (2018). *Perilaku Konsumen Keputusan Pembelian*. (Media Nusa Creative).
- Rianto, M. n. (2012). *Buku Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. (Alfabeta).
- Rustanti, N. (2015). *Buku Ajaran Ekonomi Pangan Dan Gizi Cet 1*. Deepublish.
- Sitanggang, F. A. (2021). *Buku Ajar Perilaku Konsumen*. (PT. Nasya Expanding Management).
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R & D*. (Bandung: Alfabeta).
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif R & D*. (Jakarta: Alfabeta).
- Sugiyono. (2020). *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, Dan Disertai (STD)*. (CV. Bandung, Alfabeta).
- Syafutra, A. D. (2021). Penilaian Kepuasan Pelanggan Dengan Aplikasi Survei Pada Pdam Kota Bengkulu. *Teknosia*, 18.
- Syafutra, K. D. (2021). *Penilaian Dengan Aplikasi Survey Pada Pdam Kota Bengkulu*. Teknosia.

JURNAL

- Aisyah, R. S. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Dengan Kepuasan Pelanggan Di Restoran Joe's Gril Swiss Bell-Hotel Mangga Besar*. *Manajemen Bisnis* Vol.25, No.2, 9.
- Alfiana Lidya Worotika, D. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Ikan Bakar Kinamang*. *Emba* Vol.9, No.3 Juli, 1279.
- Ardista, R. (2020). Analisis Penengaruh Harga, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. *Manajemen Akuntansi* Vol.15, No.2, 2.
- Bali, A. Y. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Keputusan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*. *Akuntansi Manajemen Dan Ekonomi* Vol.1, No.1 Mei, 2.
- Budi, P. V. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan Dan Niat Beli Ulang*. Media Pustaka Indo.

- Dewi, C. I. (2018). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Bali*. Manajemen UNUD Vol.7 No.8, 4543.
- Dewi, N. K. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hidden Garden Agro Cafe Baturidi Tahunan Bali*. Vol.1,No.2 Mei Manajemen, Kewirausahaan, Dan Pariwisata, 21.
- Dewi, P. O. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Masa Coffe Shop Bandung*. Of Economics And Business Vol.6, No.1 Maret, 228.
- Dkk, E. P. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum(PDAM) Kota Makassar*. Of Business Administration Vol.3, No.2, 231.
- Dkk, L. M. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Ayam Goring Nelongso Jember*. Pendidikan Ekonomi Vol.13, No.1, 26.
- Dkk, N. W. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Putra Bungsu Di Teratai*. Mahasiswa Vol.1, No.1, 108.
- Efendi, B. (2020). *Pengaruh Experiential Marketing, Kepuasan Pelanggan, Dan Citra Rumah Makan Terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Empirik Pada Rumah Makan Saung Mansur Banjar Negara*. Of Economic Management, Accounting And Technology Jemach, Vol.3 No.2 , 162.
- Febriana, F. D. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tanam Coffeshp Kaligarang Semarang*. Mirai Manajemen Vol, No.1, 4.
- Hastuti, L. N. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Bakso Tukul Arwana Cabang Season City Jakarta Barat*. Ikrath-Ekonometrika Vol.5, No.1 Maret, 4.
- Hildyanti, M. K. (2019). *Analisis Citra Merek, Harga, Konsumen Grab*. *Economent Global*, Vol.4 No.2 Agustus, 89.
- Kakambong, M. (2020). *Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan konsumen Di Kedai Kopi*. Vol 1.No.4, 362.

- Maharani, I. G. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Mina Cabang Dalung*. Values Vol.3, No.1, 3.
- Nababan, R. O. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Pramusaji Terhadap Kepuasan Tamu Di Restoran Kopi Medan* . Ekonomi Bisnis Dan Teknologi, Vol.2, No.1, 174.
- Noviyani, L. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pelanggan Pada CV. Usaha Mandiri Jakarta Selatan*. Ilmiah Manajemen Forkamma, Vol.1, No.1, 24.
- Rahmah, C. A. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Honda Ldk Medan*. Manajemen Tools' Vol 12, No. 2 Desember, 34.
- Rahmdhani, D. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Smarthphone Oppo*. Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan, Vol.4, No.3, 3.
- Ratnasari, R. L. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Radeka Tama Piranti Nusa*. Pemasaran Kompetitif, 118.
- Rizky, R. R. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Pelanggan Literature Review Manajemen Pemasaran*. Hukum Humaniora Dan Politik Vol.1, No.1, 92.
- Saipuloh, Y. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Hotel The Westin Jakarta*. Ilmiah Multidisiplin Vol.2, No.9 Agustus, 5-6.
- Sambara, J. (2021). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen*. Emba, 133.
- Soekotjo, W. (2020). *Analisis Pengaruh Harga, Produk, Kebersihan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Of Ekonomi Accounting And Manajemen Sicence Vol.2 No.1 September.
- Surono, Y. S. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Hotel The Westin Jakarta*. Ilmiah Multidisiplin Vol.2, No.9, 43-33.

- Syarif, A. M. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu'*. *Ekonomi Manajemen Bisnis*, 3.
- Us, S. N. (2021). *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Di Warung Steak On You Kota Jambi*. *Akuntansi Bisnis Dan Keuangan*, Vol.1 No.2 Maret, 3.
- Widiyasari, I. (2021). *Pengaruh Harga Dan Tempat Usaha Terhadap Pendapatan Menurut Perspektif Islam* (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung).
- Widyasari, D. R. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Smartphone Oppo*. *Fair Value* Vol.4, No.3, 51-52.
- Zakaria, D. G. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*. *Ilmu Manajemen* Vol.14, No.1, 7.

SKRIPSI

- Anggraini, Y. (2021). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Puti Minang Bandar Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. (Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung).
- Nasution, H. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pembelian Kosmetik Merek Wardah*, (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri PadangSidempuan).
- Sakdiyah, H. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Konsumen Pada Brownis Kukus Mar'atusshoihah Menurut Ekonomi Syariah*. (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Situeang, L. S. (2017). *Pengaruh Kualitas Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan* (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Wakidah, A. R. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Padang Baselo*. (Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Wieha Yogyakarta).

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS PRIBADI

Nama Lengkap : Tati Gahari
Nama Panggilan : Tati
Tempat /Tgl Lahir : Gunung Tua, 03 Maret 2002, Kab. Padang Lawas Utara
Jenis Kelamin : Perempuan
Anak Ke : 1 dari 4 bersaudara
Alamat : Batang Baruhar Julu, Kec. Padang Bolak, Kab. Padang Lawas
Utara
Agama : Islam
No. Hp : 0813-6004-9232

B. LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 2008-2014 : SDN 101080 Gunung Tua
Tahun 2014-2017 : MTSN 2 Padang Bolak
Tahun 2017-2020 : SMAN 2 Batu Tambun
Tahun 2020-2024 : Program sarjana (starta-1) Ekonomi Syariah UIN Syekh Ali
Hasan

Ahmad Addary Padangsidimpuan

C. NAMA ORANG TUA/WALI

Nama Ayah : Alm.H. Jangga Siregar
Pekerjaan : -
Nama Ibu : Hj. Ros Minar rambe
Pekerjaan : Wira Swasta
Alamat : Batang Baruhar Julu, Kec. Padang Bolak, Kab. Padang Lawas Utara

D. MOTTO HIDUP

“Tetaplah Berbuat Baik, Meskipun Kamu Tidak di Perlakukan Baik oleh Orang Lain. Dan tetaplah semangat menjalani kehidupan apapun itu masalah yang dihadapi.

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ananda Anugrah Nasution,S.E.,M.Si

NIDN : 0117109102

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Sens Café’ Padang Matinggi”

Yang disusun oleh:

Nama : Tati Gahari

Nim : 2040200034

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

1.
2.
3.

Dengan harapan masukan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidempuan, 29 November 2023

Validator

AnandaAnugrah Nasution.S.E.,M.Si
NIDN. 0117109102

LEMBAR VALIDASI
ANGKET Kepuasan Konsumen (Y)

Petunjuk :

1. Saya mohon kiranya Saudara/i memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang saya susun.
2. Beri tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Saudara/i dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang saya berikan.
4. Lembar soal terlampir

Indikator	No Soal	V	VR	TV
Kesesuaian harapan	1,2,3			
Minat berkunjung Kembali	4,5,6			
Kesediaan Merekomendasi	7,8,9			

Catatan:

.....

.....

.....

Padangsidempuan, 29 November 2023

Validator

Ananda Anugrah Nasution, S.E., M.Si
NIDN.0117109102

LEMBAR VALIDASI
ANGKET Kualitas Produk(X1)

Petunjuk :

1. Saya mohon kiranya Saudara/i memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang saya susun.
2. Beri tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Saudara/i dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang saya berikan.
4. Lembar soal terlampir

Indikator	No Soal	V	VR	TV
Kinerja produk	1			
Fitur produk	2			
Kehandalan produk	3			
Daya tahan	4			
Desain/tampilan	5			

Catatan:

.....
.....

Padangsidempuan, 29 November 2023

Validator

Ananda Anugrah Nasution,S.E.,M.Si

NIDN.0117109102

LEMBAR VALIDASI
ANGKET Harga (X2)

Petunjuk :

1. Saya mohon kiranya Saudara/i memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang saya susun.
2. Beri tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Saudara/i dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang saya berikan.
4. Lembar soal terlampir

Indikator	No Soal	V	VR	TV
Keterjangkauan harga	1			
Kesesuaian harga dengan manfaat	2			
Daya saing harga	3			
Kesesuaian harga dengan porsi	4			
Harga yang variatif	5			

Catatan:

.....
.....

Padangsidempuan, 29 November 2023

Validator

Ananda Anugrah Nasution.S.E.,M.Si

NIDN.0117109102

LEMBAR VALIDASI
ANGKET Kualitas Pelayanan (X3)

Petunjuk :

1. Saya mohon kiranya Saudara/i memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang saya susun.
2. Beri tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Saudara/i dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang saya berikan.
4. Lembar soal terlampir

Indikator	No Soal	V	VR	TV
Berwujud	1			
Kehandalan	2,3			
Ketanggapan	4,5			
Kepedulian	6,7			

Catatan:

.....
.....
.....

Padangsidempuan, 29 November 2023

Validator

Ananda Anugrah Nasution.S.E.,M.Si

NIDN.0117109102

ANGKET PENELITIAN

Kepada Yth.

Pealanggan pada Sens Café'

Di- Tempat

Assalamu'alaikum, Wr.Wb.

Teriring salam dan doa semoga kita semua tetap dalam lindungan Allah SWT serta selalu sukses dalam menjalankan aktivitas kita, Aamiin.

Dalam rangka melaksanakan penelitian Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan tentang "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Sens Café' Padang Matinggi ", diperlukan data-data dan informasi yang mendukung penelitian, maka dengan ini saya memohon dengan sangat kepada Bapak/Ibu/Saudara/i Kecamatan Batunadua Kota Padangsidempuan untuk mengisi angket yang telah disediakan.

Demikian atas bantuan dan partisipasi berikan Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi lembar pertanyaan tersebut saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besanya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Padangsidempuan, 29 November 2023

Hormat saya,

Tati Gahari
NIM. 2040200034

ANGKET PENELITIAN

Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan
Konsumen Pada Sens Café' Padang Matinggi

B. IDENTITAS RESPONDEN

Kami memohon kesediaan saudara/saudari untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut ini, dengan mengisi titik-titik dan memberi tanda centang (√) pada kotak yang tersedia.

No. responden :

Nama :

Jenis Kelamin :

Umur :

C. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah dengan seksama setiap pernyataan dari jawaban yang tersedia.
2. Jawab dan isilah sesuai dengan pernyataan di bawah ini dengan memberikan tanda centang (√) pada alternatif yang tersedia pada kolom jawaban.
3. Setiap pernyataan mohon jawaban diberikan secara objektif untuk akurasi hasil penelitian, berikut ini terdiri atas lima pilihan jawaban, sebagai berikut:

- | | | |
|-------|-----------------|-----|
| a. SS | = Sangat Setuju | (5) |
| b. S | = Setuju | (4) |
| c. KS | = Kurang Setuju | (3) |

- d. TS = Tidak Setuju (2)
- e. STS = Sangat Tidak Setuju (1)
- 4. Semua jawaban saudara/saudari dijamin kerahasiannya.
- 5. Pernyataan ini semata untuk tujuan penelitian.

D. DAFTAR PERNYATAAN

1. Angket Tentang Kualitas Produk (X1)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Kualitas produk sens cafe tidak sesuai dengan harapan					
2.	Kualitas makanan dan minumannya baik					
3.	Rasa makanan dan minuman yang disajikan enak dan pas dimulut					
4.	Makanan dan minuman sangat higienis					
5.	Produk yang tersedia sangat menarik					
6.	Produk yang tersedia di sens café dapat memberikan kualitas terbaik.					
7.	Produk yang tersedia di sens café tidak memberikan makanan/minuman yang menarik					

2. Angket Tentang Harga (X2)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Harga makanan dan minuman terjangkau bagi yang berkunjung					
2.	makanan dan minuman harganya sesuai dengan cita rasa yang diberikan					
3.	pada Café ini produk yang					

	ditawarkan menyebabkan harganya mahal					
4.	makanan yang dihidangkan harganya tidak sesuai dengan porsinya					
5.	makanan dan minuman di Sens Café' ini harganya bervariasi					
6.	Harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang dirasakan					
7.	yang ditawarkan sens café harganya tidak sebanding dengan manfaat yang dirasakan konsumen					

3. Angket Tentang Kualitas Pelayanan (X3)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	sens café' Padang Matinggi tidak memberikan pelayanan yang cepat dalam penyajian					
2.	Karyawan di sens cafe' Padang Matinggi berpenampilan rapi					
3.	Karyawan segera melayani anda saat sedang berkunjung					
4.	Pelayanan di sens café selalu ada ketika dibutuhkan					
5.	Anda harus perlu lama mengantri dalam memesan makanan dan minuman					
6.	Sens Café Padang Matinggi karyawannya memberikan perhatian kepada kebutuhan konsumen					
7.	Karyawan tidak ramah saat memberikan pelayanan pada pengunjung					

4. Angket Tentang Kepuasan Konsumen (Y)

No	Pernyataan	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Makanan yang disediakan sesuai dengan selera konsumen.					
2	Pelanggan tidak merasa puas setelah membeli dan menikmati produk tersebut dengan kualitas yang baik					
3	Fasilitas penunjang seperti wc dan tempat sholat yang ada sesuai dengan yang diharapkan.					
4	Berminat berkunjung kembali karena makanan yang dihidangkan belum memuaskan.					
5	Berminat berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan memuaskan.					
6	Berminat berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.					
7	Merekomendasikan Sens Cafe' padang Matinggi ini kepada teman karena makanan yang dihidangkan sangat enak.					
8	Merekomendasikan Sens Cafe' padang Matinggi ini kepada teman karena pelayanannya menarik .					
9	Merekomendasikan cafe ini kepada teman karena fasilitas yang disediakan memadai.					
10	Merekomendasikan Sens Café' ini kepada kalangan masyarakat					

11	Makanan dan minumannya merupakan cita rasa para konsumen sesuai dengan harapan yang pelanggan inginkan					
12	Fasilitas yang sudah ada membuat para pengunjung sangat memuaskan dengan harapan yang di inginkan					
13	Harga dan produknya sesuai dengan permintaan para konsumen dalam berkunjung					
14	Sens café memberikan permintaan yang diinginkan konsumen sesuai dengan harapan para pengunjung					

Padangsidimpuan, 29 November 2023
 Responden

.....

Data Pengunjung Sens Café padang Matinggi Padang Matinggi			
No.Responden	Nama	Jenis Kelamin	Umur
1	Nur asiah	Wanita	28 Tahun
2	Nur Azizah	Wanita	23 Tahun
3	Marlina	Wanita	22 Tahun
4	Nurrahmah Amini Lubis	Wanita	22 Tahun
5	Hafsari Dewi	Wanita	22 Tahun
6	Susi Anggraini	Wanita	19 Tahun
7	Putri Kurnia Wati	Wanita	20 Tahun
8	Nella Sari Siregar	Wanita	24 Tahun
9	Yunita Siregar	Wanita	20 Tahun
10	Sumiati Siregar	Wanita	20 Tahun
11	Rahma sadilda	Wanita	19 Tahun
12	Nurhayani Nasution	Wanita	21 Tahun
13	Siti Aminah Harahap	Wanita	21 Tahun
14	Ayda Handayani purba	Wanita	21 Tahun
15	M. Miftahul Khair	Laki-laki	24 Tahun
16	Mutiah Siregar	Wanita	25 Tahun
17	Putri Amelia	Wanita	19 Tahun
18	Indah Wangsyah Br Ginting	Wanita	19 Tahun
19	Amirul yasri Hasibuhan	Laki-laki	21 Tahun
20	Ali Rahman	Laki-laki	22 Tahun
21	Ryan	Laki-laki	23 Tahun
22	Annisa Khairani	Wanita	22 Tahun
23	Anggi Khairani	Wanita	21 Tahun

24	Wafiq Azizah	Wanita	22 Tahun
25	Wanda Adilah Pulungan	wanita	19 Tahun
26	AZ Zahza Wani	Wanita	20 Tahun
27	Fatiha laila nur	Wanita	19 Tahun
28	Redha syahputra lubis	Laki-laki	34 Tahun
29	Hardi yausah harahap	Laki-laki	21 Tahun
30	Khatipah aisah harahap	Wanita	22 Tahun
31	AR nainggolan	Laki-laki	46 Tahun
32	Juli Armansyah	Laki-laki	44 Tahun
33	Nadhira salsabila fitri	Wanita	24 Tahun
34	Wafik Azizah	Wanita	22 Tahun
35	dendi wahyudi	Laki-laki	22 Tahun
36	Suarzi pane	Laki-laki	20 Tahun
37	Isrok	laki-laki	22 Tahun
38	Anhar	laki-laki	21 Tahun
39	Riswan Efendi	laki-laki	22 Tahun
40	Citra lestari	Wanita	20 Tahun
41	Mitra sari pulungan	Wanita	20 Tahun
42	Eka Rahmayani	Wanita	20 Tahun
43	Yuli Khalipah Rkt	Wanita	22 Tahun
44	Riska Arianna lubis	Wanita	22 Tahun
45	Masna Khoiriah	Wanita	23 Tahun
46	Fikahan Melda	Wanita	23 Tahun
47	Nurahman Nst	laki-laki	61 Tahun
48	Dwi yunita ningsih NST	Wanita	33 Tahun
49	Minta Hutagalung	Wanita	23 Tahun

50	Fika Rosmeri	Wanita	21 Tahun
51	Mulyani	Wanita	59 Tahun
52	Insan Hamid	laki-laki	23 Tahun
53	Rahmat ari nauli Nst	laki-laki	21 Tahun
54	Latifah aini rambe	Wanita	21 Tahun
55	Noni sagita	Wanita	20 Tahun
56	Muhammad Ryan	laki-laki	21 Tahun
57	Yanti	Wanita	21 Tahun
58	Hans B. Simamora	wanita	38 Tahun
59	Yolanda Rezita Harahap	Wanita	22 Tahun
60	Chairunnisa	Wanita	21 Tahun
61	Adelianna rahmawati harahap	Wanita	21 Tahun
62	Helvia	Wanita	22 Tahun
63	Nur ardianti syahputri	Wanita	21 Tahun
64	Hasrul siregar	laki-laki	27 Tahun
65	Sarifah aini nst	Wanita	24 Tahun
66	Nur lela	Wanita	22 Tahun
67	Annisa lubis	Wanita	21 Tahun
68	Mei shara hasibuhan	Wanita	21 Tahun
69	Mia ayu ningsih hasibuhan	Wanita	21 Tahun
70	Eva lisawati tanjung	Wanita	20 Tahun
71	Nurhayati nst	Wanita	35 Tahun
72	Linny handayani harahap	Wanita	52 Tahun
73	Rahmat	Laki-laki	45 Tahun
74	Dhany utamy	Wanita	33 Tahun
75	Iskandar	laki-laki	38 Tahun

76	Alfansturi Tanjung	laki-laki	18 Tahun
77	Ica April lianja	Wanita	21 Tahun
78	Holila yanti siregar	Wanita	23 Tahun
79	Koni Nunita	Wanita	20 Tahun
80	Mirna Dewi Panjaitan	Wanita	21 Tahun
81	Indri Widyati Anggraini Harahap	Wanita	22 Tahun
82	Yuyun sunairo ritonga	Wanita	20 Tahun
83	Fadila hisana siregar	Wanita	21 Tahun
84	Damatusaddiah nasution	Wanita	21 Tahun
85	Wira yolanda	Wanita	21 Tahun
86	Dwi adinda putri	Wanita	21 Tahun
87	Nur Jannah dhahri	Wanita	20 Tahun
88	Dwi Adila	Wanita	20 Tahun
89	Devita sari siregar	Wanita	20 Tahun
90	Fitri yulisama simanjuntak	Wanita	20 Tahun
91	ummi meilani pauziah hsb	Wanita	19 Tahun
92	Indah ariani	Wanita	21 Tahun

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95

38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81

72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

df	Pr 0.50	0.25 0.20	0.10 0.10	0.05 0.050	0.025 0.02	0.01 0.010	0.005 0.002	0.001 0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884	
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712	
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453	
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318	
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343	
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763	
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529	
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079	
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681	
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370	
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470	
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963	
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198	
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739	
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283	
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615	
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577	
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048	
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940	
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181	
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715	
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499	
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496	
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678	
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019	
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500	
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103	
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816	
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624	
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518	
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490	
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531	
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634	
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793	
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005	
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262	
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563	
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903	
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279	
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688	
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127	

42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733

73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119

Kualitas Produk (X1)								
No. Responden	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	Total
1	3	4	4	4	4	4	3	26
2	3	5	5	5	4	5	3	30
3	3	4	4	4	4	4	3	26
4	3	4	4	5	4	4	3	27
5	3	4	4	5	4	4	3	27
6	3	5	5	4	5	5	3	30
7	3	4	4	4	5	4	3	27
8	4	4	4	4	4	4	4	28
9	3	4	4	5	4	4	3	27
10	4	5	5	5	5	5	4	33
11	3	4	4	5	5	4	3	28
12	3	5	5	5	5	5	3	31
13	4	5	5	5	5	5	4	33
14	3	4	4	5	5	4	3	28
15	4	4	4	5	4	4	4	29
16	3	5	5	5	4	5	3	30
17	4	5	5	5	5	5	4	33
18	3	5	5	5	5	5	3	31
19	3	5	5	5	5	5	3	31
20	4	5	5	5	5	5	4	33
21	3	4	4	5	4	4	3	27
22	4	5	5	5	5	5	4	33
23	3	5	5	5	5	5	3	31
24	3	5	5	4	5	5	3	30
25	3	4	4	4	5	4	3	27
26	3	4	4	5	5	4	3	28
27	4	5	5	4	5	5	4	32
28	3	4	4	4	4	4	3	26
29	3	5	5	5	4	5	3	30
30	4	4	4	4	4	4	4	28
31	4	5	5	5	4	5	4	32
32	3	4	4	4	5	4	3	27
33	3	5	5	5	4	5	3	30
34	3	4	4	4	5	4	3	27
35	3	5	5	5	4	5	3	30

36	4	4	4	4	5	4	4	29
37	3	5	5	5	4	5	3	30
38	3	5	5	5	5	5	3	31
39	2	4	4	4	4	4	2	24
40	3	4	4	4	4	4	3	26
41	3	4	4	4	4	4	3	26
42	3	4	4	4	4	4	3	26
43	4	4	4	4	4	4	4	28
44	3	4	4	5	4	4	3	27
45	3	4	4	5	5	4	3	28
46	3	4	4	5	4	4	3	27
47	3	4	4	5	5	4	3	28
48	3	4	4	4	4	4	3	26
49	3	4	4	4	4	4	3	26
50	4	4	4	4	5	4	4	29
51	3	4	4	4	4	4	3	26
52	3	4	4	4	4	4	3	26
53	3	4	4	4	5	4	3	27
54	2	5	5	4	4	5	2	27
55	2	5	5	4	4	5	2	27
56	3	5	5	4	4	5	3	29
57	3	5	5	4	5	5	3	30
58	3	5	5	4	4	5	3	29
59	3	5	5	4	5	5	3	30
60	2	5	5	4	4	5	2	27
61	3	4	4	4	4	4	3	26
62	3	4	4	4	5	4	3	27
63	3	4	4	4	4	4	3	26
64	2	4	4	4	5	4	2	25
65	4	5	5	4	4	5	4	31
66	3	4	4	4	4	4	3	26
67	2	4	4	4	4	4	2	24
68	3	4	4	4	4	4	3	26
69	3	4	4	4	4	4	3	26
70	3	4	4	4	4	4	3	26
71	3	4	4	4	4	4	3	26
72	3	4	4	4	5	4	3	27

73	3	5	5	4	5	5	3	30
74	3	5	5	4	5	5	3	30
75	4	5	5	4	5	5	4	32
76	3	4	4	4	5	4	3	27
77	3	4	4	2	5	4	3	25
78	2	4	4	3	5	4	2	24
79	3	5	5	4	5	5	3	30
80	4	5	5	4	5	5	4	32
81	3	4	4	5	5	4	3	28
82	3	4	4	5	5	4	3	28
83	3	5	5	5	5	5	2	30
84	3	5	5	5	5	5	3	31
85	3	5	5	5	5	5	3	31
86	3	5	5	5	5	5	3	31
87	3	5	5	5	5	5	3	31
88	4	5	5	4	5	5	4	32
89	2	5	5	5	5	5	2	29
90	3	5	5	4	5	5	3	30
91	3	5	5	5	4	5	3	30
92	2	5	5	5	5	5	2	29

			Harga					Total
No. Responden	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	x2.7	
1	5	5	5	3	5	5	3	31
2	5	5	5	3	5	5	3	31
3	5	5	5	3	5	5	3	31
4	4	4	5	3	5	5	3	29
5	5	5	5	3	4	4	3	29
6	4	4	5	3	4	5	3	28
7	4	4	5	3	5	4	3	28
8	4	4	5	4	4	4	4	29
9	4	4	4	3	5	4	3	27
10	5	5	4	4	5	5	4	32
11	5	5	4	3	4	4	3	28
12	4	4	4	3	4	5	3	27
13	4	4	4	4	4	5	4	29
14	4	4	4	3	4	4	3	26

15	4	4	4	4	4	4	4	28
16	5	5	5	3	5	5	3	31
17	5	5	5	4	5	5	4	33
18	5	5	5	3	5	5	3	31
19	5	5	5	3	5	5	3	31
20	5	5	5	4	5	5	4	33
21	4	4	4	3	4	5	3	27
22	5	5	4	4	5	4	4	31
23	4	4	4	3	4	4	3	26
24	4	4	4	3	4	5	3	27
25	4	4	4	3	4	4	3	26
26	4	4	4	3	4	4	3	26
27	4	4	4	4	4	5	4	29
28	4	4	4	3	4	5	3	27
29	5	5	5	3	5	5	3	31
30	4	4	4	4	4	5	4	29
31	4	4	4	4	4	5	4	29
32	5	5	5	3	5	5	3	31
33	5	5	5	3	5	5	3	31
34	4	4	4	3	4	4	3	26
35	4	4	4	3	4	4	3	26
36	4	4	4	4	4	4	4	28
37	5	5	5	3	4	4	3	29
38	5	5	5	3	5	5	3	31
39	4	4	4	2	4	4	2	24
40	4	4	4	3	4	5	3	27
41	5	5	4	3	4	4	3	28
42	4	4	4	3	5	5	3	28
43	4	4	4	4	4	5	4	29
44	4	4	4	3	4	5	3	27
45	5	5	5	3	4	4	3	29
46	4	4	4	3	4	4	3	26
47	5	5	5	3	5	5	3	31
48	4	4	5	3	4	4	3	27
49	4	4	5	3	4	4	3	27
50	4	4	5	4	4	4	4	29
51	4	4	5	3	4	4	3	27

52	4	4	4	3	4	4	3	26
53	4	4	4	3	4	5	3	27
54	4	4	4	2	4	4	2	24
55	4	4	4	2	4	4	2	24
56	5	5	4	3	4	4	3	28
57	5	5	4	3	5	5	3	30
58	5	5	4	3	4	5	3	29
59	4	4	5	3	4	5	3	28
60	4	4	4	2	4	4	2	24
61	4	4	4	3	5	4	3	27
62	4	4	4	3	5	4	3	27
63	4	4	5	3	4	4	3	27
64	5	5	4	2	4	5	2	27
65	5	5	5	4	4	5	4	32
66	4	4	4	3	4	4	3	26
67	4	4	4	2	4	4	2	24
68	4	4	4	3	4	4	3	26
69	4	4	4	3	4	4	3	26
70	4	4	5	3	5	5	3	29
71	4	4	4	3	4	4	3	26
72	4	4	4	3	4	4	3	26
73	4	4	4	3	4	4	3	26
74	4	4	4	3	4	4	3	26
75	4	4	4	4	4	4	4	28
76	4	4	4	3	4	4	3	26
77	5	5	5	3	4	4	3	29
78	4	4	4	2	4	4	2	24
79	5	5	4	3	5	5	3	30
80	5	5	4	4	5	5	4	32
81	4	4	4	3	4	5	3	27
82	4	4	4	3	5	4	3	27
83	5	5	4	3	5	4	3	29
84	5	5	4	3	4	4	3	28
85	4	4	4	3	5	5	3	28
86	4	4	5	3	5	4	3	28
87	5	5	4	3	5	5	3	30
88	4	4	5	4	4	4	4	29

89	4	4	5	2	4	5	2	26
90	5	5	4	3	4	5	3	29
91	4	4	5	3	5	4	3	28
92	4	4	4	2	5	4	2	25

No. Responden	Kualitas Pelayanan (x3)						x3.	Total
	x3.	x3.2	x3.3	x3.4	x3.5	x3.6		
1	3	4	4	4	4	4	3	26
2	3	5	5	5	4	4	3	29
3	3	4	4	4	4	4	3	26
4	3	4	4	3	4	3	3	24
5	3	4	3	3	4	3	3	23
6	3	5	4	4	5	3	3	27
7	3	4	4	4	3	3	3	24
8	4	4	4	4	4	4	4	28
9	3	4	4	3	4	4	3	25
10	4	5	5	5	5	5	4	33
11	3	4	4	5	5	4	3	28
12	3	3	3	3	3	4	3	22
13	4	5	4	3	5	3	4	28
14	3	4	4	3	2	4	3	23
15	4	4	4	4	4	4	4	28
16	3	5	5	5	5	5	3	31
17	4	5	5	5	5	5	4	33
18	3	5	5	5	5	5	3	31
19	3	5	5	5	5	5	3	31
20	4	5	5	5	5	5	4	33

21	3	4	3	5	5	4	3	27
22	4	5	3	5	4	3	4	28
23	3	5	4	5	3	4	3	27
24	3	4	4	4	4	4	3	26
25	3	4	4	4	4	3	3	25
26	3	4	4	3	3	3	3	23
27	4	5	4	4	4	4	4	29
28	3	4	4	4	4	4	3	26
29	3	5	5	5	5	5	3	31
30	4	4	4	4	4	4	4	28
31	4	5	5	5	5	5	4	33
32	3	4	4	4	4	4	3	26
33	3	5	5	5	5	5	3	31
34	3	4	4	4	4	4	3	26
35	3	5	5	5	5	4	3	30
36	4	4	4	4	4	4	4	28
37	3	5	5	5	5	5	3	31
38	3	5	5	5	5	5	3	31
39	2	4	4	4	4	4	2	24
40	3	4	4	4	4	4	3	26
41	3	4	5	4	5	4	3	28
42	3	4	4	4	4	5	3	27
43	4	4	4	4	3	3	4	26
44	3	4	4	3	2	4	3	23
45	3	4	4	3	3	3	3	23
46	3	4	4	4	4	4	3	26

47	3	4	4	4	4	4	3	26
48	3	4	4	4	4	4	3	26
49	3	4	4	4	4	4	3	26
50	4	4	4	4	4	4	4	28
51	3	4	4	4	4	4	3	26
52	3	4	4	4	4	4	3	26
53	3	4	4	4	4	4	3	26
54	2	4	4	4	4	4	2	24
55	2	4	4	4	4	4	2	24
56	3	4	4	4	4	4	3	26
57	3	5	4	4	5	3	3	27
58	3	4	4	4	4	4	3	26
59	3	4	4	4	3	3	3	24
60	2	4	4	4	4	4	2	24
61	3	4	4	4	4	4	3	26
62	3	4	4	4	4	4	3	26
63	3	4	4	4	4	3	3	25
64	2	4	4	4	4	3	2	23
65	4	5	5	4	4	4	4	30
66	3	4	4	4	4	4	3	26
67	2	4	4	4	4	4	2	24
68	3	4	4	4	4	4	3	26
69	3	4	4	4	4	4	3	26
70	3	4	4	4	4	4	3	26
71	3	4	4	4	4	4	3	26
72	3	4	4	4	4	4	3	26

73	3	4	4	4	4	4	3	26
74	3	4	4	4	4	4	3	26
75	4	4	4	4	4	4	4	28
76	3	4	4	4	4	4	3	26
77	3	4	2	2	5	5	3	24
78	2	4	3	3	5	5	2	24
79	3	5	5	4	4	4	3	28
80	4	5	5	4	4	4	4	30
81	3	4	4	5	5	5	3	29
82	3	4	4	5	5	4	3	28
83	3	4	4	4	4	4	3	26
84	3	5	5	4	4	3	3	27
85	3	5	4	4	4	5	3	28
86	3	5	5	4	4	3	3	27
87	3	4	4	3	4	5	3	26
88	4	4	5	4	5	4	4	30
89	2	4	5	5	4	5	2	27
90	3	4	4	4	4	4	3	26
91	3	4	4	3	4	3	3	24
92	2	4	4	4	5	3	2	24

36	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69
37	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	57
38	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	66
39	4	2	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	58
40	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	57
41	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	57
42	5	3	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	60
43	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	58
44	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	57
45	5	3	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	60
46	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	57
47	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	67
48	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	58
49	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	57
50	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	61
51	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55
52	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55
53	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	68
54	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55
55	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	55
56	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55
57	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	63
58	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55
59	4	3	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	61
60	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	54
61	5	3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	59
62	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	59
63	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55
64	4	2	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	57
65	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	61
66	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	57
67	4	2	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	55
68	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	57
69	4	3	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	60
70	4	3	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	60
71	4	3	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	59
72	4	3	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	63

73	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	60
74	4	3	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	62
75	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	63
76	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	59
77	5	3	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	66
78	5	2	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	63
79	5	3	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	62
80	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	66
81	4	3	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	64
82	4	3	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	65
83	4	3	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	64
84	4	3	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	65
85	5	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	59
86	5	3	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	62
87	5	3	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	60
88	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	63
89	4	2	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	59
90	5	3	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	64
91	5	3	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	62
92	5	2	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	62

Correlations

		x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x3.5	x3.6	x3.7
x3.1	Pearson Correlation	1	.309**	.180	.116	.061	.033	1.0
	Sig. (2-tailed)		.003	.086	.271	.564	.754	.
	N	92	92	92	92	92	92	

x3.2	Pearson Correlation	.309**	1	.612**	.507**	.429**	.225*	.3
	Sig. (2-tailed)	.003		.000	.000	.000	.031	.
	N	92	92	92	92	92	92	
x3.3	Pearson Correlation	.180	.612**	1	.574**	.280**	.284**	.
	Sig. (2-tailed)	.086	.000		.000	.007	.006	.
	N	92	92	92	92	92	92	
x3.4	Pearson Correlation	.116	.507**	.574**	1	.472**	.391**	.
	Sig. (2-tailed)	.271	.000	.000		.000	.000	.
	N	92	92	92	92	92	92	
x3.5	Pearson Correlation	.061	.429**	.280**	.472**	1	.410**	.
	Sig. (2-tailed)	.564	.000	.007	.000		.000	.
	N	92	92	92	92	92	92	
x3.6	Pearson Correlation	.033	.225*	.284**	.391**	.410**	1	.
	Sig. (2-tailed)	.754	.031	.006	.000	.000		.
	N	92	92	92	92	92	92	
x3.7	Pearson Correlation	1.000**	.309**	.180	.116	.061	.033	
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.086	.271	.564	.754	
	N	92	92	92	92	92	92	
Total_x3	Pearson Correlation	.564**	.735**	.688**	.729**	.635**	.565**	.5
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.
	N	92	92	92	92	92	92	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

x3.3	Pearson Correlation	.180	.612**	1	.574**	.280**	.284**	.180	.688**
	Sig. (2-tailed)	.086	.000		.000	.007	.006	.086	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92
x3.4	Pearson Correlation	.116	.507**	.574**	1	.472**	.391**	.116	.729**
	Sig. (2-tailed)	.271	.000	.000		.000	.000	.271	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92
x3.5	Pearson Correlation	.061	.429**	.280**	.472**	1	.410**	.061	.635**
	Sig. (2-tailed)	.564	.000	.007	.000		.000	.564	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92
x3.6	Pearson Correlation	.033	.225*	.284**	.391**	.410**	1	.033	.565**
	Sig. (2-tailed)	.754	.031	.006	.000	.000		.754	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92
x3.7	Pearson Correlation	1.000**	.309**	.180	.116	.061	.033	1	.564**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.086	.271	.564	.754		.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92
Total_x3	Pearson Correlation	.564**	.735**	.688**	.729**	.635**	.565**	.564**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	92	92	92	92	92	92	92	92

	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
y.1 Pearson Correlation	1	.242*	.238*	.317**	.322**	.187	.193	.193	.010	.238*	.322**	.169	.193	.238*	.446**
Sig. (2-tailed)		.020	.022	.002	.002	.074	.065	.065	.927	.022	.002	.108	.065	.022	.000
N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
y.2 Pearson Correlation	.242*	1	.204	.198	.200	-.016	.114	.114	.079	.204	.200	.260*	.114	.204	.367**

Reabilitas ke empat variabel

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.725	4

Hasil Uji Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas_Produk	92	24.00	33.00	28.4891	2.33226
Harga	92	24.00	33.00	28.0326	2.16085
Kualitas_Pelayanan	92	22.00	33.00	26.7935	2.53563
Kepuasan_Konsumen	92	54.00	69.00	61.0761	4.28448
Valid N (listwise)	92				

Hasil Uji Normalitas

**Tabel IV.7 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

	Unstandardized Residual
N	92
Normal Parameter	.0000000
Mean	
Std. Deviation	3.75331154
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}
Most Extreme Absolute	.076
Positive	.076
Negative	
Differences	-.060
Test Statistic	.076

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Produk	.550	1.817
Harga	.545	1.835
Kualitas pelayanan	.488	2.048

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations

			Kualitas produk	Harga	Kualitas pelayanan	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Kualitas produk	Correlation Coefficient	1.000	.527**	.605**	.050
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.638
		N	92	92	92	92
	Harga	Correlation Coefficient	.527**	1.000	.571**	-.025

	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.812
	N	92	92	92	92
Kualitas pelayanan	Correlation Coefficient	.605**	.571**	1.000	.025
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.813
	N	92	92	92	92
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.050	-.025	.025	1.000
	Sig. (2-tailed)	.638	.812	.813	.
	N	92	92	92	92

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	34.776	5.707		6.093	.000
	kualitas produk	.874	.231	.476	3.778	.000
	Harga	.192	.251	.097	.767	.445
	kualitas pelayanan	-.149	.226	-.088	-.658	.512

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Hasil Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	34.776	5.707		6.093	.000
Kualitas produk	.874	.231	.476	3.778	.000
Harga	.192	.251	.097	.767	.445
Kualitas pelayanan	-.149	.226	-.088	-.658	.512

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	388.519	3	129.506	8.890	.000 ^b
	Residual	1281.949	88	14.568		
	Total	1670.467	91			

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan, Kualitas produk, Harga

Uji Koefisien Keterminasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.482 ^a	.233	.206	3.81675	1.727

a. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan, Kualitas produk, Harga

b. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Dokumentasi



Dokumentasi Dengan Pengunjung Pada Sens Café Padang Matinggi Pada Tanggal 13 November 2023 Pukul 20.00 PM



Dokumenasi dengan pengunjung sens café Padangmatinggi pada tanggal 13 November 2023, pukul 20.20 PM



Dokumentasi dengan pengunjung sens café padangmatinggi tanggal 14 November 2023, pukul 19:50



Dokumentasi dengan pengunjung sens café padangmatinggi pada tanggal 15 November 2023, pukul 20:05 pm



Dokumentasi dengan pengunjung sens café padangmatinggi pada tanggal 15 november 2023, pukul 20:25 pm



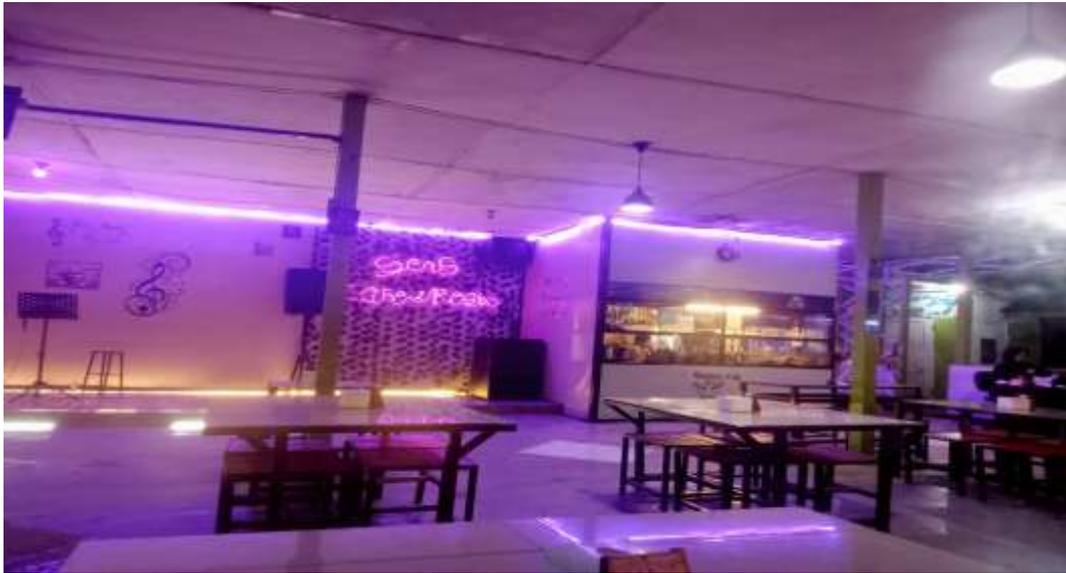
Dokumentasi dengan pengunjung sens café padangmatinggi pada tanggal 16 november 2023, pukul:20:09 pm



Dokumentasi dengan pengunjung sens café pandangmatinggi 17 November 2023, pukul 19:50 pm



Dokumentasi dengan pengunjung sens café pandangmatinggi 17 November 2023, pukul 20:07 pm



Dokumentasi fasilitas sens café padangmatinggi pada tanggal 18 November 2023, pukul 20:20 pm



Dokumentasi dengan para rekan-rekan sens café padangmatinggi pada tanggal 19 November 2023, pukul 19:15 pm



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733

Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022

Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : **2205** /Un.28/G.1/G.4c/PP.00.9/04/2023

13 April 2023

Sifat : Biasa

Lamp : 1 berkas

Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

Yth;

1. Azwar Hamid, M.A : Pembimbing I
2. Ananda Anugrah Nasution, M.Si : Pembimbing II

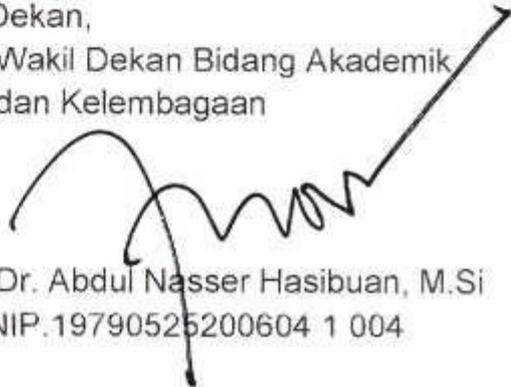
Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi tersebut di bawah ini :

Nama : Tati Gahari
NIM : 2040200034
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Sens Café Padangmatinggi.**

Diharap kepada Bapak untuk menjadi pembimbing mahasiswa tersebut di atas.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan


Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP.19790525200604 1 004

Tembusan :

1.Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733

Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022

Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 5944 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00/11/2023
Sifat : Biasa
Lamp : 1 berkas
Hal : Mohon Izin Riset

08 November 2023

Yth; Pengelola Sens Cafe' Padangmatinggi

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa nama yang tersebut dibawah ini:

Nama : Tati Gahari
NIM : 2040200034
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "**Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Sens Cafe' Padangmatinggi**". Dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan data pendukung sesuai dengan judul di atas.

Demikian disampaikan, atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan



Abdul Nasser Hasinuan, M.Si
19750525200604 1 004

Tembusan
1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

SURAT BALASAN PERMOHONAN RISET

Kepada Yth,

Bapak Dekan Fakultas Ekonomi Dan
Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Syekh Ali
Hasan Ahmad Addary
Padangsidimpuan
Di_

Tempat

Yang bertanda tangan di bawah ini pemilik Sens Café Padangmatinggi
Menerangkan bahwa sesungguhnya Saudari:

Nama : **Tati Gahari**
Nim : 2040200034
Fak/ Prodi : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah
Judul Penelitian : **Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan kualitas
Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Sens
Café Padangmatinggi**

Adalah benar telah melakukan penelitian di Sens Café Padangmatinggi.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya, agar dapat di
gunakan sebagaimana mestinya.

Padangsidimpuan, 02 Desember 2023

Pemilik Café

Selamat Sinambela





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
UPT. BAHASA**

Jalan T. Rizal Nurdin Km.4.5 Sihitang Kode Pos 22733
Telepon. 0634.22080 Faximile 0634 24022
Website : <https://www.uinsyahada.ac.id>

SURAT KETERANGAN VALIDASI

B- 6 /Un.28/J.2/PP.00.9/01/2024

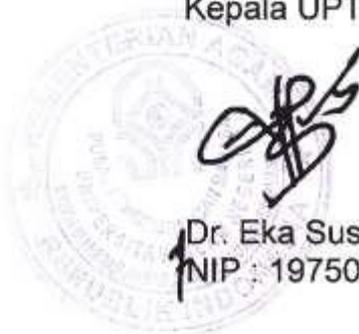
Kepala Unit Pelaksana Teknis Bahasa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan dengan ini menerangkan bahwa abstraksi mahasiswa :

Nama : Tati Gahari
NIM : 2040200034
Program Studi : Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary
Padangsidimpuan
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas
Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada
Sens Café Padang Matinggi

Telah **divalidasi** dan dinyatakan telah selesai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian keterangan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Padangsidimpuan, 11 Januari 2024
Kepala UPT. Bahasa,



Dr. Eka Sustris Harida, M.Pd
NIP : 19750917 200312 2 002