



**DETERMINAN KEPUASAN PELANGGAN RUMAH
MAKAN KANTIN CERIA PASAR SIPIONGOT**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat

Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Dalam Bidang Manajemen Bisnis

Oleh

LENI MARLINA DONGORAN

NIM: 17 402 00020

PROGRAM STUDI EKONOMI SYAARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

PADANGSIDIMPUAN

2021



**DETERMINAN KEPUASAN PELANGGAN RUMAH
MAKAN KANTIN CERIA PASAR SIPIONGOT
SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat

Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Dalam Bidang Manajemen Bisnis

Oleh:

LENI MARLINA DONGORAN

NIM: 17 402 00020

PEMBIMBING I

Muhammad Isa, ST.MM

NIP: 198006052011011003

PEMBIMBING II

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M

NIP. 198411302018012001

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN**

2021



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **LENI MARLINA DONGORAN**
Lampiran : 6 (Enam Eksemplar)

Padangsidimpuan, 12 Juni 2021
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam IAIN Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikannya terhadap skripsi a.n. **LENI MARLINA DONGORAN** yang berjudul "**Determinan Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Kanin Ceria Pasar Sipiongot**" Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Muhammad Isa, ST. MM
NIP. 19800605 201101 1 003

PEMBIMBING II

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M
NIP. 19841130 201801 2 001

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : LENI MARLINA DONGORAN
NIM : 17 402 00020
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi: Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Determinan Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Kantin Ceria Pasar Sipiongot**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

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

Padangsidempuan, 12 Juli 2021

Saya yang Menyatakan,



LENI MARLINA DONGORAN
NIM. 17 402 00020

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : LENI MARLINA DONGORAN

NIM : 17 402 00020

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "**Determinan Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Kantin Ceria Pasar Sipiongot**". Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Institut Agama Islam Negeri 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 : 12 Juli 2021

Yang menyatakan,



LENI MARLINA DONGORAN
NIM. 17 402 00020



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan, 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

NAMA : LENI MARLINA DONGORAN
NIM : 17 402 00020
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah MB-1
JUDUL SKRIPSI : Determinan Kepuasan Pelanggan Rumah Makan
Kantin Ceria Pasar Sipiongot

Ketua

Delima Sari Lubis, M.A.
NIP. 19840512 201403 2 002

Sekretaris

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M
NIP. 19841130 201801 2 001

Anggota

Delima Sari Lubis, M.A.
NIP. 19840512 201403 2 002

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M
NIP. 19841130 201801 2 001

Rini Hayati Lubis, M.P
NIP. 19870413 201903 2 011

Arti Damisa, M.E.I
NIDN. 2020128902

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Kamis/ 16 September 2021
Pukul : 14.00 WIB – 16.30 WIB
Hasil/Nilai : Lulus / 70,5 (B)
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,57
Predikat : PUJIAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : DETERMINAN KEPUASAN PELANGGAN RUMAH MAKAN
KANTIN CERIA PASAR SIPIONGOT
NAMA : LENI MARLINA DONGORAN
NIM : 17 402 00020

Telah Dapat Diterima untuk Memenuhi Salah Satu Tugas
dan Syarat-Syarat dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, Oktober 2021
Dekan,

Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si.
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Leni Marlina Dongoran

Nim : 17 402 00020

Judul Skripsi : Determinan Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Kantin Ceria Pasar Sipiongot

Permasalahan dalam penelitian ini dilatarbelakangi dengan adanya ketidakpuasan pelanggan rumah makan Kantin Ceria. Hal ini dapat dilihat dari segi minat pelanggan mengunjungi rumah makan Kantin Ceria dibandingkan dengan mengunjungi rumah makan lainnya yang ada di Pasar Sipiongot. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh harga, lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Pembahasan dalam penelitian ini berkaitan dengan ilmu Manajemen Pemasaran. Sehubungan dengan itu pendekatan yang dilakukan dengan teori-teori kepuasan pelanggan merupakan kecenderungan hati dalam diri seseorang untuk tertarik menciptakan usaha yang kemudian mengorganisir, menanggung risiko dan mengembangkan usaha yang diciptakannya.

Metode penelitian yang dilakukan adalah metode kuantitatif. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner (angket). Sampel yang digunakan sebanyak 97 responden dari seluruh pelanggan rumah makan Kantin Ceria tahun 2020. Pengambilan sampel menggunakan pendekatan Isaac dan Michael. Teknik pengambilan sampel adalah dengan teknik *nonprobability sampling* dengan cara *accidental sampling*. Sumber data yaitu primer, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan angket.

Berdasarkan hasil penelitian pada variabel harga secara parsial signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Variabel lokasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan variabel harga, lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Kantin Ceria Pasar Sipiongot.

Kata Kunci : Harga, Lokasi, Fasilitas, Kepuasan Pelanggan, Pelayanan

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahnya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul : “**Determinan Kepuasan Pelanggan Rumah Makan kantin Ceria pasar Sipiongot**”, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Manajemen Bisnis di Institut Agama Islam Negeri 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 terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL., selaku Rektor IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, bapak Dr. Anhar, M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. Kamaluddi M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
4. Bapak Muhammad Isa, ST.MM., selaku pembimbing I dan Ibu Rodame Monitorir Napitupulu, M.M., selaku Pembimbing II, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan yang telah Bapak dan Ibu berikan.
5. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum., selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
7. Teristimewa kepada keluarga tercinta Ayahanda Mara Kirma Dongoran dan Ibunda Tirana tanjung yang telah membimbing dan selalu berdoa tiada

henti-hentinya, serta berjuang demi anak-anaknya hingga bisa menjadi apa yang diharapkan. Keduanya adalah semangat peneliti agar menjadi anak yang berguna bagi diri sendiri, keluarga dan bagi nusa dan bangsa sekaligus mendorong peneliti menjadi anak yang selalu mempunyai akhlakul karimah dan yang telah banyak melimpahkan pengorbanan dan doa yang senantiasa mengiringi langkah peneliti. Doa dan usaha mereka yang tidak mengenal lelah memberikan dukungan dan harapan dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa dapat membalas perjuangan mereka dengan Surga Firdaus-nya.

8. Teristimewa juga kepada saudara-saudara saya Ida Royani Dongoran, Bata Dongoran, Yuni Arti Dongoran, Jahria Dongoran, Nurul Fadhilah Dongoran, Sultan Dongoran, Hafidjah Dongoran, Armadi Dongoran, Fitrah Ramadhani Dongoran, Dan kakak ipar saya Nurmina Rambe. Yang selalu mendukung dan mendoakan peneliti selama duduk di bangku perkuliahan dan turut membantu saya dalam melakukan penelitian skripsi ini. Semoga kebaikan mereka dibalas oleh Allah SWT.
9. Kepada teman-teman saya Duma Sari Siregar S.E, Nora Septini Harahap, Berliana Ritonga, Maya Hariati, Juita Gauri, Juila Sanda Khairani, Puspita Sari Pasaribu, Puji Erlia dan Lusi Amanda Putri Harahap yang turut menyemangati peneliti dalam mengerjakan skripsi ini.
10. Kepada kakak Syarifah Aini, S. E, Rani Parlina Siregar, S.E, kakak Esli Zuraidah Siregar, M.Sos, kak Misbah MRD, M.H, serta saudari Susanti Harahap yang turut menyemangati peneliti dalam mengerjakan skripsi ini,

dan kepada saudara/saudari serta keluarga lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang turut mendoakan selama proses perkuliahan dan penulisan skripsi ini.

11. Teman-teman Ekonomi syariah MB-1 yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada peneliti selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
12. Rekan-rekan mahasiswa khususnya kepada sahabat yang selalu memotivasi dan memberikan semangat untuk peneliti yang terkhusus buat Duma Sari Siregar, S.E, Berliana Ritonga serta kepada teman-teman Ekonomi Syariah-1 Manajemen Bisnis -1 angkatan 2017 IAIN Padangsidempuan.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunianya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. 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 peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, Juni 2021

Peneliti

LENI MARLINA DONGORAN

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	ša	š	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	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	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.

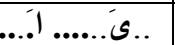
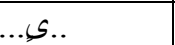
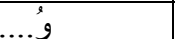
- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	ḍom mah	U	U

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	fathah dan ya	Ai	a dan i
	fathah dan wau	Au	a dan u

- b. Maddah adalah vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua yaitu:

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 (Tasydid)

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 system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ﻻ. 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 bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Capital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri

dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital 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 capital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan 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 JUDUL/SAMPUL

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN SKRIPSI SENDIRI

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah.....	5
D. Definisi Operasional Variabel.....	6
E. Rumusan Masalah	7
F. Tujuan Masalah.....	8
G. Manfaat Penelitian	8
H. Sistematika Pembahasan	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Kerangka Teori.....	11
1. Kepuasan Pelanggan	11
2. Harga	19
3. Lokasi.....	23
4. Fasilitas	27
5. Kualitas Pelayanan	29
B. Penelitian Terdahulu	35

C. Kerangka Pikir	42
D. Hipotesis.....	43
BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Lokasi dan waktu Penelitian	44
B. Jenis Penelitian.....	44
C. Populasi dan Sampel	44
D. Sumber Data.....	47
E. Instrumen Pengumpulan Data	47
F. Uji Validitas dan Reliabilitas	50
G. Analisis data	52
BAB IV HASIL PENELITIAN	58
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	58
a. Sejarah	58
b. Visi	59
c. Misi	59
d. Struktur organisasi	59
B. Hasil Analisis Penelitian	60
C. Pembahasan Hasil Penelitian	74
D. Keterbatasan Penelitian	79
BAB V PENUTUP	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran	81

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

- Tabel I. 1 Definisi Operasional Variabel
- Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu
- Tabel III. 1 Kisi-Kisi Harga
- Tabel III. 2 Kisi-Kisi Lokasi
- Tabel III. 3 Kisi-Kisi Fasilitas
- Tabel III. 4 Kisi-Kisi Kualitas Pelayanan
- Tabel III. 5 Kisi-Kisi Kepuasan Pelanggan
- Tabel IV. 1 Hasil Uji Validitas Harga
- Tabel IV. 2 Hasil Uji Validitas Lokasi
- Tabel IV. 3 Hasil Uji Validitas Fasilitas
- Tabel IV. 4 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan
- Tabel IV.5 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan
- Tabel IV. 6 Hasil Uji Reliabilitas Harga
- Tabel IV. 7 Hasil Uji Reliabilitas Lokasi
- Tabel IV.8 Hasil Uji Reliabilitas Fasilitas
- Tabel IV. 9 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan
- Tabel IV. 10 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan
- Tabel IV. 11 Hasil Uji Normalitas
- Tabel IV. 12 Hasil Uji Linearitas Kepuasan Pelanggan Dengan Harga
- Tabel IV. 13 Hasil Uji Linearitas Kepuasan Pelanggan Dengan Lokasi
- Tabel IV. 14 Hasil Uji Linearitas Kepuasan Pelanggan Dengan Fasilitas
- Tabel IV. 15 Hasil Uji Linearitas Kepuasan Pelanggan Dengan Kualitas Pelayanan
- Tabel IV. 16 Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel IV. 17 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel IV. 18 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Tabel IV. 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (*R Square*)

Tabel IV. 20 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Tabel IV. 21 Hasil Uji Simultan (Uji F)

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Kerangka Pikir

Gambar IV. 1 Struktur Organisasi Rumah Makan Kantin Ceria

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan manusia yang paling mendasar yaitu makanan dan minuman. Kebutuhan makanan akan meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk, terutama di daerah yang ramai penduduknya. Peningkatan ini menjadikan peluang pada bisnis kuliner yang cukup menjanjikan terutama dalam menghadapi persaingan dunia usaha yang semakin ketat. Sehingga kita dituntut untuk dapat mengembangkan usaha, agar usaha kita dapat maju dan berkembang. Pengembangan usaha yang baik harus dimulai dari diri sendiri serta membutuhkan strategi dalam pengembangan usaha yang kita miliki agar dapat bertahan lama dan semakin berkembang.

Pasar Sipiongot merupakan pasar yang paling ramai di Kecamatan Dolok. Di Pasar Sipiongot berdiri beberapa usaha rumah makan, salah satunya adalah rumah makan Kantin Ceria yang merupakan salah satu rumah makan yang paling terkenal di daerah Sipiongot Kecamatan Dolok, dan merupakan salah satu rumah yang digemari oleh kalangan muda mudi maupun anak sekolahan yang berada di daerah Pasar Sipiongot.

Menurut beberapa pelanggan rumah makan yang diwawancarai oleh peneliti, menu makanan dan minuman yang tersedia di Rumah Makan Kantin Ceria tersebut memiliki cita rasa yang enak. Karena menu yang tersedia di rumah makan tersebut masih bersih dari bahan pengawet

maupun penyedap rasa yang berlebihan.¹ Pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah makan juga sangat baik. Walaupun lokasi rumah makan jauh dari jalan raya dan bangunan yang sederhana, tetapi pihak rumah makan sangat memperhatikan kenyamanan pelanggan.

Namun rumah makan ini juga memiliki beberapa kelemahan. Peneliti melakukan wawancara dengan masyarakat di sekitar rumah makan tersebut. Mereka mengatakan bahwa harga yang ditawarkan oleh pihak rumah makan terlalu mahal. Sehingga mereka jarang membeli makanan dari rumah makan tersebut karena harga dengan rasa makanannya tidak sesuai.²

Banyak pelanggan yang mengatakan bahwa lokasi rumah makan tersebut kurang strategis. Karena lokasi rumah makan Kantin Ceria jauh dari jalan raya serta jalan menuju ke rumah makan tersebut sangat sempit dan hanya bisa dilewati kendaraan roda dua, sehingga orang yang datang ke sana harus jalan kaki karena jalannya tidak bisa dilewati dengan naik mobil. Lokasi rumah makan juga jarang diketahui oleh orang lain karena tidak ada papan merek rumah makan tersebut di pinggir jalan. Sehingga rumah makan tersebut sulit diketahui oleh orang yang tinggal di daerah luar Sipiongot.

Pelanggan juga mengatakan bahwa fasilitas yang tersedia di rumah makan Kantin Ceria masih kurang memadai, misalnya kamar mandi yang tersedia hanya satu kamar mandi, tempat solat juga tidak ada disediakan

¹ Ferri Simbolon, pelanggan rumah makan Kantin Ceria, Wawancara, 27 April 2021.

² Sapri Dongoran, Pelanggan Rumah Makan Kantin Ceria, Wawancara, 27 April 2021.

oleh pihak rumah makan.³ Padahal pelanggan yang datang ke rumah makan tersebut banyak yang muslim. Sedangkan masjid yang ada di Pasar Sipiongot lumayan jauh dari lokasi rumah makan, sehingga pelanggan mengeluh mengenai fasilitas yang kurang mencukupi tersebut.

Selanjutnya mengenai kualitas pelayanan yang ada di rumah makan Kantin Ceria. Sebagian pelanggan mengatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah makan sangat baik sehingga pelanggan tertarik untuk kembali ke rumah makan tersebut. Tetapi sebagian pelanggan mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah makan kurang memuaskan. Di sini pelanggan rumah makan berbeda pendapat tentang kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah makan.

Pemilik rumah makan kantin ceria mengatakan bahwa strategi yang dijalankan pada rumah makan tersebut agar bisa bertahan ditengah-tengah perkembangan bisnis kuliner yang semakin meningkat adalah menjaga kualitas pelayanan.⁴ Agar pelanggan merasa puas dan tidak berhenti berlangganan ke rumah makan Kantin Ceria tersebut.

Rumah makan Kantin Ceria memiliki 7 orang karyawan. Rumah makan ini buka setiap hari mulai pukul 10.00 WIB – 22.00 WIB. Untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan di rumah makan Kantin Ceria maka banyak cara yang dilakukan misalnya bersikap ramah kepada setiap pelanggan yang datang ke rumah makan Kantin Ceria tersebut.

³ Ferri Simbolon, pelanggan rumah makan Kantin Ceria, Wawancara.

⁴ Sarita Ritonga, Pemilik Rumah Makan Kantin Ceria, Wawancara, 29 April 2021.

Berdasarkan wawancara dengan pemilik perusahaan, ternyata ada penurunan jumlah pelanggan dalam beberapa bulan terakhir ini. Hal ini disebabkan beberapa faktor, salah satunya adalah menurut pemilik rumah makan jumlah pelanggan yang berkurang setiap bulannya dikarenakan wabah covid-19. Karena sebelum wabah covid-19 menyebar ke seluruh Negara terutama Indonesia, jumlah pelanggan yang datang ke rumah makan Kantin Ceria tidak pernah sedrastis itu penurunan pelanggannya. Karena masyarakat pun harus mematuhi peraturan pemerintah untuk berdiam diri di rumah saja untuk memutuskan rantai penyebaran covid-19.⁵

Berdasarkan survei awal yang dilakukan peneliti, kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting di rumah makan Kantin Ceria Pasar Sipiongot. oleh karena itu, peneliti menganggap perlu diadakan penelitian tentang kepuasan pelanggan di rumah makan kantin ceria pasar Sipiongot. penelitian ini berjudul “**DETERMINAN KEPUASAN PELANGGAN RUMAH MAKAN KANTIN CERIA PASAR SIPIONGOT**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka peneliti mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

⁵ Rosiady Husaenie Sayuti dan Siti Aisyah Hidayati, “Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Ekonomi Masyarakat di Nusa Tenggara Barat,” *RESIPROKAL* 2 (Desember 2020): No.2.

1. Harga yang ditawarkan oleh pihak rumah makan Kantin Ceria Pasar Sipiongot terlalu mahal bagi masyarakat di sekitar rumah makan.
2. Lokasi rumah makan Kantin Ceria Pasar Sipiongot terlalu sulit diketahui oleh penduduk yang tinggal di daerah luar Sipiongot.
3. Lokasi rumah makan Kantin Ceria jauh dari jalan raya dan hanya bisa dilewati kendaraan roda dua.
4. Fasilitas yang tersedia di rumah makan Kantin Ceria Pasar Sipiongot kurang memenuhi kebutuhan dan permintaan pelanggan.
5. Pihak rumah makan Kantin Ceria dalam melayani pelanggan kurang baik, karena pelanggan ada yang merasa puas dan ada juga yang merasa tidak puas atas pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah makan.
6. Pihak rumah makan Kantin Ceria kurang memperhatikan setiap pelanggan.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang dipaparkan di atas, maka yang menjadi batasan masalah penelitian ini yaitu pengaruh harga, lokasi fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Kantin Ceria Pasar Sipiongot.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah mendefinisikan variabel secara operasional berdasarkan karakteristik yang diamati yang memungkinkan

peneliti untuk melakukan observasi atau pengukuran secara cermat terhadap suatu objek atau fenomena.⁶

Tabel 1.1

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Skala pengukuran
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkan. ⁷	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan 	Ordinal
Harga (X ₁)	Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu. ⁸	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Keseuaian harga manfaat 	Ordinal
Lokasi (X ₂)	Lokasi adalah letak, tempat atau penempatan suatu benda, keadaan pada permukaan bumi. Lokasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses 2. Visibilitas 3. Lalu lintas 4. Tempat parkir 5. Lingkungan 	Ordinal

⁶ Ismail Nurdin dan Sri Hartati, *Metodologi Penelitian Sosial* (Surabaya: Media Sahabat Cendikia, 2019), hlm. 122.

⁷ Freddy Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006), hlm. 23.

⁸ Supriadi, *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam* (Guepedia, 2018), hlm. 26.

	adalah tempat dimana orang-orang biasa berkunjung. ⁹		
Fasilitas (X ₃)	Fasilitas adalah segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh pelanggan yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal. ¹⁰	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peralatan kerja 2. Perlengkapan kerja 3. Perlengkapan bantu atau fasilitas 	Ordinal
Kualitas Pelayanan (X ₄)	Kualitas pelayanan adalah suatu bentuk penilaian terhadap tingkat layanan yang diterima dengan tingkat yang diharapkan. ¹¹	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keandalan (<i>reability</i>) 2. Cepat tanggap (<i>responsiveness</i>) 3. Jaminan dan kepastian (<i>assurance</i>) 4. Empati (<i>empathy</i>) 5. Bukti fisik (<i>tangible</i>) 	Ordinal

E. Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Kantin Ceria Pasar Sipiongot?
2. Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Kantin Ceria Pasar Sipiongot?

⁹ Choms Gary Ganda Tua Sibarani, dkk, *Dasar-dasar Kewirausahaan*, Cetakan 1 (Yayasan Kita Menulis, 2019), hlm. 41.

¹⁰ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, Jilid 2*, 13 ed. (Jakarta: Prehallindo, 2009), hal. 45.

¹¹ Lupiyodi, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 81.

3. Apakah terdapat pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Kantin Ceria Pasar Sipiongot?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Kantin Ceria Pasar Sipiongot?
5. Apakah terdapat pengaruh harga, lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Kantin Ceria Pasar Sipiongot?

F. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Kantin Ceria Pasar Sipiongot.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Kantin Ceria Pasar Sipiongot.
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Kantin Ceria Pasar Sipiongot.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Kantin Ceria Pasar Sipiongot.
5. Untuk mengetahui pengaruh harga, lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Kantin Ceria Pasar Sipiongot.

G. Manfaat Penelitian

1. Bagi pemilik rumah makan
Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan masukan bagi perusahaan dan memberikan perhatian dalam hal harga, lokasi, fasilitas

dan kualitas pelayanan sehingga akan berdampak pada kepuasan pelanggan, sehingga mereka menjadi pelanggan yang loyal.

2. Bagi peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi tambahan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama duduk di bangku perkuliahan dan mampu diterapkan di dunia kerja.

3. Bagi akademik

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak kampus IAIN Padangsidimpuan khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebagai pengembangan keilmuan dan bisa menjadi sebuah referensi untuk mahasiswa selanjutnya.

H. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini dilakukan dengan sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan yang terdiri atas latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, definisi operasional variabel, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II Landasan Teori terdiri atas kerangka teori, dalam kerangka teori membahas tentang variabel kepuasan pelanggan, harga, lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan. penelitian terdahulu, dalam penelitian terdahulu diuraikan beberapa penelitian-penelitian yang terdahulu yang mirip dengan penelitian ini. kerangka pikir dan hipotesis.

BAB III Metodologi Penelitian terdiri atas lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data, tehknik pengumpulan data, dan analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian pembahsana tentang gambaran objek penelitian yang akan dilakukan peneliti, selanjutnya peneliti membahas hasil penelitian yang diolah dengan menggunakan SPSS.

BAB V Penutup merupakan akhir seluruh uraian yang telah dikemukakan di atas.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Pelanggan

Kebanyakan orang mengartikan pelanggan sebagai pembeli akhir atau pengguna akhir dari sebuah produk atau jasa. Pelanggan adalah orang atau lembaga yang membeli barang/jasa secara rutin atau berulang-ulang karena barang/jasa yang dibeli mempunyai manfaat.¹² Persepsi mengenai nilai dan kepuasan dipengaruhi oleh banyak faktor yang terjadi selama waktu pembelian, kepemilikan, dan jasa pelayanan pelanggan tersebut.¹³ Pelanggan dapat diartikan sebagai siapa saja yang berkepentingan dengan produk layanan yang ditawarkan oleh perusahaan.

Pelanggan adalah orang yang membeli atau menggunakan barang atau jasa secara tetap dan berkesinambungan. Menurut Ansori Toyib, pelanggan adalah semua orang atau organisasi yang melakukan pembelian produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan.¹⁴ Termasuk dalam pengertian ini pembeli riil (yang

¹² Candrianto, *Kepuasan Pelanggan* (Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2021), hlm.1.

¹³ James R. Evans, William M. Lindsay, *Pengantar Six Sigma* (Jakarta: Salemba Empat, 2007), hlm. 14.

¹⁴ Muh. Nur Eli Brahim, *Akuntansi dan Keuangan Lembaga* (Yogyakarta: Andi, 2021), hlm. 39.

benar-benar sudah membeli) atau pembeli potensial (target market, atau pembeli pertama dan pembeli yang baru melakukan penjangkauan).

Pelanggan adalah seseorang yang menjadi terbiasa untuk membeli dari anda. Kebiasaan itu terbentuk melalui pembelian dan interaksi yang sering selama periode waktu tertentu.¹⁵ Pelanggan merupakan salah satu indikator keberhasilan suatu perusahaan. Namun seringkali perusahaan mengabaikan pelanggan, perusahaan hanya mengambil keuntungan dari pelanggan tanpa berupaya memberikan pelayanan prima kepada mereka.

b. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan telah menjadi fokus penting setiap organisasi, baik profit maupun nirlaba. Berbagai pihak menaruh perhatian pada isu strategik ini, diantaranya pemasar, konsumen, konsumeris, peneliti perilaku konsumen dan pemerintah.¹⁶ Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.

Menurut Kotler, kepuasan pelanggan adalah “*a personil’s feeling of pleasure or disappointment resulting from comparing a product’s received performance (or outcome) in relations to the persons’s expectation*” (perasaan senang atau kecewa seseorang

¹⁵ Jill Griffin, *Customer Loyalty*, Edisi Revisi dan Terbaru (Jakarta: Erlangga, 2003), hlm. 31.

¹⁶ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, 4 ed. (Yogyakarta: Andi, 2015), hlm.75.

sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkan.¹⁷ Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas. Apabila perusahaan memfokuskan pada kepuasan tinggi maka para pelanggan yang kepuasannya hanya pas, akan mudah untuk berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik. Sedangkan konsumen yang sangat puas lebih sukar untuk mengubah pilihannya. Kepuasan yang tinggi atau kesenangan yang tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap merek tertentu, bukan hanya kesukaan atau preferensi rasional dan hasilnya adalah kesetiaan konsumen yang tinggi.

Dalam menentukan kepuasan pelanggan terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan, yaitu:¹⁸

1. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, terutama untuk industri jasa. Pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

¹⁷ Freddy Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006), hlm. 23.

¹⁸ Suwartini & Sumiyati, *Produk Kreatif Dan Kewirausahaan Akuntansi Dan Keuangan Lembaga* (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2019), hlm. 133-134.

3. Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek tertentu.
4. Harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
5. Biaya, pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

Pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan.

c. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Pemantauan dan pengukuran kepuasan pelanggan juga menjadi hal yang esensial bagi setiap organisasi. Hal ini dikarenakan langkah tersebut dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi

organisasi dalam peningkatan kepuasan pelanggan.¹⁹ Metode pengukuran kepuasan pelanggan yang biasanya digunakan oleh perusahaan melakukan evaluasi ini terdiri atas:²⁰

1. Sistem keluhan dan saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka.

2. *Ghost shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

3. Analisa pelanggan yang hilang (*Lost Customer Analysis*)

Metode ini dilaksanakan dengan cara perusahaan berusaha menghubungi pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok. Yang diharapkan adalah adanya informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat

¹⁹ Yuni Rusmawati DJ., Luluk Nur Azizah, & Evi Fitrotun Najiah, *Total Quality Management (TQM)* (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021), hlm. 64.

²⁰ Eka Hendrayani, dkk, *Manajemen Pemasaran* (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021), hlm. 72-73.

bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

4. Survei kepuasan pelanggan

Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda atau signal positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggan.

d. Indikator Kepuasan Pelanggan

Karena begitu banyak pelanggan yang menggunakan produk dan setiap pelanggan menggunakannya secara berbeda, sikap berbeda, dan berbicara secara berbeda. Menurut Tjiptono, pada umumnya program kepuasan memiliki beberapa indikator-indikator, yaitu:²¹

1. Kesesuaian harapan, merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi:
 - a) Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
 - b) Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

²¹ Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Press, 2019), hlm. 92.

- c) Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
2. Minat berkunjung kembali, merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi:
- a) Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
 - b) Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.
 - c) Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
3. Kesediaan merekomendasikan, merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi:
- a) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
 - b) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
 - c) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk atau jasa.

d. Kepuasan Pelanggan dalam Perspektif Islam

Dalam pandangan Islam, yang menjadi tolak ukur dalam menilai kepuasan pelanggan adalah standar syariah. Kepuasan pelanggan dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk/jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima.

Dalam konteks kepuasan pelanggan, interaksi antara penjual dan pembeli (hubungan baik manusia), Allah SWT memberikan pedoman kepada mukmin (pelaku usaha) agar berlemah lembut kepada konsumen. Firman Allah SWT dalam Q.S Ali Imran: 159:²²

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لَئِن لَّهُمْ^ط وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ

لَأَنْفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ^ط فَاعْفُ عَنْهُمْ^ط وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ^ط وَشَاوِرْهُمْ

فِي الْأَمْرِ^ط فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ^ج إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ

الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya : Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap

²² Departemen agama RI, *Al-Quran & Terjemahan* (Jakarta: PT. Bintang Indonesia, 2011).

keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepadanya. (Q.S Ali Imran: 159)

Penjelasan ayat di atas, Allah SWT memerintahkan berlaku lemah lembut kepada mereka dan menjadi salah satu bukti bahwa Allah sendiri yang membentuk dan mendidik kepribadian Nabi Muhammad SAW. Kepribadian beliau dibentuk sehingga bukan hanya pengetahuan yang Allah limpahkan kepada beliau melalui wahyu-wahyu Al-quran, tetapi juga kalbu beliau disinari, bahkan totalitas wujud beliau merupakan rahmat bagi seluruh alam. Allah SWT mengharuskan pemeluknya untuk berlaku sopan dalam setiap hal baik dalam melakukan transaksi bisnis dengan orang-orang bodoh, tetap harus berbicara dengan ucapan dan ungkapan yang baik.

2. Harga

a. Pengertian Harga

Menurut Michael J. Etzel harga adalah nilai yang disebutkan dalam mata uang (dolar = \$) atas medium moneter lainnya sebagai alat tukar (*Price is value expressed in terms of*

dollars or monetary medium of exchange).²³ Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat memiliki atau menggunakan produk yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.²⁴

Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran.²⁵ Harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perusahaan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan nantinya.

Harga adalah penentuan nilai uang-barang dan harga barang. Dengan adanya suatu harga, maka masyarakat dapat menjual suatu barang yang mereka miliki dengan harga yang umum dan dapat diterima. Menurut M. Abdul Manan keengganan orang islam untuk menerima harga pasar sebagai sarana menuju kesejahteraan sosial membuat fungsi dari kelenturan harga kebutuhan dan *suplay* menurut adat dan kebiasaan jadi terbatas.²⁶

Dilihat dari beberapa definisi harga, dapat diketahui bahwa harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan

²³ Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2013), hlm 130.

²⁴ Arif Hidayat, *Studi Kelayakan Bisnis* (Nagari Koto Baru: CV. Insan Cendekia Mandiri, 2021), hlm. 45.

²⁵ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2004), hlm.135.

²⁶ Supriadi, *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam* (Guepedia, 2018), hlm. 26.

sejumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang atau jasa berikut pelayanannya.

b. Tujuan Penetapan Harga

Menetapkan harga yang tepat adalah tugas pemasar yang paling sulit dan krusial. Berbagai pertimbangan dan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap harga, diperhatikan menjadi prioritas keputusan. Menemukan dan menetapkan strategi penetapan harga yang tepat sangat penting untuk kesuksesan. Laba yang optimal adalah salah satu dari tujuan penetapan harga, meskipun tujuan penetapan harga bukan sekedar hanya laba saja.²⁷

Dalam penetapan harga, manajer memutuskan berapa yang akan diterimaperusahaan sebagai imbalan produknya.²⁸ Dalam konsep konvensional penetapan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan untuk mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk dan jasa yang ditawarkan.²⁹ Dalam ekonomi konvensional umumnya produsen menetapkan harga dengan cara menghitung biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi ditambah dengan keuntungan yang diinginkan.

Dalam pandangan Islam menurut Rachmat Syafei, harga terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad, baik

²⁷ Syafrida Hafni Sahir, dkk, *DAsar-Dasar Pemasaran* (Yayasan Kita Menulis, 2021), hlm. 148.

²⁸ Ricky W. Griffin & Ronald J. Ebert, *Bisnis*, Edisi Kedelapan (Erlangga, 2006), hlm. 329.

²⁹ Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 191.

lebih sedikit, lebih besar atau sama dengan nilai barang lainnya. Biasanya harga dijadikan penukaran barang yang diridhai oleh kedua belah pihak.³⁰

Menurut Ibnu Taimiyah naik dan turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh tindakan tidak adil dari sebagian orang yang terlibat transaksi. Bisa jadi penyebabnya adalah penawaran yang menurun akibat inefisiensi produksi, penurunan jumlah impor barang-barang yang diminta atau juga tekanan pasar. Karena itu, jika permintaan terhadap barang meningkat, sedangkan penawaran menurun, harga barang tersebut akan naik. Begitu pula sebaliknya. Kelangkaan dan melimpahnya barang mungkin disebabkan oleh tindakan yang adil atau mungkin juga tindakan yang tidak adil.³¹

c. Indikator Harga

Menurut Kotler, harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang atau jasa, jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa.³² Indikator harga terdiri dari:³³

1. Keterjangkauan harga

³⁰ Rachmat Syaifei, *Fiqih Muamalah* (Bandung: Pustaka Setia, 2000), hlm. 87.

³¹ Adiwarmanto A Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, Ke 3 (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), hlm. 144.

³² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ke 2 Jilid 1 (Jakarta: Indeks Gramedia, 2007), hlm. 146.

³³ Rina Anggriana, dkk, "Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online 'OM-JEK' Jember" Vol. 7 (Desember 2017): No. 2.

Keterjangkauan harga adalah aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen atau penjual yang sesuai dengan kemampuan beli pelanggan atau konsumen.

2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen atau penjual yang sesuai dengan kualitas produk yang dapat diperoleh pelanggan atau konsumen.

3. Daya saing harga

Penawaran harga yang diberikan oleh produsen atau penjual berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh produsen lain, pada suatu produk yang sama.

4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk

Aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen atau penjual yang sesuai dengan manfaat yang dapat diperoleh konsumen dari produk yang dibeli.

3. Lokasi

a. Pengertian Lokasi

Lokasi adalah letak, tempat atau penempatan suatu benda, keadaan pada permukaan bumi. Lokasi adalah tempat dimana orang-orang biasa berkunjung. Lokasi dalam hubungannya dengan pemasaran adalah tempat yang khusus dan unik dimana lahan

tersebut dapat digunakan untuk berbelanja.³⁴ Komponen yang menyangkut lokasi meliputi pemilihan lokasi yang strategis (mudah dijangkau), di daerah sekitar pusat perbelanjaan, dekat pemukiman penduduk, aman dan nyaman bagi pelanggan, adanya fasilitas yang mendukung seperti adanya lahan parkir serta faktor lainnya.

Lokasi yang strategis memengaruhi seseorang dalam menimbulkan keinginan untuk melakukan pembelian karena lokasinya yang strategis, terletak di arus bisnis, dan sebagainya.

Lokasi usaha adalah hal utama yang perlu dipertimbangkan. Lokasi strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Dalam memilih lokasi usahanya, pemilik lokasi usaha harus mempertimbangkan faktor-faktor pemilihan lokasi, karena lokasi usaha akan berdampak pada kesuksesan usaha itu sendiri.³⁵

b. Faktor-Faktor Penentuan Lokasi Usaha

Metode analisis lokasi badan usaha dimaksudkan untuk menentukan lokasi usaha secara tepat. Meskipun pemilik usaha telah berusaha menemukan lokasi usahanya dengan menggunakan metode seoptimal mungkin, namun permasalahan yang tidak terduga dapat datang secara tiba-tiba pada lokasi usaha yang telah dipilih, umpamanya peraturan tempat usaha, ketersediaan air,

³⁴ Choms Gary Ganda Tua Sibarani, dkk, *Dasar-dasar Kewirausahaan*, Cetakan 1 (Yayasan Kita Menulis, 2019), hlm. 41.

³⁵ Choms Gary Ganda Tua Sibarani, dkk, hlm. 42.

pembuangan limbah, *suplay* tenaga kerja, biaya transportasi, peraturan pajak, penerimaan masyarakat sekitar yang dapat mempengaruhi jalannya operasionalisasi usaha.³⁶

Adapun faktor-faktor dalam menentukan lokasi usaha adalah sebagai berikut:³⁷

1. Jumlah penduduk

Kepadatan penduduk menjadi salah satu tolak ukur besarnya potensi usaha yang dibangun, karena mereka itulah nantinya yang akan membeli produk atau memakai jasa yang disediakan. Apabila usaha kita termasuk dalam lingkup usaha kecil, kita bisa mengukur dengan wilayah yang lebih kecil. Sebaliknya jika usaha lebih besar, maka radius yang perlu kita lihat pun lebih luas lagi.

2. Pendapatan

Setelah mengetahui jumlah penduduk, kita juga harus mengukur penghasilan mereka. Mereka sebagai target pasar harus memiliki daya beli yang cukup untuk membeli produk kita, karena akan sia-sia jika lingkungan sekitar tidak tertarik dengan usaha kita hanya karena mereka tidak mampu membeli produk atau jasa yang disediakan.

3. Tempat

³⁶ Raba Nathaniel, *Pengantar Bisnis* (Ds. Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2020), hlm. 14.

³⁷ Choms Gary Ganda Tua Sibarani, dkk, *Dasar-dasar Kewirausahaan*, hlm. 42-43.

Ada beberapa tipe tempat yang bisa dipilih untuk usaha seperti perumahan, mall, sentra usaha, pinggir jalan dan sebagainya. Yang perlu dicermati apakah usaha kita cocok dengan karakter tempat tersebut.

4. Kepadatan lalu lintas

Pembeli potensial tidak hanya berasal dari lingkungan sekitar. Pembeli tambahan biasanya datang dari orang yang lalu lalang di depan lokasi usaha kita.

5. Persaingan

Riset yang perlu dilakukan lagi adalah melihat seberapa banyak pemain sejenis. Seberapa besar tingkat persaingannya. Jika kita yakin dengan strategi dan produk yang kita miliki mampu mengungguli competitor kita, tentunya tidak akan menjadi masalah.

c. Indikator Lokasi

Adapun indikator-indikator yang harus dipertimbangkan dalam menentukan lokasi antara lain:³⁸

1. Akses, misalnya lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi.
2. Visibilitas, misalnya lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.

³⁸ Grace Marleen Wariki, dkk, "Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado" Vol. 3 (Juni 2015): No. 2.

3. Lalu lintas, dimana ada dua hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu yang pertama banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan besar terjadinya *impulse* buying, dan yang kedua kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa pula menjadi hambatan, misalnya pelayanan kepolisian, pemadam kebakaran dan ambulans.
4. Tempat parkir yang luas dan aman.
5. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung bisnis yang ditawarkan. Misalnya bisnis restoran kelas kecil yang berdekatan dengan daerah kampus, sekolah dan perkantoran.

4. Fasilitas

a. Pengertian Fasilitas

Fasilitas menurut Suryo Subroto dalam Mamuaya, menyatakan bahwa fasilitas adalah segala sesuatu yang bisa memudahkan dan memperlancar suatu usaha yang dapat berwujud benda-benda dan berupa tempat.³⁹ Maka fasilitas adalah berupa segala sesuatu bersifat fisik maupun uang yang dapat mempermudah dan memperlancar pelaksanaan suatu usaha dalam rangka mencapai suatu tujuan.

Secara sederhana yang dimaksud dengan fasilitas adalah suatu sarana fisik yang dapat memproses suatu masukan (input)

³⁹ Sabri dan Melly Susanti, *Kewirausahaan* (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021), hlm. 199.

menjadi keluaran (output) yang diinginkan.⁴⁰ Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar suatu usaha atau kegiatan dapat berupa benda-benda, maupun uang atau dengan kata lain fasilitas dapat disamakan dengan sarana dan prasarana. Fasilitas yang memadai mampu menciptakan produktivitas kerja yang efisien.⁴¹

Desain dan tata letak fasilitas jasa erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan. Sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut di mata pelanggan.

b. Indikator Fasilitas

Menurut Moenir, fasilitas ditinjau dari segi kegunaannya, yaitu:⁴²

- 1) Peralatan kerja, yaitu semua jenis benda yang berfungsi langsung sebagai alat produksi untuk menghasilkan barang atau berfungsi memproses suatu barang menjadi barang lain yang berlainan fungsi dan gunanya.
- 2) Perlengkapan kerja, yaitu semua jenis benda yang berfungsi sebagai alat bantu tidak langsung dalam produksi, mempercepat proses, membangkitkan dan menambah kenyamanan dalam pekerjaan.

⁴⁰ Harmaizar Zaharuddin, *Menggali Potensi Wirausaha* (Bekasi: CV. Diang Anugerah Prakasa, 2006), hlm. 111.

⁴¹ Sarintan Efratani Damanik, *Pemberdayaan Masyarakat Desa Sekitar Kawasan Hutan* (Ds. Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), hlm. 117.

⁴² Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 77.

- 3) Perlengkapan baru atau fasilitas, yaitu semua jenis benda yang berfungsi membantu kelancaran gerak dalam pekerjaan, misalnya mesin lift, mesin pendingin ruangan, mesing absensi, dan mwsin pembangkit tenaga.

5. Kualitas pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.⁴³ Menurut Tjiptono kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.⁴⁴

Kualitas diartikan sebagai keseluruhan fitur dan karakteristik dari produk atau jasa yang mampu memuaskan atau memenuhi kebutuhan pelanggan.⁴⁵ pelayanan adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

⁴³ Syafrida Hafni Sahir, dkk, *Keterampilan Manjerial Efektif* (Yayasan Kita Menulis, 2020), hlm. 93.

⁴⁴ Rista Widi Endah Yani, dkk, *Praktek Kerja Lapang Manajemen Pelayanan Kesehatan (PKL MPK)* (Jember: UPT Penerbitan Universitas Jember, 2021), hlm. 142.

⁴⁵ Herlin Hidayat, *Manajemen Operasi Dasar* (Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, 2019), hlm. 59.

Kualitas pelayanan tidak dapat diukur/ditentukan oleh pihak yang melayani saja, tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kebutuhannya. sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan.

Adanya faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu jasa yang diharapkan dan jasa yang dirasakan atau dipersepsikan. Apabila jasa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan tersebut akan dipersepsikan baik atau positif. Jika jasa yang dipersepsikan melebihi jasa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Demikian juga sebaliknya apabila jasa yang dipersepsikan lebih jelek dibandingkan dengan jasa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan negatif atau buruk. Maka baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten. Adapun ciri-ciri pelayanan yang baik menurut Kasmir adalah sebagai berikut:⁴⁶

1. Selalu bertanggung jawab kepada semua pelanggan atau pengunjung dari awal hingga selesai
2. Mampu melayani secara cepat dan tepat

⁴⁶ Dian Sudiantini, *Leaders & Culture* (Jakarta: PT Gramedia, 2020), hlm.156.

3. Mampu berkomunikasi dengan baik
4. Mampu memberikan jaminan kerahasiaan disetiap transaksi
5. Berusaha memahami kebutuhan pelanggan dengan baik
6. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik
7. Memberikan kepercayaan kepada pelanggan

Kualitas pelayanan menjadi sebuah keharusan yang harus diwujudkan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas.

b. Indikator Kualitas Pelayanan

- 1) Kehandalan (*reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang disajikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.
- 2) Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- 3) Jaminan dan kepastian (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada

perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen, antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetisi dan sopan santun.

- 4) Empati (*empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan.
- 5) Bukti fisik (*tangibles*), yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang dimaksud bahwa penampilan, kemampuan dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan.

Konsumen akan menggunakan kelima dimensi kualitas untuk membentuk penilaiannya terhadap kualitas jasa yang merupakan dasar untuk membandingkan harapan dan persepsinya terhadap jasa. Berkaitan dengan lima dimensi jasa tersebut, perusahaan harus bisa menyajikannya dengan baik, bila tidak hal tersebut akan menimbulkan kesenjangan antara apa yang diberikan perusahaan dengan apa yang diharapkan pelanggan yang akan berdampak pada perilaku pelanggan dalam melakukan pembelian.

c. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan pelayanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau

jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Sebagaimana dalam firman Allah SWT pada surah Al-Baqarah: 267.⁴⁷

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا
لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ
بِأَخْذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ﴿٢٦٧﴾

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan dari padanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah maha kaya lagi maha terpuji.*

Allah ta'ala menganjurkan kepada hamba-hambanya untuk menginfakkan sebagian dari apa yang mereka dapatkan dalam berniaga, dan sebagian dari apa yang mereka panen dari tanaman, biji-bijian maupun buah-buahan. Hal ini mencakup zakat uang maupun seluruh perdagangan yang dipersiapkan untuk dijual belikan, juga hasil pertanian dan biji-bijian dan buah-buahan.

⁴⁷ Departemen agama RI, *Al-Quran & Terjemahan*.

Termasuk dalam keumuman ayat ini, infak yang wajib maupun yang sunnah. Allah ta'ala memerintahkan untuk memilih yang baik dari itu semua dan tidak memilih yang buruk, yaitu yang jelek lagi hina mereka sedekahkan kepada Allah. Seandainya mereka memberikan barang yang seperti itu kepada orang-orang yang berhak mereka berikan pastilah mereka tidak akan meridhainya, mereka tidak akan menerimanya kecuali dengan kedongkolan dan memicingkan mata.

Maka yang seharusnya adalah mengeluarkan yang tengah-tengah dari semua itu, dan yang lebih sempurna adalah mengeluarkan yang paling baik. Sedangkan yang dilarang adalah mengeluarkan yang jelek, karena itu tidaklah memiliki infak yang wajib dan tidak akan memperoleh pahala yang sempurna dalam infak yang sunnah.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu banyak yang meneliti variabel-variabel dalam penelitian ini sehingga dapat memperkuat landasan teori dan sebagai referensi bagi peneliti. Adapun penelitian-penelitian terdahulu yaitu:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Indra Firdiyansyah (Jurnal Elektronik: Riset ekonomi Bidang Manajemen dan Akuntansi, Vol 1 No. 1 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo Kota Batam, 2017). ⁴⁸	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. (studi kasus pada warung gubrak Kepri Mall Kota Batam).	Y= Kepuasan Pelanggan X ₁ = Kualitas Pelayanan X ₂ = Harga X ₃ = Lokasi	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2	Imam Haromain dkk (Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol 5 No. 5, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIESIA), Surabaya, 2016). ⁴⁹	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan di AHASS Z618.	Y= Kepuasan Pelanggan X ₁ = Kualitas Pelayanan X ₂ = Harga X ₃ = Lokasi	Hasil pengujian dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan.
3	Sartika Moha dkk, (Jurnal EMBA, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,	Analisis kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada	Y= Kepuasan Konsumen X ₁ = Kualitas Pelayanan X ₂ = Fasilitas	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama

⁴⁸ Indra Firdiyansyah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam," *Jurnal Elektronik* Vol 1 (November 2017): No. 1.

⁴⁹ Imam Haromain & Heru Suprihhadi, "pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ahass Z618," *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* Vol 5 (Mei 2016): No. 5.

	Universitas SAM Ratulangi Manado, Vol 4 No. 1 2016). ⁵⁰	Hotel Yuta di Kota Manado.		berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.
4	Yudha Afriadi dkk, (Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol 5 No. 6, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIESA) Surabaya, 2016). ⁵¹	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas terhadap kepuasan Pasien Rawat Inap.	Y= Kepuasan Pasien X ₁ =Kealitas Pelayanan X ₂ =Harga X ₃ =Fasilitas	Hasil pengujian menunjukkan variabel kualitas pelayanan, harga dan fasilitas layak digunakan dalam model penelitian. Hasil ini juga menunjukkan pengaruh variabel kualitas pelayanan, harga dan fasilitas secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen adalah signifikan karena nilai signifikan F < 0,05.
5	Bagus Handoko (Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, Vol 18 No. 1, 2017). ⁵²	Pengaruh Promosi, harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Titipan Kilat JNE Medan.	Y= Kepuasan Konsumen X ₁ = Promosi X ₂ = Harga X ₃ = Kualitas pelayanan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi, harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT. Maxim Houseware Indonesia Medan. Dengan tingkat kemampuan promosi, harga dan kualitas pelayanan untuk menjelaskan kepuasan konsumen

⁵⁰ Sartika Moha & Sjendry Loindong, "Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado," *Jurnal Emba* Vol 4 (Maret 2016): No. 1.

⁵¹ Yudha Afriyadi dkk, "Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap," *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* Vol 5 (Juni 2016): No. 6.

⁵² Bagus Handoko, "Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Titipan Kilat JNE Medan," *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis* 18, no. 1 (2017).

				adalah sebesar 82,5% sedangkan sisanya sebesar 17,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam model penelitian ini.
6	Rendy Gulla dkk (Jurnal EMBA, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas SAM Ratulangi Manado, Vol 3 No. 1, 2015). ⁵³	Analisis Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Manado Grace INN.	Y= kepuasan Konsumen X ₁ = Harga X ₂ = Promosi X ₃ = Kualitas Pelayanan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga, promosi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel manado Grace INN.
7	Rodame Monitorir Napitipulu dkk (Jurnal At Tjaro: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis, Vol 4 No. 2, Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, 2018). ⁵⁴	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di RSUD Gunung Tua Kecamatan Portibi Kabupaten Padang Lawas Utara.	Y= Kepuasan pasien X= Kualitas Pelayanan	Hasil uji koefisien determinasi R square sebesar 0,198 atau 19,8%, hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memberikan pengaruh sebesar 19,8% terhadap kepuasan pasien rawat inap di RSUD Gunung Tua. Artinya terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RSUD Gunung Tua.
8	Rezky Teguh Sulistiyana dkk (Jurnal	Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga	Y= Kepuasan Konsumen X ₁ = Fasilitas	Hasil penelitian ini menunjukkan variabel fasilitas wisata dan

⁵³ Rendy Gulla Dkk, "Analisis Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn," *Jurnal Emba* Vol 3, no. 1 (Maret 2015).

⁵⁴ Rodame Monitorir Napitipulu Dkk, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di RSUD Gunung Tua Kecamatan Portibi Kabupaten Padang Lawas Utara," *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis* Vol 4, no. No. 2 (Juli 2018).

	Administrasi Bisnis, Universitas Braeijaya Malang, Vol 25 No. 1, 2015). ⁵⁵	Terhadap Kepuasan Konsumen pada Museum Satwa.	Wisata $X_2 = \text{Harga}$	harga mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen.
9	Rido Setiawan dkk (Jurnal Buleti, Studi Ekonomi, Vol 24 No. 2, Universitas Singaperbangsa Karawang Indonesia, 2019). ⁵⁶	Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Limasan Kafe Karawang.	$Y = \text{Kepuasan pelanggan}$ $X_1 = \text{Lokasi}$ $X_2 = \text{Fasilitas}$	Hasil penelitian ini menunjukkan variabel lokasi dan fasilitas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.
10	Muhammad Isa, dkk (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah) 2, 2019). ⁵⁷	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Menggunakan Jasa Angkutan Penyeberangan PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Sibolga.	$Y = \text{Kepuasan Penumpang}$ $X = \text{Kualitas Pelayanan}$	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang pada PT. ASDP Indonesia Ferry cabang Sibolga. Besarnya kontribusi variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan penumpang (Y) pada PT. ASDP Indonesia Ferry cabang Sibolga adalah sebesar 62,4%, sedangkan sisanya 37,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti

⁵⁵ Rezki Teguh Sulastiyana Dkk, "Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Museum satwa," *Jurnal administrasi Bisnis* Vol 25, no. No.1 (Agustus 2015).

⁵⁶ Rido Setiawan dkk, "Pengaruh Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Limasan Kafe Karawang," *Buletin Studi Ekonomi* Vol 24, no. No. 2 (Agustus 2019).

⁵⁷ Muhammad Isa, Aswadi Lubis, dan Marlina Chaniago, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Menggunakan Jasa Angkutan Penyeberangan PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Sibolga," *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah* 2, no. No.2 (Juni 2019).

				dalam penelitian ini.
--	--	--	--	-----------------------

Berdasarkan tabel di atas terdapat persamaan dan perbedaan diantara penelitian terdahulu dengan penelitian ini, yaitu:

1. Persamaan penelitian ini dengan yang dilakukan oleh Indra Firdiyansyah adalah sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan pengolahan data dengan menggunakan bantuan program SPSS. Dan perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan oleh saudara Indra Firdiyansyah menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif.
2. Persamaan penelitian ini dengan yang dilakukan oleh Imam Haromain dkk adalah sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan pengolahan data menggunakan bantuan SPSS. Sedangkan perbedaannya terletak pada teknik pengambilan sampel. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel dengan cara *accidental sampling*, sedangkan dalam penelitian Imam Haromain dkk dengan cara *pusposive sampling*.
3. Persamaan penelitian ini dengan yang dilakukan oleh Sartika Moha dkk adalah pengolahan data menggunakan bantuan SPSS. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, sedangkan penelitian saudara Sartika Moha dkk menggunakan metode penelitian asosiatif.
4. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Yudha Afriadi dkk adalah pengolahan data dengan menggunakan bantuan

program SPSS. Sedangkan perbedaannya terletak pada metode penelitian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, sedangkan penelitian Yudha Afriadi dkk menggunakan metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif.

5. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Bagus Handoko adalah pengolahan data menggunakan bantuan program SPSS dan jenis penelitian dengan metode kuantitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada pengambilan sampel. Pada penelitian ini dengan cara *accidental sampling*, sedangkan pada penelitian Bagus Handoko dengan cara *purposive sampling*
6. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan Rendi Gulla dkk terletak pengolahan data menggunakan Program SPSS. Sedangkan perbedaannya terletak pada metode penelitian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan pendekatan Isaac dan Michel. Sedangkan penelitian Rendi Gulla menggunakan metode asosiatif dan menggunakan pendekatan Slovin
7. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Rodame Monitorir Napitupulu dkk terletak pada jenis penelitian menggunakan penelitian kuantitatif dan pengolahan data menggunakan bantuan program SPSS.
8. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Rezky Teguh Sulistiyana terletak pada metode pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dan pengolahan data menggunakan

bantuan program SPSS. Sedangkan perbedaannya terletak pada jenis penelitian. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, sedangkan penelitian Rezky Teguh Sulistiyana menggunakan penelitian *explanatory research*.

9. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Rido Setiawan dkk terletak pada jenis penelitian menggunakan penelitian kuantitatif dan pengambilan sampel dengan cara *accidental sampling* serta pengolahan data menggunakan bantuan program SPSS. Sedangkan perbedaannya pada penelitian ini pengambilan sampel berdasarkan pendekatan Isaac dan Michel, sedangkan pada penelitian Rido Setiawan dkk menggunakan pendekatan Slovin.
10. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Isa dkk terletak pada jenis penelitian menggunakan penelitian kuantitatif dan pengambilan sampel penelitian berdasarkan pendekatan Isaac dan Michel untuk jumlah populasi tidak diketahui.

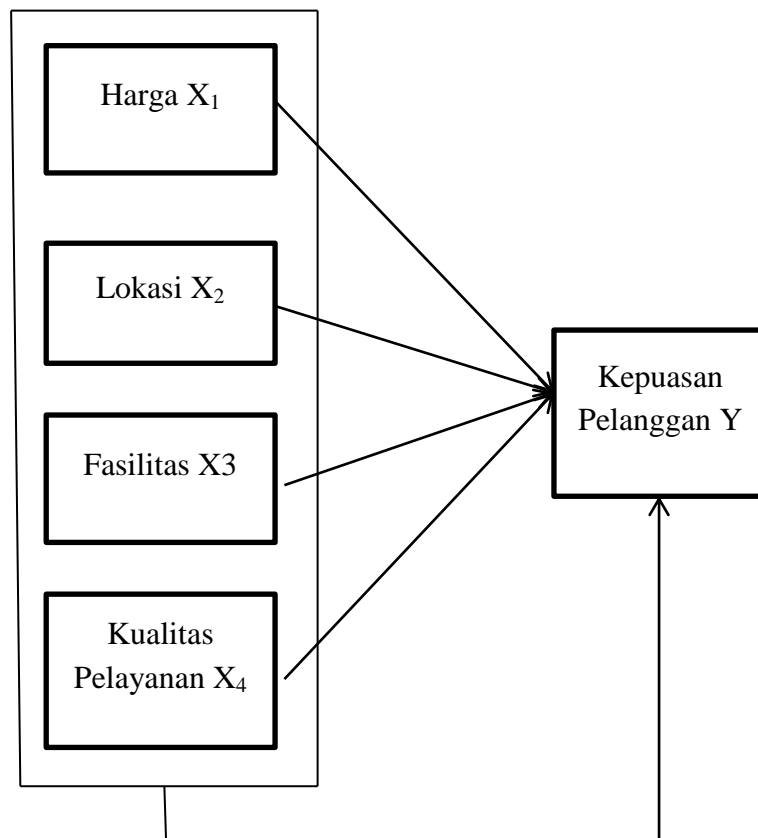
C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah penjelasan sementara terhadap suatu gejala yang menjadi objek permasalahan kita. Kerangka pikir ini disusun dengan berdasarkan pada tinjauan pustaka dan hasil penelitian yang relevan atau

terkait.⁵⁸ Untuk memudahkan pemahaman bagi pembaca, maka peneliti menyusun kerangka pikir dari penelitian ini.

Gambar 2.1

Kerangka Pikir



D. Hipotesis

Hipotesis berasal dari kata “*hypo*” yang berarti “di bawah” dan “*thesa*” yang berarti “kebenaran”. Hipotesis dapat diartikan sebagai

⁵⁸ ABD. Rahman Rahim, *Cara Praktis Penulisan Karya Ilmiah* (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2020), hlm. 44.

jawaban sementara yang kebenarannya masih harus diuji atau rangkuman kesimpulan teoretis yang diperoleh dari tinjauan pustaka.⁵⁹ Berdasarkan tinjauan di atas maka hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah:

H₁ : terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.

H₂ : terdapat pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan.

H₃ : terdapat pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan.

H₄ : terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

H₅ : terdapat pengaruh harga, lokasi, Fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

⁵⁹ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 63.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan waktu penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di rumah makan Kantin Ceria Pasar Sipiongot, kecamatan Dolok Kabupaten Padang lawas Utara. sedangkan waktu penelitian ini dilakukan mulai dari juni 2020 sampai juli 2021.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah kegiatan pengumpulan, pengolahan, analisis dan penyajian data berdasarkan jumlah atau banyaknya yang dilakukan secara objektif untuk memecahkan suatu persoalan atau menguji suatu hipotesis untuk mengembangkan prinsip-prinsip umum.⁶⁰ Data kuantitatif adalah data berupa angka-angka analisis menggunakan statistik.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian, atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti.⁶¹ Dalam penelitian ini, populasi yang

⁶⁰ Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS* (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2019), hlm. 3.

⁶¹ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 74.

dimaksud adalah pelanggan rumah makan Kantin Ceria Pasar Sipiongot. Dalam penelitian ini jumlah populasi yang digunakan oleh peneliti tidak dapat diketahui dengan pasti karena tidak ada catatan atau data sebelumnya tentang jumlah pelanggan rumah makan kantin Ceria pasar Sipiongot.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.⁶² Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *nonprobability sampling*. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam *nonprobability sampling* terdapat berbagai cara dalam pengambilan sampel salah satunya adalah *accidental sampling*. *Accidental sampling* merupakan pemilihan sampling dari siapa saja yang kebetulan ada atau dijumpai oleh peneliti. Orang yang dipilih sebagai anggota dari sampel adalah siapa saja yang kebetulan ditemukan atau yang mudah ditemui atau dijangkau tanpa ada pertimbangan apapun.

⁶² Husein Umar, *Metode Penelitian Manajemen Untuk Skripsi dan Tesis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 78.

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian pelanggan yang berkunjung ke rumah makan Kantin Ceria Pasar Sipiongot. pengambilan sampel penelitian berdasarkan pada pendekatan Isaac dan Michael untuk populasi tidak diketahui yaitu sebagai berikut:⁶³

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Dimana :

n = Jumlah Sampel

$Z_{\alpha/2}$ = tingkat kepercayaan (signifikansi 1,96)

P = proporsi populasi 0,5

q = 1 - p

e = *Margin of error* 10%

Dengan mempertimbangkan *margin of error* sejumlah 10% maka diperoleh jumlah sampel penelitian sebagai berikut:

$$s = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,5 \times 0,5}{(0,01)}$$

n = 96,4 dibulatkan menjadi 97

Sehingga jumlah sampel yang digunakan adalah 97 responden.

⁶³ Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*, hlm. 68.

D. Sumber Data

Adapun sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data atau keterangan yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumbernya.⁶⁴ Kemudian diamati dan dicatat untuk pertama kalinya melalui wawancara atau hasil pengisian kuesioner kepada responden.

E. Instrument Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara pengumpulan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Umumnya cara mengumpulkan data dapat menggunakan teknik sebagai berikut:

a) Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan berhadapan secara langsung dengan yang diwawancarai, tetapi dapat juga diberikan daftar pertanyaan dahulu untuk dijawab.

b) Angket/Kuesioner

Angket/kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan (kuesioner) atau pernyataan (angket) tertulis kepada responden untuk dijawab.⁶⁵ Daftar pertanyaan dapat bersifat terbuka yaitu jika

⁶⁴ Bagja Waluya, *Sosiologi Menyelami Fenomena Sosial di Masyarakat* (Bandung: PT. Setia Purna Inves, 2007), hlm. 79.

⁶⁵ Dr. Syech Idrus, *Menulis Skripsi Sama Gampangnya Membuat Pisang Goreng Penting Ada Niat dan Kemauan* (Malang: Literasi Nusantara, 2021), hlm. 112.

jawaban tidak ditentukan sebelumnya oleh peneliti, dan dapat bersifat tertutup yaitu alternatif jawaban telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti.

Pengukurannya menggunakan skala likert, dimana pada masing-masing jawaban diberikan skor sebagai berikut:

5= Sangat Setuju (SS)

4= Setuju (S)

3= Kurang Setuju (KS)

2= Tidak Setuju (TS)

1= Sangat Tidak Setuju (STS)⁶⁶

Kuesioner disusun berdasarkan kisi-kisi instrumen dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu harga, lokasi, fasilitas, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Adapun kisi-kisinya sebagai berikut:

a. Instrumen Harga

Adapun instrumen variabel harga dapat dilihat pada tabel

III.1 sebagai berikut:

Tabel III. 1. Kisi-Kisi Harga

Variabel	Indikator	Soal
Harga	1. Keterjangkauan harga	1,2
	2. Kesesuaian harga dengan kualitas	3,4
	3. Daya saing harga	5,6
	4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk	7,8

⁶⁶ Morisson, dkk, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: Kencana, 2012), hlm.88.

b. Instrumen Lokasi

Adapun instrumen variabel lokasi dapat dilihat pada tabel

III.2 sebagai berikut:

Tabel III.2. Kisi-Kisi Lokasi

Variabel	Indikator	Soal
Lokasi	1. Aman	8
	2. Nyaman	9,10
	3. Akses	11,12
	4. Visibilitas	13,14
	5. Lalu lintas	15

c. Instrumen Fasilitas

Adapun instrumen variabel fasilitas dapat dilihat pada tabel

III.3 sebagai berikut:

Tabel III.3. Kisi-Kisi Fasilitas

Variabel	Indikator	Soal
Fasilitas	1. Perencanaan parsial	16,17,18
	2. Perencanaan ruangan	19,20
	3. Perlengkapan	21,22

d. Instrumen kualitas pelayanan

Adapun instrument variabel kualitas pelayanan dapat dilihat

pada tabel III.4 sebagai berikut:

Tabel III.4. Kisi-Kisi Kualitas Pelayanan

Variabel	Indikator	Soal
Kualitas Pelayanan	1. Kehandalan	23,24
	2. Daya tanggap	25
	3. Jaminan dan kepastian	26
	4. Empati	27
	5. Bukti fisik	28,29,30

e. Instrumen kepuasan pelanggan

Adapun instrumen variabel kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel III. sebagai berikut:

Tabel III.5. Kisi-Kisi Kepuasan Pelanggan

Variabel	Indikator	Soal
Kepuasan Pelanggan	1. Kesesuaian harapan	31,32,33
	2. Minat berkunjung kembali	34,35,36
	3. Kesiediaan merekomendasi	37,38,39

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi dengan objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Purwanto juga menjelaskan bahwa validitas yaitu sejauh mana suatu tes mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang

dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.⁶⁷

Uji validitas yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan *Korelasi Pearson Product Moment* dengan aplikasi SPSS Versi 25, dengan kriteria $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Pada program SPSS teknik pengujian yang sering digunakan para peneliti untuk uji validitas adalah dengan menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* (produk momen person) dan *Corret Item-Total Correlation*. Maka, dalam penelitian ini uji validitas akan dilakukan menggunakan teknik *Corret Item-Total Correlation*.

2. Uji Reliabilitas

Ciri instrumen yang berkualitas baik adalah reliabel, yaitu mampu menghasilkan skor yang cermat dengan *error* pengukuran kecil. Purwanto juga menjelaskan bahwasanya reliabilitas itu sebagai tingkat sejauh mana skor tes konsisten, dapat dipercaya dan dapat diulang.⁶⁸ Untuk penelitian yang reliabel harus didemonstrasikan jika itu harus dilakukan pada sekelompok responden yang serupa dan konteks yang serupa pula. Lalu hasil yang sama akan ditemukan.

Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan rumus *Cronbach's alpha* $> 0,6$, maka pernyataan yang digunakan untuk

⁶⁷ Ahmad Nafi', *Kematangan Karier Peserta Didik Zaman Now* (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020), hlm. 54.

⁶⁸ Ahmad Nafi', hlm. 54.

mengukur variabel tersebut adalah reliabel dan jika nilai *Cronbach's alpha* < 0,6, maka pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel tidak reliabel. Pengujian data dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 25.⁶⁹

G. Analisis Data

1. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Pada dasarnya penarikan sampel penelitian telah melalui prosedur sampling yang tepat, tetapi tidak menutup kemungkinan terdapat penyimpangan. Maka dari itu sampel yang telah didapat perlu diuji normalitas agar dapat diketahui apakah sampel tersebut berdistribusi normal atau tidak.

Uji distribusi normal biasanya digunakan untuk mengukur data yang berskala ordinal, interval dan rasio. Uji ini dilakukan dengan uji *Kolmogrov Smirnov* (KS) dengan p dua sisi (*two tailed*). Adapun kriteria yang digunakan adalah apabila hasil perhitungan KS dengan menggunakan 2 (dua) sisi lebih besar dari 0,1 maka data tersebut berdistribusi normal dengan perhitungan bantuan dengan aplikasi SPSS versi 25 yang digunakan peneliti.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui linearitas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Uji ini digunakan sebagai prasyarat dalam analisis regresi

⁶⁹ Nur Asnawi dan Masyuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* (Malang: UIN-Maliki Press, 2011), hlm.179.

linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Deviation from Linearity* pada taraf signifikan $> 0,1$. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear apabila signifikansi (*linearity*) lebih besar dari 0,1.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan antar variabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna (koefisien korelasi tinggi atau bahkan 1). Model regresi yang baik seharusnya tidak jadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebasnya. Konsekuensi adanya multikolinearitas adalah koefisien korelasi tidak tertentu dan kesalahan menjadi sangat besar.

b. Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Adapun model regresi yang memenuhi persyaratan adalah yang dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Kriteria pengujiannya yaitu apabila signifikan hasil korelasi $< 0,1$ maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas. Namun, apabila signifikan hasil

korelasi $> 0,1$ maka persamaan regresi tersebut tidak mengandung heteroskedstisitas.⁷⁰

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Perbedaan dengan regresi linear sederhana adalah hanya menggunakan satu variabel independen dalam satu model regresi, sedangkan regresi linear berganda menggunakan dua atau lebih variabel independen dalam satu model regresi.⁷¹ Bentuk persamaan regresi linear berganda ini adalah:

$$KP = a + b_1H + b_2L + b_3F + b_4KP + e$$

Keterangan:

KP: Kepuasan Pelanggan

a : Koefisien Konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4 : Koefisien Regresi

H : Harga

L : Lokasi

F : Fasilitas

KP : Kualitas Pelayanan

e : *error* (tingkat kesalahan)

⁷⁰ Nur Asnawi dan Masyuri, hlm.178.

⁷¹ Dwi Priyanto, *Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), hlm. 99.

4. Uji Koefisien Determinasi (*R Square*)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R^2) berada pada rentang angka nol (0) berarti kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat sangat terbatas. Sebaliknya apabila nilai koefisien determinasi mendekati satu (1) berarti kemampuan variabel bebas dalam menimbulkan keberadaan variabel terikat semakin kuat.

5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan bagian yang sangat penting dalam penelitian. Bagian ini yang merupakan apakah penelitian yang dilakukan cukup ilmiah atau tidak. Pembuktian hipotesis diajukan dalam pembuktian. Pembuktian yang pertama yaitu pembuktian hipotesis secara parsial (Uji t) dan uji simultan (Uji f).⁷²

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Adapun pengujian ini menggunakan taraf signifikan 10%, dengan derajat kebebasan atau $df = (n-k-1)$.

Untuk mempermudah penelitian ini, data dianalisis menggunakan SPSS versi 25. Penelitian ini dilihat langsung pada

⁷² Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm.62.

hasil perhitungan koefisien regresi melalui SPSS versi 25 pada bagian *Unstandardized Coefficients B* dengan *Standard Error Estimate* sehingga akan didapatkan hasil yang dinamakan t_{hitung} .⁷³

- 1) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikan lebih kecil dari 0,1 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan tingkat signifikan lebih besar dari 0,1 maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini berarti variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

b. Uji Simultan (F)

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan kedalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai f_{hitung} dengan f_{tabel} . Penguji menggunakan taraf signifikansi 10%, dengan derajat kebebasan atau $df = (n-k-1)$ n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independen.⁷⁴

⁷³ Nur Asnawi dan Masyuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, hlm.180.

⁷⁴ Dwi Priyanto, *Pengolahan Data Terpraktis*, hlm.158.

Untuk mempermudah penelitian ini, data analisis menggunakan SPSS versi 25, adapun kriteria pengujian uji f adalah sebagai berikut: ⁷⁵

- 1) Dengan membandingkan nilai f_{hitung} dengan f_{tabel} apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka H_a diterima. Berarti masing-masing variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Dengan membandingkan nilai f_{hitung} dengan f_{tabel} . Apabila $f_{hitung} < f_{tabel}$, maka H_a ditolak. Berarti masing-masing variabel independen secara bersama-sama tidak ada pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

⁷⁵ Nur Asnawi dan Masyuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, hlm.182.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Rumah Makan Kantin Ceria

a. Sejarah

Rumah Makan Kantin Ceria di Pasar Sipiongot adalah salah satu rumah makan yang terkenal di daerah Sipiongot Kecamatan Dolok yang menyediakan berbagai macam menu makanan. Rumah Makan Kantin Ceria menyediakan berbagai menu makanan seperti nasi rames, nasi soto, rendang, sup, holat, bakso, dan mie ayam. Pembentukan nama rumah makan Kanti Ceria ini bermula pemikiran ibu Sarita Ritonga. Dimana ibu Sarita bersama dengan tetangganya setiap sore berkumpul dan bercerita di depan rumah ibu Sarita. Banyak cerita yang membuat mereka selalu tertawa dan itu menimbulkan sebuah ide bagi ibu Sarita untuk mendirikan sebuah warung yang diberi nama Kantin Ceria.

Dulunya rumah makan Kantin Ceria ini hanyalah sebuah warung kecil yang hanya menyediakan dua buah meja dan empat buah bangku panjang. Tetapi setelah satu tahun berlalu, jumlah pelanggan yang semakin meningkat membuat rumah makan tersebut semakin berkembang. Dan sekarang rumah makan Kantin Ceria tersebut sudah memiliki cabang di Pasar Sipiongot. rumah Makan Kantin Ceria berdiri sejak tahun 2013.

b. Visi

Menciptakan lapangan kerja khususnya di daerah Pasar Sipiongot Kecamatan Dolok.

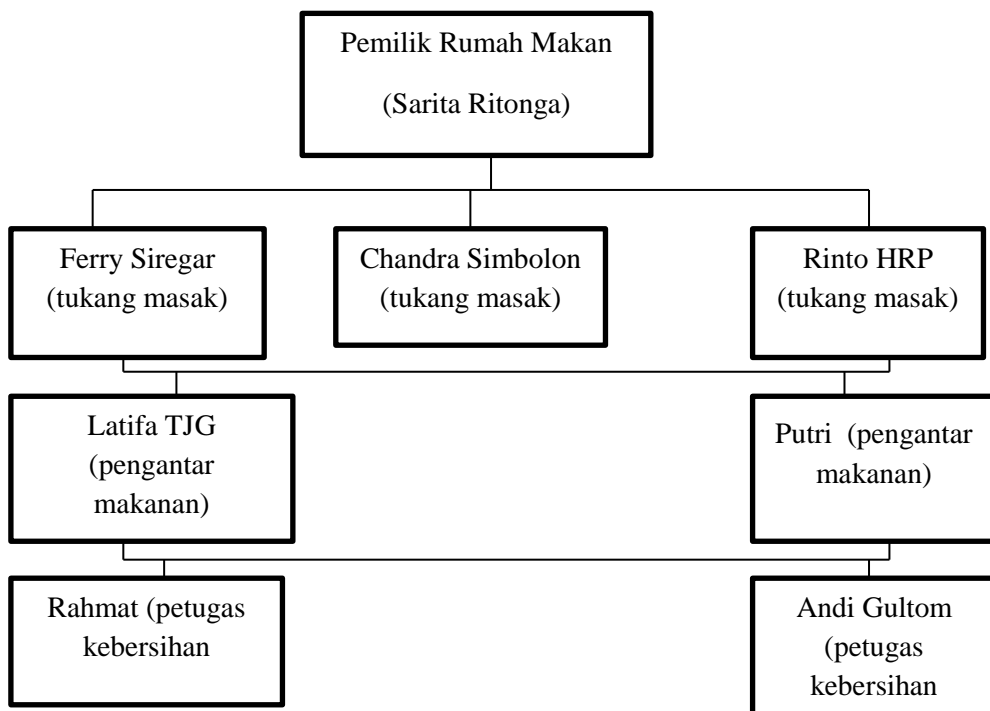
c. Misi

Membangun usaha yang lebih baik ddengan mengembangkan jenis usaha dan memberikan pelayanan yang memuaskan, sehingga penyerapan tenaga kerja akan semakin banyak dan rumah makan semakin maju.

d. Struktur Organisasi

Gambar IV.1

Struktur Organisasi Rumah Makan Kantin Ceria Pasar Sipiongot



B. Analisis Hasil Penelitian

Untuk menguji suatu data, dilakukan pengujian secara kuantitatif dengan menghitung data yang diperoleh dari responden yang dijadikan sampel. Pengujian tersebut dilakukan dengan menggunakan penghitungan statistic dengan bantuan SPSS (*Statistical Package Social Science*) versi 25. Adapun hasil penelitian dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Hasil Uji Validitas

Adapun hasil dari uji validitas dapat dilihat dari tabel IV.1. sebagai berikut:

Tabel IV.1

Hasil Uji Validitas Harga (X_1)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,695	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 97$. Pada taraf signifikan 10% untuk $df = 97 - 2 = 95$ sehingga diperoleh $r_{tabel} =$ sebesar 0,1680.	Valid
2	0,534		Valid
3	0,669		Valid
4	0,474		Valid
5	0,585		Valid
6	0,590		Valid
7	0,650		Valid
8	0,499		Valid

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas untuk variabel harga dari pernyataan satu sampai dengan pernyataan 8 dinyatakan valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 95$ dan nilai r_{tabel} adalah 0,1680.

Tabel IV.2
Hasil Uji Validitas Lokasi (X₂)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,716	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 97$. Pada taraf signifikan 10% untuk $df = 97 - 2 = 95$ sehingga diperoleh $r_{tabel} =$ sebesar 0,1680.	Valid
2	0,575		Valid
3	0,670		Valid
4	0,384		Valid
5	0,458		Valid
6	0,612		Valid
7	0,613		Valid
8	0,534		Valid

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas untuk variabel lokasi dari pernyataan satu sampai dengan pernyataan 8 dinyatakan valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 95$ dan nilai r_{tabel} adalah 0,1680.

Tabel IV.3
Hasil Uji Validitas Fasilitas (X₃)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,616	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 97$. Pada taraf signifikan 10% untuk $df = 97 - 2 = 95$ sehingga diperoleh $r_{tabel} =$ sebesar 0,1680.	Valid
2	0,663		Valid
3	0,592		Valid
4	0,460		Valid
5	0,654		Valid
6	0,595		Valid
7	0,595		Valid

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas untuk variabel fasilitas dari pernyataan satu sampai dengan pernyataan 7 dinyatakan valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 95$ dan nilai r_{tabel} adalah 0,1680.

Tabel IV.4**Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X₄)**

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,597	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 97$. Pada taraf signifikan 10% untuk $df = 97 - 2 = 95$ sehingga diperoleh $r_{tabel} =$ sebesar 0,1680.	Valid
2	0,372		Valid
3	0,659		Valid
4	0,591		Valid
5	0,667		Valid
6	0,672		Valid
7	0,539		Valid
8	0,658		Valid

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas untuk variabel kualitas pelayanan dari pernyataan satu sampai dengan pernyataan 8 dinyatakan valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 95$ dan nilai r_{tabel} adalah 0,1680.

Tabel IV.5**Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)**

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,635	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 97$. Pada taraf signifikan 10% untuk $df = 97 - 2 = 95$ sehingga diperoleh $r_{tabel} =$ sebesar 0,1680.	Valid
2	0,528		Valid
3	0,601		Valid
4	0,542		Valid
5	0,607		Valid
6	0,579		Valid
7	0,531		Valid
8	0,656		Valid
9	0,673		Valid

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas untuk variabel kepuasan pelanggan dari pernyataan satu sampai dengan pernyataan 9 dinyatakan valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 95$ dan nilai r_{tabel} adalah 0,1680.

a. Hasil Uji Reliabilitas

Adapun hasil uji reliabilitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel IV.6. sebagai berikut:

Tabel IV.6
Hasil Uji Reliabilitas Harga (X₁)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.730	8

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas menunjukkan bahwa *Crombach's alpha* untuk variabel harga (X₁) adalah $0,730 > 0,600$ sehingga dapat dikatakan bahwa pernyataan untuk variabel harga adalah reliabel.

Tabel IV.7
Hasil Uji Reliabilitas Lokasi (X₂)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.713	8

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas menunjukkan bahwa *Crombach's alpha* untuk variabel lokasi (X₂) adalah $0,713 > 0,600$ sehingga dapat dikatakan bahwa pernyataan untuk variabel lokasi adalah reliabel.

Tabel IV.8
Hasil Uji Reliabilitas Fasilitas (X₃)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.695	7

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas menunjukkan bahwa *Crombach's alpha* untuk variabel fasilitas (X₃) adalah $0,695 > 0,600$ sehingga dapat dikatakan bahwa pernyataan untuk variabel fasilitas adalah reliabel.

Tabel IV.9
Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X₄)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.739	8

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas menunjukkan bahwa *Crombach's alpha* untuk variabel kualitas pelayanan (X₄) adalah $0,739 > 0,600$ sehingga dapat dikatakan bahwa pernyataan untuk variabel kualitas pelayanan adalah reliabel.

Tabel IV.10
Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.768	9

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas menunjukkan bahwa *Crombach's alpha* untuk variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah $0,768 >$

0,600 sehingga dapat dikatakan bahwa pernyataan untuk variabel kepuasan pelanggan adalah reliabel.

2. Hasil Uji Asumsi Dasar

a. Hasil Uji Normalitas

Ada hasil uji normalitas berdasarkan metode uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* bisa dilihat pada tabel IV.11 berikut ini:

Tabel IV.11
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.74395402
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.042
	Negative	-.060
Test Statistic		.060
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: data diolah (2021)

Berdasarkan hasil pengolahan di atas dapat dilihat hasil uji normalitas bahwa nilai signifikansi (*Asymp. Sig 2-tailed*) sebesar 0,200. Nilai signifikansi lebih dari 0,10 ($0,200 > 0,10$), jadi dapat disimpulkan

bahwa nilai residual tersebut berdistribusi normal karena nilai *Asymp. Sig 2-tailed* > dari 0,10.

b. Hasil Uji Linearitas

Adapun hasil uji linearitas dapat dilihat pada tabel IV.12 berikut ini:

**Tabel IV.12
Hasil Uji Linearitas Kepuasan Pelanggan dengan Harga**

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Harga	Between Groups	(Combined)	507.910	12	42.326	5.374	.000
		Linearity	404.819	1	404.819	51.395	.000
		Deviation from Linearity	103.092	11	9.372	1.190	.307
	Within Groups		661.636	84	7.877		
	Total		1169.546	96			

Sumber: Data diolah (2021)

Hasil uji linearitas antara kepuasan pelanggan dengan harga tersebut memenuhi asumsi linearitas dengan melihat nilai *Deviation from Linearity* signifikan $0,307 > 0,10$. Maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel kepuasan pelanggan dengan variabel harga terdapat hubungan yang linear.

**Tabel IV.13
Hasil Uji Linearitas Kepuasan Pelanggan dengan Lokasi**

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Lokasi	Between Groups	(Combined)	206.839	13	15.911	1.372	.191
		Linearity	1.230	1	1.230	.106	.746
		Deviation from Linearity	205.609	12	17.134	1.477	.149
	Within Groups		962.707	83	11.599		
	Total		1169.546	96			

Sumber: Data diolah (2021)

Hasil uji linearitas antara kepuasan pelanggan dengan lokasi tersebut memenuhi asumsi linearitas dengan melihat nilai *Deviation from Linearity* signifikan $0,149 > 0,10$. Maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel kepuasan pelanggan dengan variabel lokasi terdapat hubungan yang linear.

Tabel IV.14
Hasil Uji Linearitas Kepuasan Pelanggan dengan Fasilitas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Fasilitas	Between Groups	(Combined)	307.878	11	27.989	2.761	.004
		Linearity	125.166	1	125.166	12.347	.001
		Deviation from Linearity	182.712	10	18.271	1.802	.072
	Within Groups		861.668	85	10.137		
	Total		1169.546	96			

Sumber: Data diolah (2021)

Hasil uji linearitas antara kepuasan pelanggan dengan fasilitas tersebut tidak memenuhi asumsi linearitas dengan melihat nilai *Deviation from Linearity* signifikan $0,072 < 0,10$. Maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel kepuasan pelanggan dengan variabel fasilitas tidak terdapat hubungan yang linear.

Tabel IV.15
Hasil Uji Linearitas Kepuasan Pelanggan dengan Kualitas Pelayanan

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Kualitas Pelayanan	Between Groups	(Combined)	182.251	10	18.225	1.588	.124
		Linearity	11.214	1	11.214	.977	.326
		Deviation from Linearity	171.037	9	19.004	1.655	.113

	Within Groups	987.295	86	11.480		
	Total	1169.546	96			

Sumber: Data diolah (2021)

Hasil uji linearitas antara kepuasan pelanggan dengan kualitas pelayanan tersebut memenuhi asumsi linearitas dengan melihat nilai *Deviation from Linearity* signifikan $0,113 > 0,10$. Maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel kepuasan pelanggan dengan variabel kualitas pelayanan terdapat hubungan yang linear.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Multikolinearitas

Adapun hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel

IV.16 berikut ini:

Tabel IV.16
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	14.481	5.716		2.534	.013		
	Harga	.668	.105	.565	6.366	.000	.854	1.171
	lokasi	-.079	.103	-.064	-.771	.443	.971	1.030
	Fasilitas	.237	.112	.183	2.110	.038	.897	1.115
	Kualitas Pelayanan	-.090	.096	-.081	-.946	.347	.921	1.086

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas diketahui bahwa nilai VIF dari variabel harga adalah $1.171 < 10$, variabel lokasi adalah $1.030 < 10$, variabel fasilitas adalah $1.115 < 10$, variabel kualitas pelayanan adalah $1.086 < 10$, maka dapat disimpulkan

nilai VIF dari keempat variabel diatas < 10 sehingga bebas dari multikolinearitas.

b. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Adapun hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat dari tabel IV.17 sebagai berikut:

Tabel IV.17
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.989	3.523		-.281	.780
	Harga	.011	.065	.020	.177	.860
	Lokasi	.033	.063	.055	.520	.604
	Fasilitas	.018	.069	.028	.259	.796
	Kualitas Pelayanan	.027	.059	.049	.455	.650

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas hasil uji heteroskedastisitas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari variabel harga sebesar $0,860 > 0,10$, variabel lokasi sebesar $0,604 > 0,10$, variabel fasilitas $0,769 > 0,10$, variabel kualitas pelayanan $0,650 > 0,10$. Maka dapat disimpulkan bahwa keempat variabel independen tersebut tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Adapun hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel IV.18 sebagai berikut:

Tabel IV.18
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.481	5.716		2.534	.013

	Harga	.668	.105	.565	6.366	.000
	Lokasi	-.079	.103	-.064	-.771	.443
	Fasilitas	.237	.112	.183	2.110	.038
	Kualitas Pelayanan	-.090	.096	-.081	-.946	.347
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

Sumber: Data diolah (2021)

Persamaan regresi dipaparkan di atas adalah sebagai berikut:

$$KP = a + b_1H + b_2L + b_3F + b_4KP + e$$

$$KP = 14,481 + 0,668H - 0,079L + 0,237F - 0,090 KP + 5,716$$

Keterangan:

KP = Kepuasan Pelanggan

H = Harga

L = Lokasi

F = Fasilitas

KP = Kualitas Pelayanan

Penjelasan dari persamaan di atas adalah sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta (a) bernilai positif sebesar 14,481 menunjukkan bahwa jika harga, lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan dianggap konstan atau nilainya 0, maka kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Kantin Ceria Pasar Sipiongot adalah sebesar 14,481 satuan.
- b. Nilai koefisien harga (b_1) bernilai positif sebesar 0,668 dapat diartikan bahwa setiap penurunan harga sebesar 1 satuan maka kepuasan pelanggan mengalami peningkatan sebesar 0,668 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya nilainya tetap.

- c. Nilai koefisien lokasi (b_2) bernilai negatif sebesar -0,079 dapat diartikan bahwa penurunan lokasi sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan berkurang sebesar -0,079 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya nilainya tetap.
- d. Nilai koefisien fasilitas (b_3) bernilai positif sebesar 0,237 dapat diartikan bahwa peningkatan fasilitas sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan mengalami peningkatan sebesar 0,237 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya nilainya tetap.
- e. Nilai koefisien kualitas pelayanan (b_4) bernilai negatif sebesar 0,090 dapat diartikan bahwa penurunan kualitas pelayanan sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan berkurang sebesar 0,090 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya nilainya tetap.

5. Hasil Uji Koefisien Determinasi (*R Square*)

Adapun hasil uji koefisien determinasi (*R Square*) dapat dilihat pada tabel IV.19 berikut:

Tabel IV.19
Hasil Uji Koefisien determinasi (*R square*)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.618 ^a	.382	.355	2.803
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi, Fasilitas, Harga				

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas diketahui bahwa besar R^2 (*R square*) atau harga (X_1), lokasi (X_2), fasilitas (X_3), dan kualitas pelayanan (X_4), dalam menjelaskan atau memprediksi kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Kantin Ceria Pasar Sipiongot (Y) sebesar 0,382 atau

38,2% sedangkan 61,8% sisanya dijelaskan atau diprediksi oleh factor lain.

6. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji signifikan Parsial (Uji t)

Adapun hasil uji signifikan parsial (uji t) dapat dilihat pada tabel IV.20 berikut:

Tabel IV.20
Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.481	5.716		2.534	.013
	Harga	.668	.105	.565	6.366	.000
	Lokasi	-.079	.103	-.064	-.771	.443
	Fasilitas	.237	.112	.183	2.110	.038
	Kualitas Pelayanan	-.090	.096	-.081	-.946	.347

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah (2021)

Untuk t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = n-k-1$ atau $97-2-1 = 94$, dengan menggunakan uji dua sisi $10\% : 2 = 5\%$ (0,05). Hasil yang diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 1,689, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima.

- 1) Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel harga sebesar $6,366 > 1,689$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, artinya secara parsial variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- 2) Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel lokasi sebesar $-0,771 < 1,689$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0

diterima, artinya secara parsial variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

- 3) Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel fasilitas sebesar $2,110 > 1,689$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, artinya secara parsial variabel fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- 4) Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel kualitas pelayanan sebesar $-0,946 < 1,689$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, artinya secara parsial variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

b. Hasil Uji Simultan

Adapun hasil uji simultan (uji F) dapat dilihat pada tabel

IV.21 berikut ini:

Tabel IV.21
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	446.735	4	111.684	14.215	.000 ^b
	Residual	722.811	92	7.857		
	Total	1169.546	96			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi, Fasilitas, Harga						

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas dapat dijelaskan bahwa nilai F_{hitung} variabel harga, lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan sebesar 14,215 dan nilai F_{tabel} sebesar 2,36. Taber distribusi F dicari dengan derajat

kebebasan $df = 97 - 2 - 1 = 94$. Hasil analisis data uji F menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($14,215 > 2,36$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh secara simultan antar variabel harga, lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan kantin Ceria Pasar Sipiongot.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidak ada pengaruh harga (X1), lokasi (X2), Fasilitas (X3), dan kualitas pelayanan (X4) terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Kantin Ceria Pasar Sipiongot. berdasarkan hasil analisis data yang diolah dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 25 maka pembahasan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji statistik pada uji t, diketahui nilai t_{hitung} harga sebesar 6,366 sedangkan t_{tabel} yang diperoleh 1,689 sehingga dapat dikatakan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya kenaikan harga sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Kantin Ceria Pasar Sipiongot.

Penelitian ini diperkuat oleh teori perilaku oleh Benjamin S. Bloom, berpendapat bahwa ada 3 (tiga) tingkat ranah perilaku yaitu pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*) dan tindakan atau praktik.

Pengetahuan (*knowledge*) adalah hasil penginderaan manusia atau hasil pengetahuan seseorang terhadap objek melalui indera yang dimiliki. Misalkan jika suatu rumah makan menawarkan suatu harga kepada konsumen, sehingga muncul stimulasi dalam diri konsumen, apakah konsumen merasa tertarik atau terpengaruh terhadap harga yang ditawarkan oleh rumah makan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Indra Firdiyansyah dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Malang. Hasil penelitian ini menyatakan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan teori tersebut dapat dijelaskan bahwa harga memiliki peranan utama dalam proses pengambilan keputusan pembelian oleh pelanggan. Selain itu, harga juga berperan penting dalam membantu para pelanggan untuk memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Kantin Ceria Pasar Sipiongot.

2. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji statistik pada uji t, diketahui nilai t_{hitung} sebesar -0,771 sedangkan t_{tabel} yang diperoleh 1,689 sehingga dapat dikatakan $t_{hitung} < t_{tabel}$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel lokasi

tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya lokasi Rumah Makan Kantin Ceria tersebut tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa lokasi kurang penting bagi peningkatan kepuasan pelanggan terhadap suatu hal dalam rumah makan Kantin Ceria Pasar Sipiongot. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya oleh Imam Haromain dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan di AHASS Z618. Hasil penelitiannya menunjukkan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Lokasi yang baik menjamin akses yang cepat, dapat menarik sejumlah besar pelanggan dan cukup kuat untuk mengubah pola pembelian pelanggan.

3. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji statistik pada uji t, diketahui nilai t_{hitung} harga sebesar 2,110 sedangkan t_{tabel} yang diperoleh 1,689 sehingga dapat dikatakan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya fasilitas sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Kantin Ceria Pasar Sipiongot.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Yudha Afriadi dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap. Hasil penelitian ini

menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Kantin Ceria Pasar sipiongot.

Penelitian ini diperkuat oleh teori Kotler dan Keller dalam buku *Marketing Manajement*, bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang harus disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh pelanggan yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Kantin Ceria Pasar Sipiongot. fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penyedia jasa untuk mendukung kenyamanan pelanggan.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji statistik pada uji t, diketahui nilai t_{hitung} sebesar -0,946 sedangkan t_{tabel} yang diperoleh 1,689 sehingga dapat dikatakan $t_{hitung} < t_{tabel}$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya kualitas pelayanan di Rumah Makan Kantin Ceria tersebut tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan kurang penting bagi peningkatan kepuasan pelanggan terhadap suatu

hal dalam rumah makan Kantin Ceria Pasar Sipiongot. hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya oleh Bagus Handoko dengan judul Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. Hasil penelitiannya menunjukkan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan dalam penelitian ini, kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Kantin Ceria Pasar Sipiongot.

5. Pengaruh Harga, Lokasi, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji simultan (Uji F), diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($14,215 > 2,36$) yang mendukung hipotesis kedua bahwa terdapat pengaruh antara variabel harga, lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai signifikansi untuk variabel harga, lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan sebesar 0,000 yang mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Kantin Ceria Pasar sipiongot.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurul Hidayah dengan judul Pengaruh Harga, Fasilitas, Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan di Kabupaten Bulukumba. Peneliti mengatakan bahwa Harga, Fasilitas, Pelayanan dan Lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

D. Keterbatasan Penelitian

Keseluruhan rangkaian kegiatan dalam penelitian ini telah dilakukan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metodologi penelitian. Namun peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan yang dapat memungkinkan mempengaruhi hasil penelitian. Adapun keterbatasan-keterbatasan yang dihadapi peneliti selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah:

1. Dalam menyebarkan angket (kuesioner) peneliti tidak mengetahui apakah responden mengisi kuesioner dengan jujur dalam menjawab setiap pernyataan yang diberikan yang dapat memengaruhi validitas data yang diperoleh.
2. Dalam penelitian ini, variabel penelitian hanya mencakup harga, lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan yang belum mampu membuktikan faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil penelitian dan pembahasan di atas mengenai determinan kepuasan pelanggan rumah makan kantin ceria Pasar Sipiongot menunjukkan bahwa data yang diolah dalam penelitian ini adalah data berdistribusi normal serta linear. Sehingga dapat dilanjut untuk pengujian asumsi klasik, korelasi dan analisis regresi linear berganda yang hasilnya menunjukkan bahwa:

1. Ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan, hal tersebut dapat dibuktikan dengan melihat nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,366 > 1,689$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Tidak ada pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan, hal tersebut dapat dibuktikan dengan melihat nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-0,771 < 1,689$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
3. Ada pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan, hal tersebut dapat dibuktikan dengan melihat nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,110 > 1,680$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
4. Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, hal tersebut dapat dibuktikan dengan melihat nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-0,946 < 1,689$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

5. Ada pengaruh harga, lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, hal tersebut dapat dibuktikan dengan melihat nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($14,215 > 2,76$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi rumah makan Kantin Ceria sebagai tempat penelitian, peneliti menyarankan kepada pihak rumah makan untuk memperhatikan harga, lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan memperbanyak faktor pada penelitian, karena kenyataannya banyak faktor pendorong kepuasan pelanggan. Bukan hanya harga, lokasi, fasilitas maupun kualitas pelayanan saja yang menjadi pendorong kepuasan pelanggan. Melainkan seperti iklan atau promosi, kualitas produk, emosional, kemudahan. Faktor-faktor tersebut bisa digunakan sebagai variabel penelitian karena faktor-faktor tersebut juga bisa memengaruhi kepuasan pelanggan.
3. Bagi akademik disarankan, Penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak kampus IAIN Padangsidempuan khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebagai pengembangan keilmuan dan bisa menjadi sebuah referensi untuk mahasiswa selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- ABD. Rahman Rahim. *Cara Praktis Penulisan Karya Ilmiah*. Yogyakarta: Zahir Publishing, 2020.
- Ade Syarif Maulana. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI." *Jurnal Ekonomi* Vol 7, no. No. 2 (November 2016).
- Arif Hidayat. *Studi Kelayakan Bisnis*. Nagari Koto Baru: CV. Insan Cendekia Mandiri, 2021.
- Ahmad Nafi'. *Kematangan Karier Peserta Didik Zaman Now*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020.
- Bagja Waluya. *Sosiologi Menyelami Fenomena Sosial di Masyarakat*. Bandung: PT. Setia Purna Inves, 2007.
- Bagus Handoko. "Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Titipan Kilat JNE Medan." *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis* 18, no. 1 (2017).
- Candrianto. *Kepuasan Pelanggan*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2021.
- Choms Gary Ganda Tua Sibarani, dkk. *Dasar-dasar Kewirausahaan*. Cetakan 1. Yayasan Kita Menulis, 2019.
- Danang Sunyoto. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2013.
- Damanik Sarintan Efratani. *Pemberdayaan Masyarakat Desa Sekitar Kawasan Hutan*. Ds. Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019.
- Departemen agama RI. *Al-Quran & Terjemahan*. Jakarta: PT. Bintang Indonesia, 2011.
- Dian Sudiantini. *Leaders & Culture*. Jakarta: PT Gramedia, 2020.
- Dongoran Sapri, Pelanggan Rumah Makan Kantin Ceria. Wawancara, 2021.
- Dr. Syech Idrus. *Menulis Skripsi Sama Gampangnya Membuat Pisang Goreng Penting Ada Niat dan Kemauan*. Malang: Literasi Nusantara, 2021.
- Dwi Priyanto. *Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: Andi Offset, 2014.

- Eka Hendrayani, dkk. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021.
- Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*. 4 ed. Yogyakarta: Andi, 2015.
- Rangkuti Freddy. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Harmaizar Zaharuddin. *Menggali Potensi Wirausaha*. Bekasi: CV. Diang Anugerah Prakasa, 2006.
- Herlin Hidayat. *Manajemen Operasi Dasar*. Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, 2019.
- Imam Haromain & Heru Suprihhadi. "pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ahass Z618." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* Vol 5 (Mei 2016): No. 5.
- Indra Firdiyansyah. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam." *Jurnal Elektronik* Vol 1 (November 2017): No. 1.
- James R. Evans, William M. Lindsay. *Pengantar Six Sigma*. Jakarta: Salemba Empat, 2007.
- Jill Griffin. *Customer Loyalty*. Edisi Revisi dan Terbaru. Jakarta: Erlangga, 2003.
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana, 2004.
- Muh. Nur Eli Brahim. *Akuntansi dan Keuangan Lembaga*. Yogyakarta: Andi, 2021.
- Muhammad Isa, Aswadi Lubis, dan Marlina Chaniago. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Menggunakan Jasa Angkutan Penyeberangan PT. ASDP Indonesia Ferry Cabang Sibolga." *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah* 2, no. No.2 (Juni 2019).
- Morisson, dkk. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana, 2012.
- Mudrajat Kuncoro. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Nanang Martono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010.

- Nanang Martono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010.
- Napitupulu Rodame Monitorir, Dkk. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien rawat Inap Di RSUD Gunung Tua Kecamatan Portibi Kabupaten Padang Lawas Utara.” *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis* Vol 4, no. No. 2 (Juli 2018).
- Nikolaus Duli. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2019.
- Nur Asnawi dan Masyuri. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN-Maliki Press, 2011.
- Raba Nathaniel. *Pengantar Bisnis*. Ds. Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2020.
- Rendy Gulla Dkk. “Analisis Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn.” *Jurnal Emba* Vol 3, no. 1 (Maret 2015).
- Rezki Teguh Sulastiyana Dkk. “Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Museum satwa.” *Jurnal administrasi Bisnis* Vol 25, no. No.1 (Agustus 2015).
- Ricky W. Griffin & Ronald J. Ebert. *Bisnis*. Edisi Kedelapan. Erlangga, 2006.
- Rido Setiawan dkk. “Pengaruh Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Limasan Kafe Karawang.” *Buletin Studi Ekonomi* Vol 24, no. No. 2 (Agustus 2019).
- Rista Widi Endah Yani, dkk. *Praktek Kerja Lapang Manajemen Pelayanan Kesehatan (PKL MPK)*. Jember: UPT Penerbitan Universitas Jember, 2021.
- Rosiady Husaenie Sayuti dan Siti Aisyah Hidayati. “Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Ekonomi Masyarakat di Nusa Tenggara Barat.” *RESIPROKAL* 2 (Desember 2020): No.2.
- Ritonga Sarita , Pemilik Rumah Makan Kantin Ceria. Wawancara, 2021.
- Sabri dan Melly Susanti. *Kewirausahaan*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021.

Sartika Moha & Sjendry Loindong. "Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado." *Jurnal Emba* Vol 4 (Maret 2016): No. 1.

Simbolon Feri, pelanggan rumah makan Kantin Ceria. Wawancara, 2021

Suwartini & Sumiyati. *Produk Kreatif Dan Kewirausahaan Akuntansi Dan Keuangan Lembaga*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2019.

Syafrida Hafni Sahir, dkk. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis, 2021.

———. *Keterampilan Manjerial Efektif*. Yayasan Kita Menulis, 2020.

Yudha Afriyadi dkk. "Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* Vol 5 (Juni 2016): No. 6.

Yunni Rusmawati DJ., Luluk Nur Azizah, & Evi Fitrotun Najiah. *Total Quality Management (TQM)*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021.

CURICULUM VITAE

(Daftar Riwayat Hidup)

DATA PRIBADI

Nama : LENI MARLINA DONGORAN
Nim : 17 402 00020
Tempat/Tanggal Lahir : Gumaruntar, 04 November 1998
Jenis Kelamin : Perempuan
Anak Ke : 4 dari 10 bersaudara
Alamat : Desa Gumaruntar
Agama : Islam

DATA ORANG TUA/WALI

Nama Ayah : MARA KIRMA DONGORAN
Pekerjaan : Petani
Nama Ibu : TIRANA TANJUNG
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Desa Gumaruntar

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 2006 – 2012 : SD NEGERI 100220 GUMARUNTAR
Tahun 2012 – 2014 : PONPES Purbaganal Sosopan Gunung Tua
Tahun 2014 – 2017 : MA YPKS Padangsidempuan

MOTTO HIDUP

Jangan menuntut Tuhanmu karena tertundanya keinginanmu, tetapi menuntutlah dirimu
karena menunda kewajibanmu kepada Tuhanmu.

KATA PENGANTAR UNTUK ANGKET (KUESIONER)

Kepada Yth.

Saudara/Saudari

Di -

Tempat

Saudara/saudari dalam rangka menyelesaikan karya ilmiah (Skripsi) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri Iain Padangsidempuan maka saya,

Nama : Leni Marlina Dongoran

Nim : 17 402 00020

Untuk membantu kelancaran penelitian ini, dengan segala kerendahan hati dan harapan, peneliti memohon kesediaan saudara/saudari untuk mengisi daftar pernyataan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.

Informasi yang saudara/saudari berikan sangatlah berarti dalam menyelesaikan skripsi penelitian dengan judul : **“Determinan Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Kantin Ceria Pasar Sipiongot”**. Untuk mencapai maksud tersebut, peneliti mohon kesediaan saudara/saudari untuk mengisi kuesioner ini dengan memilih jawaban yang telah disediakan.

Atas kesediaan saudara/saudari meluangkan waktu membantu peneliti mengisi kuesioner ini, peneliti ucapkan terimakasih

Padangsidempuan, April 2021

Hormat Saya

Leni Marlina Dongoran

NIM: 17 402 00020

IDENTITAS RESPONDEN

Apakah anda pernah makan di Rumah Makan Kantin Ceria Pasar Sipingot?

Ya

Tidak

Jika Ya, silahkan jawab pernyataan berikut:

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

Nama :

Jenis kelamin :

Umur :

PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah dengan seksama setiap pernyataan dan jawaban yang teredia.
2. Jawab dan isilah sesuai dengan pernyataan dibawah ini dengan memberikan tanda centang (√) pada alternatif yang tersedia pada kolom jawaban.
3. Mohon jawaban diberikan secara objektif untuk akurasi hasil penelitian, pada salah satu pilihan jawaban.

Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Kurang Setuju (KS)	Tidak Setuju (TS)	Sangat TidakSetuju (STS)
5	4	3	2	1

4. Semua jawaban saudara/saudari dijamin kerahasiaannya.
5. Pernyataan ini semata untuk tujuan penelitian.

A. Butir Angket Harga (X₁)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Harga makanan di Kantin Ceria terjangkau.					
2	Harga makanan sesuai dengan daya beli pelanggan.					
3	Harga makanan sesuai dengan kualitas rasa.					
4	Harga makanan sesuai dengan kuantitas (porsinya)					
5	harga sesuai dengan cita rasa yang diberikan.					
6	Harga makanan lebih terjangkau dibandingkan dengan rumah makan lain.					
7	Harga sesuai dengan harapan pelanggan.					
8	Anda meminati rumah makan Kantin Ceria karena harga makanannya yang terjangkau.					

B. Butir Angket Lokasi (X₂)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
9	Keamanan di lokasi Rumah Makan Kantin Ceria terjamin.					
10	Segala kebutuhan di Rumah Makan Kantin Ceria terpenuhi.					
11	Pihak Rumah Makan Kantin Ceria memperhatikan kenyamanan pelanggan.					
12	Lokasi mudah dijangkau sarana transportasi umum.					
13	Kondisi jalan menuju Rumah Makan Kantin Ceria bagus.					
14	Rumah makan Kantin Ceria dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.					
15	Tidak ada petunjuk jalan menuju Kantin Ceria.					
16	Lokasi rumah makan Kantin Ceria strategis dan banyak masyarakat beraktivitas disekitar rumah makan.					

C. Butir Angket Fasilitas (X₃)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
17	Fasilitas penunjang seperti tempat solat dan kamar mandi sesuai dengan harapan anda.					
18	Pihak rumah makan memberikan pelayanan yangn cepat.					
19	Pihak rumah makan ramah dan selalu memberikan senyuman saat memberikan pelayanan pada pelanggan.					
20	Pihak rumah makan mampu berkomunikasi yang baik kepada pengunjung.					
21	Pihak rumah makan menyediakan tempat parkir yang luas dan nyaman.					
22	Pihak rumah makan menyediakan bangku/kursi yang memadai.					
23	Pihak rumah makan menyediakan perlengkapan solat untuk para pengunjung.					

D. Butir Angket Kualitas Pelayanan (X₄)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
24	Karyawan rumah makan Kantin Ceria memberikan pelayanan yang cepat dalam penyajian					
25	Karyawan rumah makan kantin ceria melayani pengunjung dengan sopan					
26	Karyawan rumah makan Kantin Ceria selalu ada saat dibutuhkan					
27	Cita rasa menu makanan selalu sama setiap kali anda berkunjung					
28	Karyawan ramah dan selalu memberikan senyuman saat melayani pengunjung					
29	Ruangan rumah makan sangat menarik.					
30	Meja yang tersedia di rumah makan tertata rapi dan bersih.					
31	Lingkungan rumah makan sejuk dan bersih.					

E. Butir Angket Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
32	Menu makanan yang tersedia sesuai dengan selera pelanggan.					
33	Pihak rumah makan memberikan pelayanan yang baik.					
34	Fasilitas penunjang seperti toilet dan tempat solat sesuai dengan yang diharapkan pelanggan.					
35	Anda berminat untuk berkunjung kembali karena makanan yang dihidangkan sesuai dengan harapan anda.					
36	Anda berminat untuk kembali berkunjung karena pelayanannya memuaskan.					
37	Anda berminat berkunjung kembali karena fasilitas yang disediakan memadai.					
38	Anda merekomendasikan rumah makan Kantin Ceria kepada teman-teman anda.					
39	Anda merekomendasikan rumah makan Kantin Ceria kepada keluarga anda					
40	Anda merekomendasikan rumah makan Kantin Ceria kepada orang-orang disekeliling anda.					

Sipiongot, April 2021

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rodame Monitorir napitupulu, M.M

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: “Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa”

Yang disusun oleh:

Nama : Leni Marlina Dongoran

Nim : 1740200020

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah (MB-1)

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.

Padangsidimpuan, April 2021
Validator

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M
NIP: 198411302018012001

LEMBAR VALIDASI
ANGKET HARGA (X₁)

Petunjuk :

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

Indikator	No Soal	V	VR	TV
Keterjangkauan Harga	1,2			
Kesesuaian Harga Dengan Kualitas	3,4			
Daya Saing harga	5,6			
Kesesuaian Harga Dengan Manfaat Produk	7,8			

Catatan:

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

Padangsidimpuan, April 2021
Validator

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M
NIP: 198411302018012001

LEMBAR VALIDASI
ANGKET LOKASI (X₂)

Petunjuk :

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

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Aman	8			
Nyaman	9,10			
Akses	11,12			
Visibilitas	13,14			
Lalu lintas	15			

Catatan:

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

Padangsidimpuan, April 2021
Validator

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M
NIP: 198411302018012001

LEMBAR VALIDASI
ANGKET FASILITAS (X₃)

Petunjuk :

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

Indikator	No Soal	V	VR	TV
Perencanaan Parsial	16,27,18			
Perencanaan Ruang	19,20			
Perlengkapan	21,22			

Catatan:

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

Padangsidimpuan, April 2021
Validator

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M
NIP: 198411302018012001

LEMBAR VALIDASI
ANGKET KUALITAS PELAYANAN (X₄)

Petunjuk :

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

Indikator	No Soal	V	VR	TV
Kehandalan	23,24			
Daya Tanggap	25			
Jaminan dan Kepastian	26			
Empati	27			
Bukti Fisisk	28,29,30			

Catatan:

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

Padangsidimpuan, April 2021
Validator

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M
NIP: 198411302018012001

LEMBAR VALIDASI
ANGKET KEPUASAN PELANGGAN (Y)

Petunjuk :

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

Indikator	No Soal	V	VR	TV
Kesesuaian Harapan	31,32,33			
Minat Berkunjung Kembali	34,35,36			
Kesediaan Merekomendasi	37,38,39			

Catatan:

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

Padangsidimpuan, April 2021
Validator

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M
NIP: 198411302018012001

VARIABEL HARGA

No	X1,1	X1,2	X1,3	X1,4	X1,5	X1,6	X1,7	X1,8	TOTAL
1	4	5	5	5	5	4	5	5	38
2	5	5	5	4	5	5	4	5	38
3	4	4	5	5	5	5	4	4	36
4	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	4	5	4	5	5	4	4	36
6	5	5	5	4	5	4	4	5	37
7	5	5	5	5	5	5	5	5	40
8	4	5	5	4	5	4	5	5	37
9	4	5	5	4	4	5	4	4	35
10	4	5	5	4	5	4	5	5	37
11	4	4	5	4	5	4	4	4	34
12	2	5	4	5	4	4	4	4	32
13	5	5	5	5	5	5	5	5	40
14	5	5	5	5	5	5	5	5	40
15	3	4	4	4	5	4	4	5	33
16	5	5	5	5	5	5	5	4	39
17	4	3	4	5	5	4	4	5	34
18	5	4	5	4	5	3	5	4	35
19	4	5	5	5	5	5	5	5	39
20	4	5	5	5	5	4	4	4	36
21	5	5	4	5	4	5	5	5	38
22	4	5	5	4	5	4	5	5	37
23	4	5	4	4	4	5	5	5	36
24	3	4	2	4	4	4	4	4	29
25	3	2	4	4	5	2	4	4	28
26	4	5	5	5	5	5	5	5	39
27	3	4	4	3	4	4	3	4	29
28	4	5	5	4	5	5	5	5	38
29	5	5	5	4	5	4	4	5	37
30	5	4	5	5	5	5	5	5	39
31	5	5	5	5	5	5	5	5	40
32	3	4	5	4	5	5	5	4	35
33	4	5	4	5	5	5	4	4	36
34	5	5	5	4	4	3	5	5	36
35	4	5	4	4	4	4	4	4	33
36	4	4	5	4	5	4	4	4	34
37	5	4	5	5	4	5	4	5	37
38	5	5	5	4	5	5	4	5	38

39	5	4	5	4	5	5	5	5	38
40	3	5	5	4	4	4	5	5	35
41	5	5	5	5	5	5	4	4	38
42	5	5	5	5	5	4	4	4	37
43	5	5	4	5	4	5	4	5	37
44	5	4	5	4	5	4	5	4	36
45	3	5	5	4	5	4	5	4	35
46	5	4	5	5	5	5	4	5	38
47	4	4	5	4	5	4	4	4	34
48	4	5	5	4	5	4	5	4	36
49	5	5	5	5	5	5	5	5	40
50	5	5	4	5	4	5	5	5	38
51	4	4	4	4	5	3	4	5	33
52	5	5	5	5	5	4	5	4	38
53	5	5	4	5	4	5	4	5	37
54	4	4	5	4	5	4	4	5	35
55	5	5	5	4	5	5	5	5	39
56	4	4	5	5	4	3	5	4	34
57	4	5	5	5	4	5	4	4	36
58	4	5	5	4	5	5	4	5	37
59	4	4	5	5	4	5	4	4	35
60	3	5	5	5	5	5	5	5	38
61	4	4	5	5	4	5	4	4	35
62	2	3	4	5	4	3	2	4	27
63	4	5	5	4	5	5	5	5	38
64	5	5	5	5	5	5	4	4	38
65	4	4	5	5	4	4	4	4	34
66	5	5	5	5	4	4	4	4	36
67	4	5	4	4	5	5	4	4	35
68	5	5	5	5	5	4	5	4	38
69	4	4	4	4	5	4	4	5	34
70	4	5	3	4	2	4	4	2	28
71	4	5	4	4	4	5	5	3	34
72	3	4	4	2	4	4	4	4	29
73	4	5	4	4	5	5	4	4	35
74	5	5	5	4	5	5	5	5	39
75	5	4	5	5	5	5	4	4	37
76	5	4	5	4	5	4	4	5	36
77	3	4	4	5	4	5	4	5	34
78	5	5	5	5	5	5	5	5	40
79	5	5	4	5	5	4	5	4	37

80	5	4	5	5	5	4	5	5	38
81	3	5	5	4	5	4	5	5	36
82	4	5	4	5	5	4	4	4	35
83	5	5	4	5	5	5	5	4	38
84	5	5	5	5	5	4	4	5	38
85	5	5	4	4	5	5	4	5	37
86	5	5	5	4	5	4	4	4	36
87	5	5	5	5	5	5	4	4	38
88	5	5	4	4	4	4	4	4	34
89	4	4	5	4	4	5	4	5	35
90	5	5	5	5	5	5	5	5	40
91	2	4	3	4	4	3	4	5	29
92	5	4	5	5	5	4	4	4	36
93	5	4	4	5	4	5	4	5	36
94	4	3	4	5	5	5	5	4	35
95	5	4	5	5	4	5	4	4	36
96	5	5	5	5	5	5	5	5	40
97	5	4	3	4	4	4	4	4	32

VARIABEL LOKASI

No	X2,1	X2,2	X2,3	X2,4	X2,5	X2,6	X2,7	X2,8	TOTAL
1	5	5	5	4	5	4	4	4	36
2	5	5	4	4	5	5	4	5	37
3	5	5	5	5	5	4	4	5	38
4	5	5	4	5	5	5	5	4	38
5	4	5	4	5	5	4	4	4	35
6	3	5	5	4	5	4	5	5	36
7	5	4	5	5	5	4	5	5	38
8	5	5	4	5	5	4	5	4	37
9	5	5	5	5	5	5	5	5	40
10	3	4	4	5	4	5	4	5	34
11	4	5	5	5	5	4	5	5	38
12	5	5	5	4	5	5	4	5	38
13	4	4	5	5	5	5	4	4	36
14	5	4	5	4	5	5	4	4	36
15	5	5	5	4	5	4	4	5	37
16	5	5	5	5	5	5	5	5	40
17	5	5	5	5	5	5	5	5	40
18	4	5	5	4	5	4	5	5	37
19	4	5	5	4	4	5	4	4	35
20	4	5	5	4	5	4	5	5	37
21	4	4	5	4	5	4	4	4	34
22	2	5	4	5	4	4	4	4	32
23	5	5	5	5	5	5	5	5	40
24	5	5	5	5	5	5	5	5	40
25	3	4	4	4	5	4	4	5	33
26	5	5	5	5	5	5	5	4	39
27	4	3	4	5	5	4	4	5	34
28	5	4	5	4	5	3	5	4	35
29	4	5	5	5	5	5	5	5	39
30	4	5	5	5	5	4	4	4	36
31	5	5	4	5	4	5	5	5	38
32	4	5	5	4	5	4	5	5	37
33	4	5	4	4	4	5	5	5	36
34	3	4	2	4	4	4	4	4	29
35	3	2	4	4	5	2	4	4	28
36	4	5	5	5	5	5	5	5	39
37	5	5	5	5	5	5	5	5	40
38	3	4	4	3	4	4	3	4	29
39	4	5	5	4	5	5	5	5	38

40	5	5	5	4	5	4	4	5	37
41	5	4	5	5	5	5	5	5	39
42	5	5	5	5	5	5	5	5	40
43	3	4	5	4	5	5	5	4	35
44	4	5	4	5	5	5	4	5	37
45	5	5	5	4	4	3	5	5	36
46	4	5	4	4	4	4	4	4	33
47	4	4	5	4	5	4	4	4	34
48	5	4	5	5	4	5	4	5	37
49	5	5	5	4	5	5	4	5	38
59	5	4	5	4	5	5	5	5	38
51	3	5	4	4	2	4	4	4	30
52	5	5	5	5	5	5	4	4	38
53	5	5	5	5	5	4	4	4	37
54	4	4	3	4	4	4	4	3	30
55	5	5	5	5	5	5	5	5	40
56	5	4	5	5	5	4	4	5	37
57	4	2	4	5	5	4	5	5	34
58	4	4	5	5	4	5	4	5	36
59	5	5	4	4	5	4	5	4	36
60	5	5	5	5	4	5	4	4	37
61	5	5	5	5	5	5	5	5	40
62	5	5	5	5	5	5	5	5	40
63	4	5	4	4	5	4	5	5	36
64	4	3	2	4	5	4	5	4	31
65	5	4	4	5	5	5	4	5	37
66	5	5	4	5	5	5	5	4	38
67	5	4	4	4	5	4	4	4	34
68	4	4	5	4	5	4	5	5	36
69	3	4	4	5	4	5	5	4	34
70	4	4	4	5	4	4	4	5	34
71	4	5	5	4	5	4	4	5	36
72	4	4	4	4	5	3	4	5	33
73	4	5	4	4	4	5	4	5	35
74	4	4	5	4	5	4	4	5	35
75	5	5	5	4	5	5	5	5	39
76	4	4	5	5	4	3	4	4	33
77	4	5	5	5	4	5	4	4	36
78	4	4	4	4	5	5	4	4	34
79	4	4	5	5	4	5	4	4	35
80	3	5	5	5	5	5	5	5	38

81	4	4	5	5	4	5	4	4	35
82	2	4	3	5	4	3	2	4	27
83	4	5	5	4	5	5	5	5	38
84	5	5	5	5	5	5	4	4	38
85	5	5	5	5	5	5	5	5	40
86	4	4	5	5	4	4	4	4	34
87	5	5	5	5	4	4	4	4	36
88	4	5	4	4	5	5	4	4	35
89	5	5	5	5	5	4	5	4	38
90	4	4	4	4	5	4	5	4	34
91	4	5	5	4	5	4	4	5	36
92	5	3	4	5	5	4	4	5	35
93	5	5	4	5	3	4	5	5	36
94	4	5	4	5	4	5	4	4	35
95	5	5	5	4	5	5	5	5	39
96	4	4	4	5	4	4	5	5	35
97	3	4	4	4	5	4	4	4	32

VARIABEL FASILITAS

No	X3,1	X3,2	X3,3	X3,4	X3,5	X3,6	X3,7	TOTAL
1	5	5	5	5	5	5	5	35
2	4	4	4	5	3	5	4	29
3	5	5	4	5	5	5	5	34
4	5	5	4	4	5	4	5	32
5	5	4	5	4	5	4	4	31
6	4	5	5	5	5	5	5	34
7	5	5	5	5	5	5	5	35
8	5	5	4	5	4	4	5	32
9	5	5	5	5	5	5	5	35
10	4	5	4	4	4	4	5	30
11	5	5	5	5	5	5	5	35
12	5	5	5	5	5	5	4	34
13	5	4	5	5	5	5	4	33
14	5	4	4	5	3	4	4	29
15	5	3	5	4	5	5	5	32
16	5	5	5	5	5	5	5	35
17	5	4	5	3	5	5	4	31
18	5	5	4	5	4	4	5	32
19	4	4	5	5	5	5	5	33
20	5	4	4	5	3	4	4	29
21	5	5	5	5	5	5	5	35
22	5	4	5	5	5	5	5	34
23	5	5	5	4	5	5	5	34
24	3	5	4	5	2	4	4	27
25	4	2	4	4	3	4	4	25
26	5	5	5	5	5	5	5	35
27	4	3	4	4	3	2	4	24
28	5	4	5	4	3	5	5	31
29	5	4	5	3	4	5	4	30
30	5	5	5	5	5	5	5	35
31	5	5	5	5	5	5	5	35
32	4	5	5	4	3	5	4	30
33	5	4	5	5	3	5	4	31
34	5	5	5	5	5	5	5	35
35	5	4	5	3	4	4	4	29
36	5	3	4	4	5	4	5	30
37	5	5	5	5	5	5	5	35
38	4	5	4	4	5	5	5	32
39	5	4	5	5	5	4	5	33

40	5	5	5	5	5	4	5	34
41	4	4	4	4	5	4	4	29
42	5	5	5	5	5	4	5	34
43	5	5	5	5	5	5	5	35
44	5	4	4	4	4	4	4	29
45	4	5	4	5	5	4	5	32
46	4	4	5	5	4	5	4	31
47	4	4	4	4	3	4	5	28
48	5	5	5	5	2	5	4	31
49	5	5	4	5	5	5	4	33
50	5	4	5	4	5	3	5	31
51	5	5	5	5	5	5	5	35
52	4	5	5	4	3	5	4	30
53	5	4	5	4	4	3	4	29
54	5	5	5	5	5	5	4	34
55	5	5	4	5	4	4	5	32
56	5	5	5	5	4	5	5	34
57	4	4	4	5	4	3	4	28
58	4	4	5	4	5	5	5	32
59	5	5	5	5	5	5	5	35
60	4	5	4	4	4	4	4	29

VARIABEL KUALITAS PELAYAN

No	X4,1	X4,2	X4,3	X4,4	X4,5	X4,6	X4,7	X4,8	TOTAL
1	5	5	5	5	4	4	4	5	37
2	4	5	5	5	5	5	5	5	39
3	4	5	5	5	5	5	5	5	39
4	5	4	5	4	5	5	4	5	37
5	4	4	5	5	5	5	5	5	38
6	5	5	5	4	5	4	4	4	36
7	5	5	5	5	5	5	5	5	40
8	4	4	4	4	4	5	5	5	35
9	4	5	4	5	5	5	5	5	38
10	4	5	4	5	4	3	5	4	34
11	5	5	4	5	5	3	4	4	35
12	4	5	4	5	5	4	5	4	36
13	5	5	5	5	5	5	5	5	40
14	5	5	5	5	5	5	5	5	40
15	4	4	3	4	3	4	3	4	29
16	5	5	5	5	4	5	4	4	37
17	4	4	3	2	4	3	4	5	29
18	5	5	3	5	4	5	5	5	37
19	4	4	4	5	5	5	5	5	37
20	5	5	4	4	4	3	4	5	34
21	4	4	4	5	5	4	5	5	36
22	4	5	5	4	4	3	5	4	34
23	5	5	5	5	5	5	5	5	40
24	4	5	5	5	5	5	5	5	39
25	2	5	3	5	2	3	5	3	28
26	4	5	3	5	4	5	5	4	35
27	4	5	4	4	4	3	5	5	34
28	4	5	3	5	4	5	5	4	35
29	5	5	5	5	5	5	5	5	40
30	4	5	4	4	5	3	5	5	35
31	5	5	5	5	5	5	5	5	40
32	4	5	5	5	4	5	5	5	38
33	4	5	5	4	4	3	5	4	34
34	4	5	5	5	5	5	5	5	39
35	4	5	4	5	4	4	3	4	33
36	5	4	5	5	4	3	5	4	35
37	4	5	5	5	5	5	5	5	39
38	4	5	4	5	4	5	3	5	35
39	4	5	5	4	5	5	5	4	37

40	5	5	5	5	5	2	5	4	36
41	5	4	4	4	4	3	4	5	33
42	5	4	4	5	5	3	5	4	35
43	5	4	5	4	5	5	4	5	37
44	4	5	4	4	4	4	4	4	33
45	4	5	5	5	5	5	5	5	39
46	5	5	5	5	5	5	4	5	39
47	4	4	4	4	4	4	5	4	33
48	5	5	4	5	5	5	4	5	38
49	4	4	5	5	4	5	5	5	37
50	5	5	5	5	5	5	5	5	40
51	5	5	3	4	4	5	4	5	35
52	4	5	4	5	3	4	4	4	33
53	5	5	5	5	5	5	5	5	40
54	5	5	4	5	5	3	4	4	35
55	5	4	5	5	4	3	5	4	35
56	5	5	5	5	5	5	5	5	40
57	5	5	5	5	5	5	5	5	40
58	4	5	4	5	3	4	5	4	34
59	4	5	4	5	4	3	5	5	35
60	4	4	3	4	4	3	2	4	28
61	5	5	5	5	5	5	5	5	40
62	4	4	2	4	4	3	4	4	29
63	3	5	5	4	2	4	3	4	30
64	5	5	5	5	4	5	5	5	39
65	5	5	4	5	5	5	5	5	39
66	5	5	5	5	5	5	5	5	40
67	4	5	4	4	5	3	4	4	33
68	5	4	4	5	5	5	5	5	38
69	4	5	5	4	5	3	4	4	34
70	3	5	4	5	2	5	5	4	33
71	5	5	5	5	5	5	5	4	39
72	4	4	4	4	5	3	5	4	33
73	5	5	5	4	5	5	5	5	39
74	5	5	5	4	4	5	4	5	37
75	4	5	4	5	4	5	4	4	35
76	4	5	5	5	5	5	5	5	39
77	5	5	5	5	5	5	5	5	40
78	4	5	5	4	5	4	4	5	36
79	5	5	5	5	5	5	5	5	40
80	4	4	5	4	4	4	4	5	34

81	5	5	5	5	5	5	5	5	40
82	4	4	5	5	5	5	5	5	38
83	5	5	4	5	5	5	5	4	38
84	4	5	4	4	5	3	4	4	33
85	4	5	3	5	4	5	5	5	36
86	5	5	5	5	5	5	5	5	40
87	4	5	4	5	4	3	5	4	34
88	4	5	4	5	5	5	5	5	38
89	3	4	3	2	4	4	5	4	29
90	5	5	4	5	5	5	5	4	38
91	4	5	4	5	4	4	4	5	35
92	5	2	5	4	5	5	3	4	33
93	5	5	5	5	5	5	5	5	40
94	4	4	5	5	4	5	4	5	36
95	4	4	4	5	4	5	4	4	34
96	5	5	5	4	5	4	4	4	36
97	5	5	5	5	4	4	4	4	36

VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN

No	Y,1	Y,2	Y,3	Y,4	Y,5	Y,6	Y,7	Y,8	Y,9	TOTAL
1	4	4	5	5	4	5	4	5	4	40
2	4	4	4	4	3	5	3	4	4	35
3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	38
4	3	4	3	5	4	4	5	4	4	36
5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	38
6	5	4	4	5	5	4	5	4	5	41
7	5	5	5	5	5	4	4	4	5	42
8	5	5	5	5	3	5	5	5	5	43
9	5	4	5	5	4	5	4	5	5	42
10	5	5	4	4	5	4	5	4	5	41
11	5	5	4	5	4	5	5	5	5	43
12	3	5	3	4	4	2	4	4	4	33
13	5	5	3	5	4	5	4	5	5	41
14	5	5	3	4	5	4	4	5	5	40
15	4	4	3	5	4	4	4	4	4	36
16	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
17	5	4	4	4	4	4	3	5	5	38
18	4	5	4	5	4	4	3	4	5	38
19	5	4	5	4	5	5	3	4	4	39
20	5	5	4	5	5	5	5	5	4	43
21	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
22	5	5	3	5	5	5	5	5	5	43
23	4	4	4	5	5	4	5	4	4	39
24	4	4	4	4	3	2	4	4	3	32
25	4	3	4	3	5	3	4	4	4	34
26	5	5	5	5	5	5	5	4	5	44
27	4	3	3	5	4	4	2	4	2	31
28	4	4	3	4	4	5	4	5	5	38
29	4	5	4	4	5	5	4	5	5	41
30	5	5	5	4	5	4	5	5	5	43
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
32	4	4	3	5	4	5	5	4	4	38
33	4	5	5	4	5	4	4	5	4	40
34	5	5	4	4	5	4	5	4	4	40
35	4	4	5	4	5	4	4	5	4	39
36	5	4	4	4	4	5	5	5	4	40
37	5	4	5	5	5	5	5	5	4	43
38	4	5	3	4	4	4	5	5	5	39
39	5	5	4	5	4	4	4	4	5	40

Lampiran Uji Validitas Harga

Your temporary usage period for IBM SPSS Statistics will expire in 5303 days.

CORRELATIONS

```

/VARIABLES=X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 SUM
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
    
```

Correlations

[DataSet0]

		Correlations								
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	SUM
X1	Pearson Correlation	1	.311**	.414**	.281**	.311**	.317**	.318**	.144	.695**
	Sig. (2-tailed)		.002	.000	.005	.002	.002	.002	.160	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2	Pearson Correlation	.311**	1	.201*	.103	.042	.351**	.391**	.103	.534**
	Sig. (2-tailed)	.002		.048	.314	.681	.000	.000	.314	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X3	Pearson Correlation	.414**	.201*	1	.246*	.469**	.221*	.339**	.275**	.669**
	Sig. (2-tailed)	.000	.048		.015	.000	.030	.001	.006	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X4	Pearson Correlation	.281**	.103	.246*	1	.147	.272**	.149	.064	.474**

	Sig. (2-tailed)	.005	.314	.015		.151	.007	.145	.535	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X5	Pearson Correlation	.311**	.042	.469**	.147	1	.110	.369**	.358**	.585**
	Sig. (2-tailed)	.002	.681	.000	.151		.285	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X6	Pearson Correlation	.317**	.351**	.221*	.272**	.110	1	.263**	.190	.590**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.030	.007	.285		.009	.063	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X7	Pearson Correlation	.318**	.391**	.339**	.149	.369**	.263**	1	.309**	.650**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.001	.145	.000	.009		.002	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X8	Pearson Correlation	.144	.103	.275**	.064	.358**	.190	.309**	1	.499**
	Sig. (2-tailed)	.160	.314	.006	.535	.000	.063	.002		.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
SUM	Pearson Correlation	.695**	.534**	.669**	.474**	.585**	.590**	.650**	.499**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97

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

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

Lampiran Uji Validitas Lokasi

Your temporary usage period for IBM SPSS Statistics will expire in 5303 days.

```

CORRELATIONS
/VARIABLES=X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 SUM
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
    
```

Correlations

[DataSet0]

		Correlations								
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	SUM
X1	Pearson Correlation	1	.302**	.405**	.224*	.328**	.296**	.347**	.236*	.716**
	Sig. (2-tailed)		.003	.000	.027	.001	.003	.000	.020	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2	Pearson Correlation	.302**	1	.367**	.064	.002	.392**	.232*	.153	.575**
	Sig. (2-tailed)	.003		.000	.533	.982	.000	.022	.135	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X3	Pearson Correlation	.405**	.367**	1	.156	.286**	.256*	.242*	.309**	.670**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.126	.004	.011	.017	.002	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X4	Pearson Correlation	.224*	.064	.156	1	-.070	.280**	.121	.079	.384**
	Sig. (2-tailed)	.027	.533	.126		.496	.005	.238	.443	.000

	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X5	Pearson Correlation	.328**	.002	.286**	-.070	1	.079	.297**	.246*	.458**
	Sig. (2-tailed)	.001	.982	.004	.496		.439	.003	.015	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X6	Pearson Correlation	.296**	.392**	.256*	.280**	.079	1	.260*	.193	.612**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.011	.005	.439		.010	.059	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X7	Pearson Correlation	.347**	.232*	.242*	.121	.297**	.260*	1	.370**	.613**
	Sig. (2-tailed)	.000	.022	.017	.238	.003	.010		.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X8	Pearson Correlation	.236*	.153	.309**	.079	.246*	.193	.370**	1	.534**
	Sig. (2-tailed)	.020	.135	.002	.443	.015	.059	.000		.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
SUM	Pearson Correlation	.716**	.575**	.670**	.384**	.458**	.612**	.613**	.534**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97

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

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

Lampiran Uji validitas Fasilitas

Your temporary usage period for IBM SPSS Statistics will expire in 5303 days.

CORRELATIONS

```

/VARIABLES=X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 SUM
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

Correlations

[DataSet0]

		Correlations							
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	SUM
X1	Pearson Correlation	1	.349**	.343**	.104	.321**	.249*	.201*	.616**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.313	.001	.014	.048	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97
X2	Pearson Correlation	.349**	1	.228*	.383**	.242*	.286**	.291**	.663**
	Sig. (2-tailed)	.000		.025	.000	.017	.004	.004	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97
X3	Pearson Correlation	.343**	.228*	1	.105	.216*	.489**	.218*	.592**
	Sig. (2-tailed)	.001	.025		.307	.033	.000	.032	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97
X4	Pearson Correlation	.104	.383**	.105	1	.103	.056	.206*	.460**
	Sig. (2-tailed)	.313	.000	.307		.318	.589	.043	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97
X5	Pearson Correlation	.321**	.242*	.216*	.103	1	.241*	.449**	.654**
	Sig. (2-tailed)	.001	.017	.033	.318		.017	.000	.000

	N	97	97	97	97	97	97	97	97
X6	Pearson Correlation	.249*	.286**	.489**	.056	.241*	1	.175	.595**
	Sig. (2-tailed)	.014	.004	.000	.589	.017		.086	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97
X7	Pearson Correlation	.201*	.291**	.218*	.206*	.449**	.175	1	.595**
	Sig. (2-tailed)	.048	.004	.032	.043	.000	.086		.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97
SUM	Pearson Correlation	.616**	.663**	.592**	.460**	.654**	.595**	.595**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97

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

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

Lampiran Uji Validitas Kualitas Pelayanan

CORRELATIONS

```

/VARIABLES=Item_1 Item_2 Item_3 Item_4 Item_5 Item_6 Item_7 Item_8 SUM
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
  
```

Correlations

		Correlations								
		Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Item_6	Item_7	Item_8	SUM
Item_1	Pearson Correlation	1	.058	.394**	.231*	.557**	.226*	.051	.349**	.597**
	Sig. (2-tailed)		.574	.000	.023	.000	.026	.621	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Item_2	Pearson Correlation	.058	1	.134	.338**	.038	.091	.254*	.090	.372**
	Sig. (2-tailed)	.574		.190	.001	.710	.377	.012	.380	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Item_3	Pearson Correlation	.394**	.134	1	.268**	.410**	.309**	.201*	.352**	.659**
	Sig. (2-tailed)	.000	.190		.008	.000	.002	.048	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Item_4	Pearson Correlation	.231*	.338**	.268**	1	.151	.375**	.343**	.169	.591**
	Sig. (2-tailed)	.023	.001	.008		.140	.000	.001	.098	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Item_5	Pearson Correlation	.557**	.038	.410**	.151	1	.261**	.285**	.427**	.667**

	Sig. (2-tailed)	.000	.710	.000	.140		.010	.005	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Item_6	Pearson Correlation	.226*	.091	.309**	.375**	.261**	1	.224*	.528**	.672**
	Sig. (2-tailed)	.026	.377	.002	.000	.010		.027	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Item_7	Pearson Correlation	.051	.254*	.201*	.343**	.285**	.224*	1	.254*	.539**
	Sig. (2-tailed)	.621	.012	.048	.001	.005	.027		.012	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Item_8	Pearson Correlation	.349**	.090	.352**	.169	.427**	.528**	.254*	1	.658**
	Sig. (2-tailed)	.000	.380	.000	.098	.000	.000	.012		.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
SUM	Pearson Correlation	.597**	.372**	.659**	.591**	.667**	.672**	.539**	.658**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97

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

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

Lampiran Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

CORRELATIONS

```

/VARIABLES=Item_1 Item_2 Item_3 Item_4 Item_5 Item_6 Item_7 Item_8 Item_9 SUM
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
    
```

Correlations

		Correlations									
		Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Item_6	Item_7	Item_8	Item_9	SUM
Item_1	Pearson Correlation	1	.246 [*]	.445 ^{**}	.179	.409 ^{**}	.280 ^{**}	.168	.333 ^{**}	.373 ^{**}	.635 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.015	.000	.080	.000	.005	.100	.001	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Item_2	Pearson Correlation	.246 [*]	1	.055	.289 ^{**}	.219 [*]	.182	.217 [*]	.306 ^{**}	.407 ^{**}	.528 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.015		.595	.004	.031	.075	.032	.002	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Item_3	Pearson Correlation	.445 ^{**}	.055	1	.199	.364 ^{**}	.288 ^{**}	.196	.226 [*]	.314 ^{**}	.601 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.595		.051	.000	.004	.055	.026	.002	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Item_4	Pearson Correlation	.179	.289 ^{**}	.199	1	.158	.313 ^{**}	.206 [*]	.412 ^{**}	.143	.542 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.080	.004	.051		.123	.002	.043	.000	.163	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Item_5	Pearson Correlation	.409 ^{**}	.219 [*]	.364 ^{**}	.158	1	.110	.307 ^{**}	.323 ^{**}	.375 ^{**}	.607 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.031	.000	.123		.283	.002	.001	.000	.000

	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Item_6	Pearson Correlation	.280**	.182	.288**	.313**	.110	1	.155	.395**	.323**	.579**
	Sig. (2-tailed)	.005	.075	.004	.002	.283		.129	.000	.001	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Item_7	Pearson Correlation	.168	.217*	.196	.206*	.307**	.155	1	.195	.402**	.531**
	Sig. (2-tailed)	.100	.032	.055	.043	.002	.129		.055	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Item_8	Pearson Correlation	.333**	.306**	.226*	.412**	.323**	.395**	.195	1	.325**	.656**
	Sig. (2-tailed)	.001	.002	.026	.000	.001	.000	.055		.001	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Item_9	Pearson Correlation	.373**	.407**	.314**	.143	.375**	.323**	.402**	.325**	1	.673**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.163	.000	.001	.000	.001		.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
SUM	Pearson Correlation	.635**	.528**	.601**	.542**	.607**	.579**	.531**	.656**	.673**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97

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

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

Lampiran Uji Reliabilitas Harga

```
RELIABILITY  
  /VARIABLES=X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8  
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL  
  /MODEL=ALPHA  
  /SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	97	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	97	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.730	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	31.52	6.086	.511	.683
X2	31.25	7.146	.361	.714
X3	31.20	6.680	.529	.681
X4	31.35	7.418	.302	.725
X5	31.16	6.993	.426	.702
X6	31.37	6.840	.413	.705
X7	31.43	6.852	.517	.686
X8	31.35	7.334	.330	.720

Lampiran Uji Reliabilitas Lokasi

```
RELIABILITY  
  /VARIABLES=X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8  
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL  
  /MODEL=ALPHA  
  /SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	97	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	97	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.713	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	31.73	5.511	.541	.650
X2	31.49	6.273	.385	.689
X3	31.47	5.960	.512	.660

X4	31.49	7.128	.211	.719
X5	31.34	6.873	.285	.707
X6	31.61	6.178	.437	.677
X7	31.60	6.326	.460	.673
X8	31.47	6.689	.383	.689

Lampiran Uji Reliabilitas fasilitas

RELIABILITY

/VARIABLES=X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA

/SUMMARY=TOTAL.

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	97	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	97	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.695	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	26.99	5.489	.431	.654
X2	27.08	5.326	.492	.638
X3	26.96	5.790	.438	.656
X4	26.99	6.052	.246	.701
X5	27.20	5.034	.426	.659
X6	27.03	5.530	.397	.663
X7	26.97	5.739	.435	.656

Lampiran Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

```
RELIABILITY  
  /VARIABLES=Item_1 Item_2 Item_3 Item_4 Item_5 Item_6 Item_7 Item_8  
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL  
  /MODEL=ALPHA  
  /SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	97	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	97	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.739	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_1	31.77	7.823	.447	.710
Item_2	31.45	8.792	.219	.746
Item_3	31.77	7.281	.495	.700
Item_4	31.54	7.876	.444	.711
Item_5	31.71	7.270	.509	.697
Item_6	31.85	6.840	.470	.709
Item_7	31.61	7.970	.367	.725
Item_8	31.60	7.868	.547	.697

Lampiran Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

RELIABILITY

```
/VARIABLES=Item_1 Item_2 Item_3 Item_4 Item_5 Item_6 Item_7 Item_8 Item_9  
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL  
/MODEL=ALPHA  
/SUMMARY=TOTAL.
```


Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	97	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	97	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.768	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_1	35.29	9.895	.515	.738

Item_2	35.32	10.303	.383	.756
Item_3	35.49	9.544	.429	.752
Item_4	35.32	10.157	.391	.755
Item_5	35.35	9.876	.470	.744
Item_6	35.33	9.869	.423	.751
Item_7	35.40	10.160	.374	.758
Item_8	35.34	9.602	.526	.735
Item_9	35.26	9.735	.561	.731

Lampiran Hasil Uji Linearitas harga dengan Kepuasan Pelanggan

Your temporary usage period for IBM SPSS Statistics will expire in 5303 days.

```
MEANS TABLES=Y BY X_1  
  /CELLS=MEAN COUNT STDDEV  
  /STATISTICS LINEARITY.
```

Means

[DataSet0]

Case Processing Summary

	Included		Cases Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Kepuasan Pelanggan *	97	100.0%	0	0.0%	97	100.0%
Harga						

Report

Kepuasan Pelanggan

Harga	Mean	N	Std. Deviation
27	32.00	1	.
28	32.50	2	2.121
29	32.75	4	2.872

30	36.00	1	.
32	39.00	2	8.485
33	39.25	4	2.872
34	39.73	11	2.533
35	39.14	14	2.070
36	39.59	17	2.599
37	41.40	10	1.350
38	41.75	16	2.910
39	41.67	6	3.882
40	40.89	9	3.333
Total	39.76	97	3.490

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Harga	Between Groups	(Combined)	507.910	12	42.326	5.374	.000
		Linearity	404.819	1	404.819	51.395	.000
		Deviation from Linearity	103.092	11	9.372	1.190	.307
	Within Groups	661.636	84	7.877			
	Total	1169.546	96				

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Kepuasan Pelanggan *	.588	.346	.659	.434
Harga				

```
GET
  FILE='C:\Users\ACER\Documents\TABULASI FASILITAS.sav'.
DATASET NAME DataSet1 WINDOW=FRONT.
DATASET ACTIVATE DataSet0.
DATASET CLOSE DataSet1.
GET
  FILE='C:\Users\ACER\Documents\TABULASI LOKASI.sav'.
DATASET NAME DataSet2 WINDOW=FRONT.
DATASET ACTIVATE DataSet0.
DATASET CLOSE DataSet2.
```

Lampiran Hasil Uji Linearitas Lokasi Dengan Kepuasan Pelanggan

```
MEANS TABLES=Y BY X_2
  /CELLS=MEAN COUNT STDDEV
  /STATISTICS LINEARITY.
```

Means

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Kepuasan Pelanggan *	97	100.0%	0	0.0%	97	100.0%
Lokasi						

Report

Kepuasan Pelanggan

Lokasi	Mean	N	Std. Deviation
27	39.00	1	.
28	39.00	1	.
29	39.50	2	.707
30	40.50	2	2.121
31	45.00	1	.
32	44.00	2	1.414
33	36.00	4	4.243
34	38.73	11	4.982
35	39.42	12	2.539
36	40.44	16	2.581
37	39.15	13	3.387
38	40.60	15	3.355

39	42.17	6	1.722
40	38.64	11	4.154
Total	39.76	97	3.490

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Lokasi	Between Groups	(Combined)	206.839	13	15.911	1.372	.191
		Linearity	1.230	1	1.230	.106	.746
		Deviation from Linearity	205.609	12	17.134	1.477	.149
	Within Groups		962.707	83	11.599		
	Total		1169.546	96			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Kepuasan Pelanggan * Lokasi	.032	.001	.421	.177

Lampiran hasil Uji Linearitas Fasilitas Dengan Kepuasan pelanggan

```

MEANS TABLES=Y BY X_3
/CELLS=MEAN COUNT STDDEV
/STATISTICS LINEARITY.

```

Means

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Kepuasan Pelanggan *	97	100.0%	0	0.0%	97	100.0%
Fasilitas						

Report

Kepuasan Pelanggan

Fasilitas	Mean	N	Std. Deviation
24	31.00	1	.
25	36.50	2	3.536
26	34.00	1	.
27	35.33	3	3.512
28	41.00	4	2.828
29	39.25	12	3.251
30	40.10	10	3.784

31	38.79	14	2.547
32	40.77	13	3.655
33	42.00	8	2.390
34	38.91	11	4.134
35	41.11	18	2.423
Total	39.76	97	3.490

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Fasilitas	Between Groups	(Combined)	307.878	11	27.989	2.761	.004
		Linearity	125.166	1	125.166	12.347	.001
		Deviation from Linearity	182.712	10	18.271	1.802	.072
	Within Groups		861.668	85	10.137		
	Total		1169.546	96			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Kepuasan Pelanggan *	.327	.107	.513	.263
Fasilitas				

Hasil Uji Linearitas Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan

```
MEANS TABLES=Y BY X_4
  /CELLS=MEAN COUNT STDDEV
  /STATISTICS LINEARITY.
```

Means

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Kepuasan Pelanggan *	97	100.0%	0	0.0%	97	100.0%
Kualitas Pelayanan						

Report

Kepuasan Pelanggan

Kualitas Pelayanan	Mean	N	Std. Deviation
28	38.00	2	5.657
29	36.00	4	2.828
30	44.00	1	.
33	38.20	10	4.566
34	41.30	10	4.001

35	40.93	14	2.303
36	40.89	9	4.167
37	39.11	9	2.848
38	38.89	9	4.076
39	39.00	11	3.493
40	40.33	18	2.058
Total	39.76	97	3.490

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan *	Between Groups	(Combined)	182.251	10	18.225	1.588	.124
		Linearity	11.214	1	11.214	.977	.326
		Deviation from Linearity	171.037	9	19.004	1.655	.113
Kualitas Pelayanan	Within Groups		987.295	86	11.480		
	Total		1169.546	96			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Kepuasan Pelanggan *	.098	.010	.395	.156
Kualitas Pelayanan				

Lampiran hasil Uji Normalitas

```
NPAR TESTS  
  /K-S (NORMAL) =RES_1  
  /MISSING ANALYSIS.
```

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.74395402
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.042
	Negative	-.060
Test Statistic		.060
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.

Hasil Uji Multikolinearitas

Your temporary usage period for IBM SPSS Statistics will expire in 5303 days.

```
REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT Y
  /METHOD=ENTER X_1 X_2 X_3 X_4.
```

Regression

[DataSet0]

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Pelayanan, lokasi, Fasilitas, Harga ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.618 ^a	.382	.355	2.803

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, lokasi, Fasilitas, Harga

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	446.735	4	111.684	14.215	.000 ^b
	Residual	722.811	92	7.857		
	Total	1169.546	96			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, lokasi, Fasilitas, Harga

Lampiran Hasil Uji Heteroskedastisitas

Your temporary usage period for IBM SPSS Statistics will expire in 5303 days.

```
REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT Y
  /METHOD=ENTER X_1 X_2 X_3 X_4
  /SAVE RESID.
```

Regression

[DataSet0]

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Pelayanan, Lokasi, Fasilitas, Harga ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.618 ^a	.382	.355	2.803

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi, Fasilitas, Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	446.735	4	111.684	14.215	.000 ^b
	Residual	722.811	92	7.857		
	Total	1169.546	96			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi, Fasilitas, Harga

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.481	5.716		2.534	.013
	Harga	.668	.105	.565	6.366	.000
	Lokasi	-.079	.103	-.064	-.771	.443
	Fasilitas	.237	.112	.183	2.110	.038
	Kualitas Pelayanan	-.090	.096	-.081	-.946	.347

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	33.57	43.25	39.76	2.157	97
Residual	-7.333	7.333	.000	2.744	97
Std. Predicted Value	-2.870	1.616	.000	1.000	97
Std. Residual	-2.616	2.616	.000	.979	97

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

```

COMPUTE Abs_RES=ABS (RES_1) .
EXECUTE .
REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN (.05) POUT (.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT Abs_RES
  /METHOD=ENTER X_1 X_2 X_3 X_4 .

```

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Pelayanan, Lokasi, Fasilitas, Harga ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Abs_RES

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.093 ^a	.009	-.034	1.72760

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi, Fasilitas, Harga

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.412	4	.603	.202	.937 ^b
	Residual	274.584	92	2.985		
	Total	276.996	96			

a. Dependent Variable: Abs_RES

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi, Fasilitas, Harga

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.989	3.523		-.281	.780
	Harga	.011	.065	.020	.177	.860
	Lokasi	.033	.063	.055	.520	.604
	Fasilitas	.018	.069	.028	.259	.796
	Kualitas Pelayanan	.027	.059	.049	.455	.650

a. Dependent Variable: Abs_RES

Lampiran Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Your temporary usage period for IBM SPSS Statistics will expire in 5303 days.

```
REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT Y
  /METHOD=ENTER X_1 X_2 X_3 X_4.
```

Regression

[DataSet0]

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Pelayanan, Lokasi, Fasilitas, Harga ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.618 ^a	.382	.355	2.803

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi, Fasilitas, Harga

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	446.735	4	111.684	14.215	.000 ^b
	Residual	722.811	92	7.857		
	Total	1169.546	96			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi, Fasilitas, Harga

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	14.481	5.716		2.534	.013
	Harga	.668	.105	.565	6.366	.000
	Lokasi	-.079	.103	-.064	-.771	.443
	Fasilitas	.237	.112	.183	2.110	.038
	Kualitas Pelayanan	-.090	.096	-.081	-.946	.347

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Hasil Uji Koefisien Determinasi (*R Square*)

Your temporary usage period for IBM SPSS Statistics will expire in 5303 days.

```
REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT Y
  /METHOD=ENTER X_1 X_2 X_3 X_4.
```

Regression

[DataSet0]

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Pelayanan, Lokasi, Fasilitas, Harga ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.618 ^a	.382	.355	2.803

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi, Fasilitas, Harga

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	446.735	4	111.684	14.215	.000 ^b
	Residual	722.811	92	7.857		
	Total	1169.546	96			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi, Fasilitas, Harga

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	14.481	5.716		2.534	.013
	Harga	.668	.105	.565	6.366	.000
	Lokasi	-.079	.103	-.064	-.771	.443
	Fasilitas	.237	.112	.183	2.110	.038
	Kualitas Pelayanan	-.090	.096	-.081	-.946	.347

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Lampiran Hasil Uji Parsial (Uji t)

```

REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT Y
  /METHOD=ENTER X1 X2 X3 X4.
  
```

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Pelayanan, Lokasi, Fasilitas, Harga ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.618 ^a	.382	.355	2.803

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi, Fasilitas, Harga

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	446.735	4	111.684	14.215	.000 ^b
	Residual	722.811	92	7.857		
	Total	1169.546	96			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi, Fasilitas, Harga

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	14.481	5.716		2.534	.013
	Harga	.668	.105	.565	6.366	.000
	Lokasi	-.079	.103	-.064	-.771	.443
	Fasilitas	.237	.112	.183	2.110	.038
	Kualitas Pelayanan	-.090	.096	-.081	-.946	.347

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Lampiran Hasil Uji simultan (Uji f)

Your temporary usage period for IBM SPSS Statistics will expire in 5303 days.

```
REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT Y
  /METHOD=ENTER X1 X2 X3 X4.
```

Regression

[DataSet0]

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Pelayanan, Lokasi, Fasilitas, Harga ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.618 ^a	.382	.355	2.803

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi, Fasilitas, Harga

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	446.735	4	111.684	14.215	.000 ^b
	Residual	722.811	92	7.857		
	Total	1169.546	96			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi, Fasilitas, Harga

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	14.481	5.716		2.534	.013
	Harga	.668	.105	.565	6.366	.000
	Lokasi	-.079	.103	-.064	-.771	.443
	Fasilitas	.237	.112	.183	2.110	.038
	Kualitas Pelayanan	-.090	.096	-.081	-.946	.347

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

LAMPIRAN DOKUMENTASI

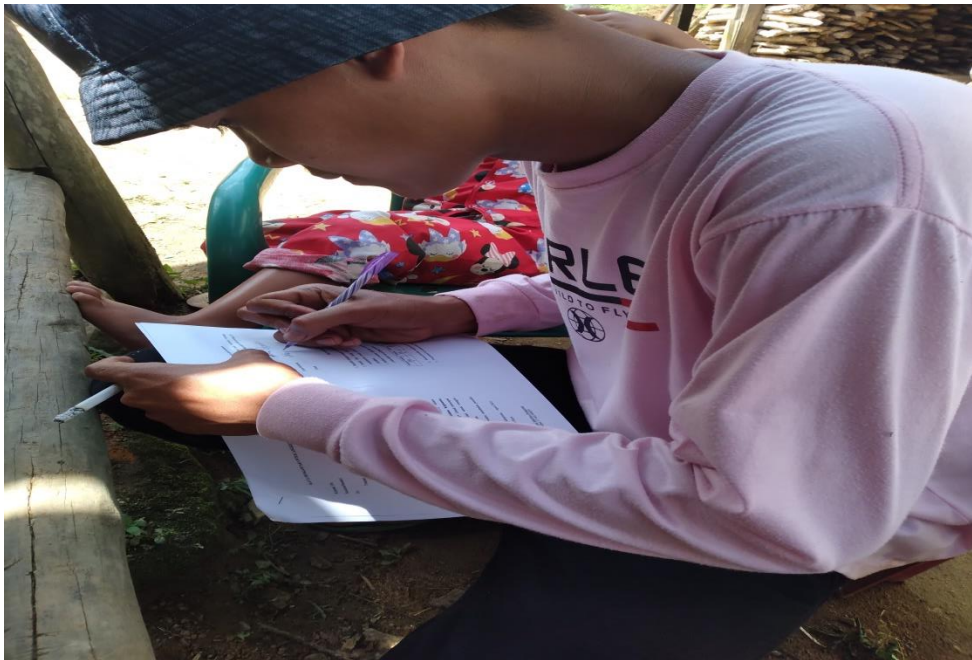
Wawancara dengan Ibu sarita Ritongan



Foto Dokumentasi Dengan Pelanggan Rumah Makan Kantin Ceria



Dokumentasi Pengisian Angket Bersama Gembira HRP



Dokumentasi Pengisian Angket Bersama Azis Siregar



Dokumentasi Pengisian Angket Paruntungan Siregar



Dokumentasi Pengisian angket Bersama Ismail Toyo Dongoran



Dokumentasi Pengisian Angket Dengan Barunggam Harahap



Foto Dokumentasi Dengan Pelanggan Rumah Makan Kantin Ceria Putri Ayu



Titik Persentase Distribusi F

Probabilita = 0.05

Diproduksi oleh: Junaidi
<http://junaidichaniago.wordpress.com>

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

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
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

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
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
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

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
136	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74
137	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
138	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
139	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
140	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
141	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
142	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
143	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
144	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
145	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
146	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.74
147	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
148	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
149	3.90	3.06	2.67	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
150	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
151	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
152	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
153	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
154	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
155	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
156	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
157	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
158	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
159	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
160	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
161	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
162	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
163	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
164	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
165	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
166	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
167	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
168	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
169	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
170	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
171	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
172	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
173	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
174	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
175	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
176	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
177	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
178	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
179	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
180	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72

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
181	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
182	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
183	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
184	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
185	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72
186	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72
187	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
188	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
189	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
190	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
191	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
192	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
193	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
194	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
195	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
196	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
197	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
198	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
199	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
200	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
201	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
202	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
203	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
204	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
205	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
206	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
207	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.71
208	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
209	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
210	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
211	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
212	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
213	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
214	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
215	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
216	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
217	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
218	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
219	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
220	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
221	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
222	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
223	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
224	3.88	3.04	2.64	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
225	3.88	3.04	2.64	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Tabel r untuk df = 101 - 150

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
137	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
138	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
139	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
140	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
141	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723
142	0.1376	0.1637	0.1937	0.2140	0.2714
143	0.1371	0.1631	0.1930	0.2133	0.2705
144	0.1367	0.1625	0.1924	0.2126	0.2696
145	0.1362	0.1620	0.1917	0.2118	0.2687
146	0.1357	0.1614	0.1911	0.2111	0.2678
147	0.1353	0.1609	0.1904	0.2104	0.2669
148	0.1348	0.1603	0.1898	0.2097	0.2660
149	0.1344	0.1598	0.1892	0.2090	0.2652
150	0.1339	0.1593	0.1886	0.2083	0.2643

Tabel r untuk df = 151 - 200

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
151	0.1335	0.1587	0.1879	0.2077	0.2635
152	0.1330	0.1582	0.1873	0.2070	0.2626
153	0.1326	0.1577	0.1867	0.2063	0.2618
154	0.1322	0.1572	0.1861	0.2057	0.2610
155	0.1318	0.1567	0.1855	0.2050	0.2602
156	0.1313	0.1562	0.1849	0.2044	0.2593
157	0.1309	0.1557	0.1844	0.2037	0.2585
158	0.1305	0.1552	0.1838	0.2031	0.2578
159	0.1301	0.1547	0.1832	0.2025	0.2570
160	0.1297	0.1543	0.1826	0.2019	0.2562
161	0.1293	0.1538	0.1821	0.2012	0.2554
162	0.1289	0.1533	0.1815	0.2006	0.2546
163	0.1285	0.1528	0.1810	0.2000	0.2539
164	0.1281	0.1524	0.1804	0.1994	0.2531
165	0.1277	0.1519	0.1799	0.1988	0.2524
166	0.1273	0.1515	0.1794	0.1982	0.2517
167	0.1270	0.1510	0.1788	0.1976	0.2509
168	0.1266	0.1506	0.1783	0.1971	0.2502
169	0.1262	0.1501	0.1778	0.1965	0.2495
170	0.1258	0.1497	0.1773	0.1959	0.2488
171	0.1255	0.1493	0.1768	0.1954	0.2481
172	0.1251	0.1488	0.1762	0.1948	0.2473
173	0.1247	0.1484	0.1757	0.1942	0.2467
174	0.1244	0.1480	0.1752	0.1937	0.2460
175	0.1240	0.1476	0.1747	0.1932	0.2453
176	0.1237	0.1471	0.1743	0.1926	0.2446
177	0.1233	0.1467	0.1738	0.1921	0.2439
178	0.1230	0.1463	0.1733	0.1915	0.2433
179	0.1226	0.1459	0.1728	0.1910	0.2426
180	0.1223	0.1455	0.1723	0.1905	0.2419
181	0.1220	0.1451	0.1719	0.1900	0.2413
182	0.1216	0.1447	0.1714	0.1895	0.2406
183	0.1213	0.1443	0.1709	0.1890	0.2400
184	0.1210	0.1439	0.1705	0.1884	0.2394
185	0.1207	0.1435	0.1700	0.1879	0.2387
186	0.1203	0.1432	0.1696	0.1874	0.2381
187	0.1200	0.1428	0.1691	0.1869	0.2375
188	0.1197	0.1424	0.1687	0.1865	0.2369
189	0.1194	0.1420	0.1682	0.1860	0.2363
190	0.1191	0.1417	0.1678	0.1855	0.2357
191	0.1188	0.1413	0.1674	0.1850	0.2351
192	0.1184	0.1409	0.1669	0.1845	0.2345
193	0.1181	0.1406	0.1665	0.1841	0.2339
194	0.1178	0.1402	0.1661	0.1836	0.2333
195	0.1175	0.1398	0.1657	0.1831	0.2327
196	0.1172	0.1395	0.1652	0.1827	0.2321
197	0.1169	0.1391	0.1648	0.1822	0.2315
198	0.1166	0.1388	0.1644	0.1818	0.2310
199	0.1164	0.1384	0.1640	0.1813	0.2304
200	0.1161	0.1381	0.1636	0.1809	0.2298



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

an : 721 /In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/03/2021
: Penunjukan Pembimbing Skripsi

24 Maret 2021

Bapak/Ibu;
Muhammad Isa : Pembimbing I
Nama Monitorir Napitupulu : Pembimbing II

Yang terhormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi siswa tersebut di bawah ini :

Nama : Leni Marlina Dongoran
NIM : 1740200020
Jurusan Studi : Ekonomi Syariah
Materi : Manajemen Bisnis
Judul Skripsi : Determinan Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Kantin Ceria Pasar Sipiongot.

Oleh karena itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.



Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

an :
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

: 797 /In.14/G.1/G.4c/TL.00/04/2021
: Mohon Izin Riset

05 April 2021

engelola Kantin Ceria Pasar Sipiongot

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN
gsidimpuan menerangkan bahwa:

Nama : Leni Marlina Dongoran
NIM : 1740200020
Semester : VIII (Delapan)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

h benar Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan
Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan
: "Determinan Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Kantin Ceria Pasar
ngot".

Sehubungan dengan itu, kami mohon bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan
set dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan
a kasih.

a.n Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

usan:
n Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

SURAT BALASAN

Hal : Balasan

Kepada yth:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN

Dengan Hormat,

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sarita Ritonga

Jabatan : Pemilik Rumah Makan Kantin Ceria

Menerangkan bahwa:

Nama : Leni Marlina Dongoran

NIM : 17 402 00020

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah kami setuju untuk melakukan penelitian di Rumah Makan KANTIN CERIA Pasar Sipiongot sebagai syarat menyusun skripsi dengan judul **“Determinan Kepuasan pelanggan Rumah Makan Kantin Ceria Pasar Sipiongot”**.

Demikian surat ini saya sampaikan, atas kerja samanya saya ucapkan terimakasih.

Sipiongot, 26 April 2021

Pemilik Rumah Makan Kantin Ceria


Sarita Ritonga