



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DI PABRIK TAHU TEMPE
PADANGGARUGUR KECAMATAN
PADANG BOLAK KABUPATEN
PADANG LAWAS UTARA**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Manajemen Bisnis*

Oleh:

**ISMA HIDAYAH SIREGAR
NIM. 17 402 00191**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH
ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DI PABRIK TAHU TEMPE
PADANGGARUGUR KECAMATAN
PADANG BOLAK KABUPATEN
PADANG LAWAS UTARA**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Manajemen Bisnis*

Oleh:

**ISMA HIDAYAH SIREGAR
NIM. 17 402 00191**

PEMBIMBING I

**Dr. Budi Gautama Siregar, S. Pd., M.M
NIP. 197907202011011005**

PEMBIMBING II

**Sarmiana Batubara, M.A
NIP. 198603272019032012**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

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

2023

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Isma Hidayah Siregar**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidempuan, 13 Januari 2023
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

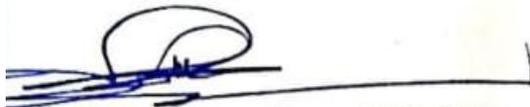
Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Isma Hidayah Siregar** yang berjudul "**Pengaruh Kualitas Poduk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pabrik Tahu Tempe Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara**". Maka kami 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 Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

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 terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I



Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M
NIP. 19790720 201101 1 005

PEMBIMBING II



Sarmiana Batubara, M.A
NIP. 198603272019032012

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Isma Hidayah Siregar
NIM : 17 402 00191
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Poduk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pabrik Tahu Tempe Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara**

Dengan ini menyatakan bahwa saya 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 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, yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 12 Januari 2023
Pembuat Pernyataan,



Isma Hidayah Siregar
NIM. 17 402 00191

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

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

Nama : Isma Hidayah Siregar
Nim : 17 402 00191
Jurusan : 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 Non eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya Ilmiah saya yang berjudul: **Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Pabrik Tahu Tempe Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara.** Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal : 13 Januari 2023
Yang menyatakan,



Isma Hidayah Siregar
NIM. 17 402 00191



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

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile (0634) 24022
Website.unsyahada.ac.id

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

NAMA : ISMA HIDAYAH SIREGAR
NIM : 17 402 00191
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap
Kepuasan Pelanggan Pabrik Tahu Tempe
Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupataen
Padang Lawas Utara

Ketua

Dr. Rukiah, S.E., M.Si
NIP. 19760324 200604 2 002

Sekretaris

Muhammad Wandisyah R Hutagalung, M.E
NIP. 19930227 201903 1 008

Anggota

Dr. Rukiah, S.E., M.Si
NIP. 19760324 200604 2 002

Muhammad Wandisyah R Hutagalung, M.E
NIP. 19930227 201903 1 008

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

Idris Saleh, M.E
NIP. 19931009 202012 1 007

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Selasa/ 14 Maret 2023
Pukul : 14.00 WIB – 16.00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus / 66,5 (C)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PABRIK TAHU TEMPE PADANGGARUGUR KECAMATAN PADANG BOLAK KABUPATEN PADANG LAWAS UTARA

NAMA : ISMA HIDAYAH SIREGAR
NIM : 17 402 00191

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Manajemen Bisnis

Padangsidimpuan, 20 Juni 2023

Dekan,



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

ABSTRAK

Nama : Isma Hidayah Siregar
NIM : 17 402 00191
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pabrik Tahu Tempe Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara**

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tanggapan dari seorang konsumen atas kinerja yang telah diberikan yang harus sesuai dengan harapan konsumen. Kualitas produk yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan dan juga pelayanan yang di berikan sangat minim dirasakan pelanggan sehingga banyak pelanggan pabrik tahu tempe Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara yang tidak melakukan pembelian ulang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk dan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di pabrik tahu tempe Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori-teori yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan, kualitas produk, dan pelayanan. Serta membahas hubungan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan, dan hubungan pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang dilakukan dengan cara langsung mendatangi responden ke tempat penelitian. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 20 pelanggan. Sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu sampling jenuh dimana semua anggota populasi dijadikan sampel. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket/kuesioner, wawancara dan observasi. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis statistik deskriptif, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi (R^2), uji parsial (uji t), uji simultan (uji F).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan didapatkan hasil bahwa secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di pabrik tahu tempe Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara. Dan variabel pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di pabrik tahu tempe Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara. Sedangkan secara simultan variabel kualitas produk dan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di pabrik tahu tempe Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara.

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

KATA PENGANTAR



Assalāmu 'alaikum Warahmatullāhi Wabarakātuh

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

Skripsi ini berjudul: **“Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pabrik Tahu Tempe Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara”**, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang terbatas dan 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 terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, serta Bapak Dr. Erawadi, 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. Ikhwanuddin, 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 Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Rukiah, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangandan, Ibu Dra. Replita, M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah. Serta seluruh civitas Akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
4. Bapak Dr. Budi Gautama Siregar, Spd, M.M, selaku Pembimbing I dan Ibu Sarmiana Batubara, M.A. selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, S.S., S.Ag., M.Hum, selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad

Addary Padangsidimpuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak serta Ibu dosen Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
7. Teristimewa saya ucapkan terima kasih kepada keluarga tercinta Ayahanda Ahmad Muda Siregar dan Ibunda tercinta Mas Dewi Hasibuan yang telah mendidik dan selalu berdoa tiada hentinya, yang paling berjasa dalam hidup peneliti yang telah banyak berkorban serta memberi dukungan moral dan material, serta berjuang tanpa mengenal lelah dan putus asa demi kesuksesan dan masa depan cerah putra-putrinya, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayangNya kepada kedua orang tua tercinta dan diberi balasan atas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya, serta kepada Kakak tercinta Netty Chintya Siregar, serta adik saya tercinta Erik Sualoon Siregar dan Nur Hasanah Siregar, serta uwak saya Mara Kali Siregar dan Salma Harahap, serta Uda saya Birong Galo Siregar dan nanguda saya Patimah Hasibuan dan Nur Hayati Simbolon, serta Abang Sepupu saya Pahu Martua Siregar dan Saur Matua Siregar S.Pd, Serta Kakak Sepupu Saya Irmayani Siregar dan Nur Khairani Siregar, serta adik sepupu saya Fahmi Huwaidi Siregar, Apib Martua Siregar dan Khoirunnisa Siregar dan tidak lupa Kakak Ipar saya Fitri Hidayani Hasibuan dan Abang Ipar saya Humala Tua

Harahap, serta keponakan saya tercinta Fata Rifqi Hamidan Harahap, Ariffin Malikul Ikhsan Harahap, Kaisya Ufaira Harahap dan Sheila Farhana Siregar yang tak bosan memberikan motivasi dan dukungan kepada peneliti semoga semuanya sukses dan selalu diridhoi Allah SWT.

8. Terimakasih kepada sahabat-sahabat tercinta Irma Febriyanti Hasibuan, S.E, Hafso Lestari Tanjung, S.E, Mahyar Diana Nasution, S.E, Ade Sartika Batubara, S.E, Ade Gustia Ningsih Harahap, S.E, Tri Wahyu Ningsih, S.E, Febri Indri Syahrani, S.Sos, Irma Yanti Lahagu, S.E, Nita Nuriani Putri, S.Sos, Desi Ayu Puspita, S.E, Hartati Siregar, S.Sos, Nur Khofipah Tarihoran, Elisa Rani Hondro, S.E, Liliyani Harahap, S.H, Aisyah Siregar, Ratih, S.Sos, Nadia Harahap, S.Sos, Emi, Dina Lina Warni siregar dan Jubaidah Siregar, yang selalu memberikan motivasi dan semangat serta dukungan dalam penyelesaian peneliti.
9. Serta sahabat-sahabat seperjuangan di Ekonomi Syariah Manajemen Bisnis-3 Mahasiswa Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah memberikan dukungan, semangat, dan bantuan doa kepada peneliti agar tidak putus asa dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Dan terima kasih juga untuk persahabatan dan diskusinya selama ini serta pihak-pihak yang tidak dapat saya tulis satu persatu yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi inidan semangat serta dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan kepada semua pihak yang memberikan bantuan selama perkuliahan. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa

syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya 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.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Wassalāmu 'alaikum Warahmatullāhi Wabarakātuh

Padangsidempuan, Januari 2023
Peneliti,

ISMA HIDAYAH SIREGAR
NIM. 17 402 00191

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. 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 transliterasinya 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	ṣa	ṣ	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	ḏal	ḏ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	ṣad	ṣ	Es(dengan titik di bawah)
ض	ḏad	ḏ	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

B. Vokal

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

1. 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
	ḍommah	U	U

2. 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

3. Maddah adalah vokal 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 dibawah
	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. Ta Mar butah

Transliterasi untuk tamar butah ada dua.

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *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).

D. 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.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ل . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah 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.

2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

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

G. 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 dirangkai 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 dirangkai.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital 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 kapital tidak dipergunakan.

I. 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*, Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama, 2003.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah	7
D. Definisi Operasional Variabel.....	8
E. Rumusan Masalah.....	9
F. Tujuan Penelitian.....	10
G. Kegunaan Penelitian	10
H. Sistematika Pembahasan	11
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori	13
1. Kepuasan Pelanggan	13
a. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	13
b. Faktor Utama Dalam Menentukan tingkat Kepuasan Pelanggan ..	15
c. Elemen Kepuasan Pelanggan.....	16
d. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	17
e. Kepuasan Pelanggan Dalam Perspektif Islam	18
2. Kualitas Produk	20
a. Pengertian Kualitas Produk	20
b. Strategi Kualitas Produk	21
c. Indikator-indikator Kualitas Produk	22
d. Kualitas Produk Dalam Perspektif Islam.....	23
3. Kualitas Pelayanan	24
a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	24
b. Pengertian Pelayanan	26
c. Dasar-Dasar Pelayanan Pelanggan	27
4. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	30
5. Hubungan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	32
B. Penelitian Terdahulu.....	38
C. Kerangka Pikir	45

D. Hipotesis	45
---------------------------	-----------

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	47
B. Jenis Penelitian	47
C. Populasi dan Sampel	48
1. Populasi	48
2. Sampel.....	49
D. Instrumen Pengumpulan Data.....	50
1. Angket.....	50
2. Dokumentasi	50
3. Wawancara.....	50
E. Uji Validitas dan Reliabilitas	51
1. Uji Validitas	51
2. Uji Reabilitas.....	51
F. Analisis data.....	52
1. Analisis Deskriptif Statistik	52
2. Uji Normalitas	52
G. Uji Asumsi Klasik.....	54
1. Uji Multikolinearitas	54
2. Uji Heteroskedastisitas.....	54
H. Uji Regresi Linear Berganda	55
I. Uji Hipotesis.....	55
1. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	55
2. Uji Parsial (Uji t).....	55
3. Uji Simultan (Uji F)	55

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	56
1. Sejarah Singkat Pabrik Tahu Tempe.....	57
2. Visi dan Misi	58
3. Gambaran Umum Responden	58
B. Hasil Uji Instrumen Penelitian	58
1. Uji Validitas	58
2. Uji Reliabilitas	59
C. Hasil Analisis Data	
1. Analisis Deskriptif.....	59
2. Uji Normalitas	60
3. Uji Asumsi Klasik	61
a. Uji Multikolenearitas.....	61
b. Uji Heteroskedastisitas	62
4. Analisis Regresi Linier Berganda	63
5. Uji Hipotesis.....	64
a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	66
b. Uji Parsial (t)	64

c. Uji Simultan (f).....	65
D. Pembahasan Hasil Penelitian	67
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	
2. Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	
E. Keterbatasan Penelitian.....	
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	72
B. Saran.....	72
 DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel I.1	Definisi Operasional Variabel	8
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel III.1	Skala Likert	47
Tabel III.2	Kisi-kisi Angket	47
Tabel IV.1	Hasil Uji Kualitas Produk	57
Tabel IV.2	Hasil Uji Pelayanan	58
Tabel IV.3	Hasil Uji Kepuasan pelanggan.....	58
Tabel IV.4	Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel IV.5	Hasil Uji Deskriptif Statistik.....	59
Tabel IV.6	Hasil Uji Normalitas	60
Tabel IV.7	Hasil Uji Multikolinearitas	61
Tabel IV.8	Hasil Uji Heteroskedastisitas	62
Tabel IV.9	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	63
Tabel IV.10	Hasil Uji t.....	64
Tabel IV.11	Hasil Uji F.....	65
Tabel IV.12	Hasil Uji Koefisien Determinasi	66

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar I.1 Kerangka Pikir	44

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 2 : Pengesahan Pembimbing Skripsi
- Lampiran 3 : Surat Permohonan Izin Riset
- Lampiran 4 : Surat Balasan Izin Riset
- Lampiran 5 : Validasi Angket Penelitian
- Lampiran 6 : Dokumentasi Penyebaran Angket Penelitian
- Lampiran 7 : Tabulasi Hasil Angket Penelitian
- Lampiran 8 : Hasil Uji Instrumen Penelitian
- Lampiran 9 : Surat Keterangan Selesai Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tanggapan dari seorang konsumen atas kinerja yang telah diberikan yang harus sesuai dengan harapan konsumen. Kepuasan pelanggan juga merupakan hal yang paling penting dalam suatu perusahaan baik itu perusahaan dagang maupun jasa. Kepuasan pelanggan sangat mempengaruhi suatu perusahaan karena maju dan mundurnya atau meningkat dan menurunnya suatu perusahaan itu dipengaruhi oleh pelanggan atau konsumen itu sendiri jadi perusahaan akan semaksimal mungkin membuat para konsumen atau pelanggan itu merasa puas sehingga perusahaan tersebut akan terus maju seiring dengan kepuasan yang dirasakan oleh para konsumen tersebut.¹

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

Kepuasan konsumen adalah pendapat konsumen yaitu apakah keinginannya bisa terpenuhi. Karna setiap pelanggan mempunyai harapan tinggi terhadap produk yang di beli tersebut. Dan begitu juga sebaliknya jika

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

² Fuadi DKK, *Ekonomi Syariah*, (Yayasan Kita Menulis 2021), hlm. 68.

seorang konsumen tidak mendapatkan kepuasan terhadap produk maka konsumen tidak akan melakukan pembelian produk untuk selanjutnya.³

Pabrik tahu tempe adalah salah satu pabrik yang menyediakan tahu dan tempe yang berada di sekitar Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara. peneliti melakukan penelitian pada pabrik tahu tempe yang berada di desa Padanggarugur. Pabrik ini dapat menyediakan 2 jenis produk dari satu bahan yaitu dari kacang kedelai yang di olah menjadi tahu dan tempe. Survei awal yang dilakukan pada tanggal 28-29 Juni 2021 sebanyak 3 orang yang telah peneliti wawancarai tentang kepuasan pelanggan tersebut, ternyata masih banyak pelanggan yang merasa kurang puas dengan hasil yang di produksi maupun dari segi pelayanannya.

Berdasarkan wawancara peneliti dengan pelanggan yaitu Ibu Diani yang berusia 34 tahun dengan pekerjaan penjual berbagai macam gorengan mengungkapkan bahwa :

Merasa kurang puas dengan produk yang di berikan oleh pabrik tersebut sehingga ibu Diani kadang merasa rugi karena kadang potongan tahu dan tempunya kecil-kecil sehingga sulit untuk menentukan harga gorengan tersebut.⁴

Pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan. Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus meningkatkan kualitas

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

⁴ Hasil wawancara ibu Diani pelanggan pabrik tahu tempe desa padanggarugur kecamatan padang bolak kabupaten padang lawas utara, 28 Juni 2021, pukul 16:45 Wib.

pelayanannya agar pelanggan tetap percaya dan nyaman dengan pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu tidak mengherankan jika pada kenyataannya persaingan perusahaan tidak lagi ditentukan oleh harga jual produk yang ditawarkan kepada pelanggan, tetapi lebih kepada kinerja pelayanan. Penilaian atau pengukuran pada kinerja pelayanan ini dapat dilakukan dengan menggunakan dimensi kualitas pelayanan yang terdiri atas *tangible* (bukti fisik), *reability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap) dan sebagainya.⁵

Kualitas pelayanan juga merupakan aspek penting yang perlu diperhatikan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan dan mempertahankan pelanggan. Keterkaitan antara pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat memberikan ide-ide kreatif untuk meningkatkan pelayanan dalam rangka mendapatkan keuntungan.⁶

Berdasarkan wawancara peneliti dengan pelanggan Ibu Zahara yang berusia 45 tahun dengan pekerjaan penjual eceran mengungkapkan bahwa :

Merasa tidak nyaman dengan pelayanan yang diberikan karyawan pabrik tersebut karena kadang karyawannya suka ngomong kasar dan jorok sehingga ibu Zahara merasa risih mendengarnya. Dan untuk produk yang di sediakan kadang masih kurang masak seperti tempe yang belum menyatu dan masih berserakan di dalam plastik tempe tersebut.⁷

Kualitas produk adalah memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok, karena itu

⁵Taufik Irfadat, *Kualitas Pelayanan Publik Pada Knator Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil*, (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2019). hlm. 25.

⁶Hayat, *Manajemen Pelayanan Publik*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017). hlm.1-2.

⁷Hasil wawancara ibu Zahara pelanggan pabrik tahu tempe desa Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara, 28 Juni 2021, pukul 14:15 Wib.

produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil.⁸

Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/tersirat. Konsumen (pelanggan) akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.⁹

Berdasarkan wawancara Ibu Elvi yang berusia 40 tahun dengan pekerjaan penjual makanan di kantin sekolah mengungkapkan bahwa :

Merasa puas dengan hasil produk yang disediakan baik dari tempe maupun tahunya, namun merasa tidak puas dalam pelayanan yang berikan karna pesanan yang lama datang misalnya kita pesan sore dan baru paginya di antar.¹⁰

Adapun penelitian terdahulu mengenai kualitas produk dan layanan yang pernah dilakukan oleh seorang peneliti yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam” dalam penelitian Indra Firdiyansyah menyimpulkan Secara simultan variabel Kualitas pelayanan, harga dan juga lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.¹¹

⁸ Slamet Riyadi, *Akuntansi Manajemen*, (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2017). hlm. 99.

⁹ Slamet Riayadi, *Akuntansi Manajemen*, hlm. 100.

¹⁰ Hasil wawancara ibu Elvi pelanggan pabrik tahu tempe desa Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara, 29 Juni 2021, pukul 10:15 Wib.

¹¹ Indra Firdiyansyah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam,” dalam *Jurnal Elektronik Rekaman*, Vol. 1 No. 1 (2017), hlm. 8.

Vivian Avianty Dan Handoyo Djoko Waloejo dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan cafe stove syndicate semarang” menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan, harga dan keragaman produk memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan.¹²

Ali Mubarak dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh kualitas pelayanan, Brand Equity dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada PT.Immortal Cosmedika Indonesia Wilayah Tangerang Selatan)” menyimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT.Immoetall Cosmedika Indonesia Wilayah Tangerang Selatan dan terdapat pengaruh antara Brand Equity dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT.Immortal Cosmedika Indonesia Wilayah Tangerang Selatan.¹³

Pada penelitian Lina Sari Situmeang pada penelitian yang berjudul “pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan istana Hot Plate Medan” menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen sedangkan lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Hot Plate Medan.¹⁴

¹²Vivian Avianty dan Handoyo Djoko Waloejo,”Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Stove Syndicate Semarang,” dalam *jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol. 1 No.3 (2018), hlm.12.

¹³Ali Mubarak, “ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Equity dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada PT. Immortal Cosmedika Indonesia Wilayah Tangerang Selatan),” dalam *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol. 1 No. 3 (2018), hlm.32.

¹⁴ Lina Saris Situmeang,” Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan,” *Skripsi Program Studi*

Pada penelitian Joko Bagio Santoso yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun)” menunjukkan bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat di artikan bahwa kualitas produk geprek benu Rawamangun belum memberikan kepuasan kepada konsumen.¹⁵

Dalam penelitian Andriansyah yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. POS INDONESIA Panyabungan” menunjukkan bahwa Pelayanan dan harga berpengaruh negatif secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.¹⁶

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti melihat masih banyak pelanggan tahu tempe Desa Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara yang merasa kurang puas dengan hasil produksi maupun pelayanan yang diberikan oleh pabrik tahu tempe Desa Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara dan ada juga yang merasa puas dengan hasil produksi serta pelayanan yang di berikan pabrik tahu tempe Desa Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara, dengan adanya masalah terkait ketidak konsistenan beberapa hasil penelitian tersebut mendorong peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan**

Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2017, hlm. 81.

¹⁵ Joko Baigo Santoso, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen.” dalam *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, Vol. 16 No. 01 (2019). hlm. 127.

¹⁶ Andriansyah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. POS INDONESIA Panyabungan” Skripsi IAIN PADANGSIDIMPUAN, hlm. 56.

Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pabrik Tahu Tempe Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan-permasalahan yang dapat diidentifikasi di pabrik tahu tempe Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara adalah :

1. Banyaknya pelanggan yang tidak melakukan pembelian ulang.
2. Ketidak sesuaian teori dengan kenyataan.
3. Banyaknya produk yang tidak sesuai dengan keinginan pelanggan.
4. Ketidak sopanan pegawai pabrik terhadap pelanggan.
5. Ketidak nyamanan pelanggan terhadap pelayanan yang ada.
6. Masih terdapat penelitian yang hasilnya tidak konsisten.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut maka penelitian saya ini di batasi pada:

1. Kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Penelitian ini dilakukan di pabrik tahu tempe yang ada di Desa Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara.
3. Pelanggan yang ada di Desa Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara yang berprofesi sebagai penjual.

4. Tiga variabel yaitu : kualitas produk dan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas (X), dan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat (Y).

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel adalah objek penelitian atau objek yang menjadi titik perhatian suatu penelitian yang dapat membedakan dan mengubah nilai sesuai dengan judul. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang terdiri dari dua variabel independen (variabel bebas) dan satu variabel dependen (variabel terikat). Definisi operasional variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel I.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi operasional	Indikator	Skala
Kepuasan pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya. ¹⁷ Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini adalah terpenuhinya harapan pelanggan yang ada di pabrik tahu tempe desa Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara.	1.Kualitas Produk 2.Kualitas Layanan 3.Faktor Emosional ¹⁸	Interval
Kualitas produk (X ₁)	Kualitas produk adalah bagaimana produk yang dihasilkan tersebut. kualitas merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing. ¹⁹ Kualitas produk	1.Kesesuaian dengan spesifikasi 2.Jenis barang 3.Bentuk barang 4.Daya tahan ²⁰	Interval

¹⁷ Agus Surya Bharmawan dan Naufal Hanif, *Manajemen Pemasaran Jasa Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*, hlm. 64.

¹⁸ Edi Kurniawan dan Rustiana, " Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Martabak Alim," *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, Vol 5, No 3. (2020). hlm.29.

¹⁹ Slamet Riyadi, *Akuntansi Manajemen*, hlm. 100.

	dalam penelitian ini adalah kesesuaian hasil produk dengan harapan pelanggan yang ada di pabrik tahu tempe desa Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara.		
Kualitas pelayanan (X ₂)	Kualitas pelayanan adalah aspek yang paling penting dalam sebuah perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan dan dengan pelayanan yang bagus akan dapat mempertahankan pelanggan. ²¹ Kualitas pelayanan dalam penelitian ini adalah ketanggapan dan kesopanan pelayanan yang ada di pabrik tahu tempe desa Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara.	1. Kesopanan 2. Jaminan 3. Daya tanggap 4. Empati ²²	Interval

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah diuraikan diatas, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di pabrik tahu tempe yang ada di Desa Padanggarugur ?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di pabrik tahu tempe yang ada di Desa Padanggarugur ?

²⁰ Purnomo Edwin Setyo, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Best Autoworks" *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, Vol 1, No 6. (Februari 2017). hlm.758.

²¹ Hayat, *Manajemen Pelayanan Publik*, hlm. 1-2.

²² Ahmad Izzuddin dan Muhammad Muhsin, "Pengaruh Kualitas, Layana dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Sate Kelinci Mas Asep Di Jember," *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, Vol 6 No. 1 (Juni 2020). hlm.75.

3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di pabrik tahu tempe yang ada di Desa Padanggarugur?

F. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di pabrik tahu tempe yang ada di Desa Padanggarugur.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di pabrik tahu tempe yang ada di Desa Padanggarugur.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di pabrik tahu tempe yang ada di Desa Padanggarugur.

G. Kegunaan Penelitian

Penelitian digunakan untuk memperoleh manfaat khususnya bagi peneliti. Adapun kegunaan penelitian dilakukan yaitu :

1. Bagi peneliti

Untuk meningkatkan ilmu pengetahuan tentang kualitas produk, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan yang berguna untuk kehidupan yang akan mendatang.

2. Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi tambahan kepada masyarakat atau teman-teman yang ingin menganalisa sebuah fenomena dan makna yang memiliki kemiripan dengan kasus yang diangkat oleh peneliti terdahulu.

3. Bagi dunia akademik

Sebagai upaya untuk mengembangkan pengetahuan dibidang manajemen bisnis terkait dengan kualitas produk, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan di pabrik tahu tempe di Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara dan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

4. Bagi pemerintah

Diharapkan dapat digunakan menjadi salah satu bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan pengambilan keputusan dalam mengatasi permasalahan kepuasan pelanggan khususnya di pabrik tahu tempe di Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara.

H. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini dijabarkan sistematika pembahasan penelitian yang terdiri dari V (lima) bab. Hal ini dimasukkan untuk penulisan laporan yang sistematis, jelas dan mudah dipahami. Masing-masing bab terdiri sub dengan rincian sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan yang berisikan uraian tentang latar belakang masalah yang menceritakan fenomena yang mempengaruhi variabel X terhadap variabel Y, identifikasi masalah yang difokuskan pada penelitian yang seharusnya, rumusan masalah apa sebenarnya masalah yang dipecahkan, tujuan penelitian, dan kegunaan penelitian.

Bab II : Landasan Teori yang berisikan kerangka teori, penelitian terdahulu yang sudah lebih dulu melakukan penelitian, kerangka pikir, dan hipotesis atau dugaan sementara terhadap penelitian.

Bab III : Metodologi Penelitian yang terdiri dari lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian yang digunakan, jumlah populasi atau sampel yang digunakan, instrument pengumpulan, uji validitas dan reabilitas instrument, analisis data, sistematika pembahasan.

Bab IV : Hasil Penelitian Dan Pembahasan uraian hasil yang di dapat dari pengolahan data-data yang ditemukan, ini berkaitan dengan hasil yang diperkirakan.

Bab V : Penutup terdiri dari kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka teori

1. Kepuasan pelanggan

a. Pengertian kepuasan Pelanggan

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Pelanggan merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa. Oleh karena itu, pelanggan memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan.²³

Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.²⁴

Saat ini kepuasan pelanggan menjadi fokus perhatian oleh hampir semua pihak baik pemerintah, pelaku bisnis, dan konsumen.

Hal ini disebabkan semakin baiknya pemahaman atas konsep

83. ²³ Fitria Halim DKK, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Yayasan Kita Menulis, 2021). hlm.

²⁴ Fitria Halim DKK, *Manajemen Pemasaran Jasa*, hlm. 84.

kepuasan pelanggan sebagai strategi untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara yang dia terima dan yang diharapkannya. Seorang pelanggan jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.²⁵

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.²⁶

Kepuasan pelanggan terbagi menjadi dua yaitu: Satu Kepuasan Fungsional, merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi atau pemakaian suatu produk. Misal : Karena makan membuat perut kita menjadi kenyang. Kedua Kepuasan Psikologikal, merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud. Misal : Perasaan bangga karena mendapat pelayanan yang sangat istimewa dari sebuah rumah makan yang mewah.²⁷

b. Faktor Utama Dalam Menentukan Tingkat Kepuasan Pelanggan

Dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, ada lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

²⁵ Astrid Puspaningrum, *Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan*, (Malang: Media Nusa Creative, 2017). hlm. 41.

²⁶ Astrid Puspaningrum, *Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan*, hlm. 42.

²⁷ Iendy Zelvian Adhari, *Kepuasan Pelanggan Dan Pencapaian Brand Trust*, (Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media, 2019). hlm. 45-46.

a) Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas jika hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

b) Kualitas pelayanan

Terutama dibidang industri jasa. Konsumen akan merasa puas jika pembeli mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan keinginannya.

c) Emosional

Konsumen akan merasa senang dan mendapatkan kepercayaan sehingga orang lain akan kagum terhadap perusahaan bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

d) Harga

Produk yang memiliki kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

e) Biaya

Konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.²⁸

²⁸ Meithiana Indrasari, Pemasaran & Kepuasan Pelanggan (Surabaya: Unitomo Press, 2019), hlm. 87-88

c. Elemen Kepuasan Pelanggan

Elemen kepuasan konsumen ada 4 yaitu terdiri dari:

- a) Expectation (harapan) yaitu harapan konsumen terhadap produk atau jasa telah tersediakan sebelum membeli barang atau jasa tersebut.
- b) Performance (kinerja) yaitu pengetahuan konsumen terhadap kinerja aktual produk atau jasa pada saat digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka.
- c) Confirmation/disconfirmation yaitu pengetahuan mereka tentang penggunaan merek pada produk atau jasa yang berbeda. Confirmation terjadi apabila keinginan sesuai dengan kinerja aktualnya. Sedangkan disconfirmation terjadi pada saat keinginan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktualnya.
- d) Ketidak puasan (*Discrepancy*) adalah level yang tidak sama yaitu bagaimana perbedaan antara tingkat kinerja dengan harapan. Sehingga hubungan kepedulian dengan kepuasan pelanggan adalah kepedulian memiliki sikap positif terhadap kepuasan konsumen. Karena semakin baik persepsi konsumen terhadap kepedulian yang diberikan oleh seorang pedagang atau penjual maka semakin tinggi pula kepuasan konsumennya dan juga sebaliknya.²⁹

²⁹ Candrianto, *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar* (Malang: Literasi Nusantara, 2021), hlm. 47-48

d. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran kepuasan konsumen, diantaranya:

- a) Sistem keluhan dan saran merupakan organisasi yang berpusat pada pelanggan (*customer centered*) memberikan kesempatan yang luas bagi para konsumen untuk menyampaikan saran keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, menyediakan kartu komentar dan sebagainya.
- b) *Gosht shopping* (belanja siluman) merupakan Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, sehingga akan melaporkan hasil penelitian-penelitian mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk dan jasa.
- c) survei kepuasan konsumen merupakan metode ini dapat dilakukan melalui pos, telepon atau wawancara pribadi. Dengan survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari konsumen, sekaligus memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan memberikan perhatian terhadap para konsumennya.³⁰

³⁰ Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, (Depok: Prenadamedia Group, 2018). hlm. 2.

e. Kepuasan Pelanggan Dalam Perspektif Islam

Dalam ilmu ekonomi islam (*qana'ah*) merupakan cerminan kepuasan dalam islam yang mendorong seseorang baik secara lahiriyah maupun batiniah yang bersikap adil. Dalam konsep islam kepuasan konsumen berkaitan dengan keimanan yang menciptakan rasa syukur.

Islam juga mengajarkan dalam ssebuah industri baik itu yang bergerak pada bidang produk atau jasa, seorang pelayan toko hendaklah memberikan pelayanan yang baik kepada para konsumennya, dengan bersikap ramah, berperilaku baik, sopan, dan rendah hati, dan juga memperhatikan dengan baik apa yang diinginkan oleh konsumen.

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam berjual beli itu harus saling menguntungkan dan tidak ada salah satunya yang merugi, begitu juga dengan konsumen itu harus merasa diuntungkan bukan di rugikan, seperti yang di jelaskan dalam Al-Qur'an Surah *An-Nisa* ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

٢٩

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh

dirimu; Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu. (QS. *An-Nisa'* ayat 29).³¹

Adapun tafsiran dari ayat tersebut adalah bahwasanya Allah melarang keras orang yang memakan harta sesamanya dengan cara yang batil. Larangan ini berfungsi sebagai penyelamat bagi diri sendiri dan orang lain. Karna Allah telah menawarkan salah satu cara untuk mendapatkan harta dengan cara yang halal yaitu melalui perdagangan. Setiap perdagangan diperbolehkan dengan prinsip suka sama suka namun harus tetap sesuai dengan ketentuan Al-Qur'an dan Hadits.³²

Adapun hubungan ayat diatas dengan konsumen adalah Sebagai umat Muslim, kita diwajibkan untuk menghindari perbuatan batil. Kata batil sendiri berlawanan dengan kebenaran, karena ia bermakna perbuatan sia-sia dan merusak. Terkait dengan jual beli dalam Islam, Allah SWT. melarang seseorang mencari harta dengan cara yang batil.

Adapun hadits Rosulullah saw. Bersabda:

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ

Artinya: Pedagang yang jujur dan terpercaya
Bersama para Nabi, orang-orang yang jujur dan syuhada.

Hubungan hadits tersebut dengan penelitian ini adalah jual beli yang mabrur itu adalah jual beli yang sesuai dengan syariat islam. Maka dalam hadits ini di jelaskan haruslah selalu jujur denga napa yang kita

³¹ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Hafalan Mudah* (Jakarta : Quran Cordoba 2018). hlm. 84.

³² Azhari Akmal Tarigan, *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Al-Qur'an* (Bandung: Cipta Pustaka Media Perintis,2012),hlm.252.

jual sehingga pelanggan merasa senang dan puas dengan apa yang di berikan serta tidak membuat pelanggan merasa dirugikan.

2. Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Definisi produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli untuk dipergunakan, atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka. Dan juga produk adalah Sifat yang kompleks baik yang dapat diraba maupun yang tidak dapat diraba. Termasuk pembungkus, warna, *prestise* perusahaan dan pengecer, pelayanan perusahaan dan pengecer yang dapat diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan atau kebutuhannya tidak seperti kualitas barang-barang (*goods*), yang dapat diukur dengan objektif melalui sejumlah indikator seperti keawetan (*durability*) dan banyaknya kerusakan (*defects*).³³

Kualitas produk jasa adalah abstrak dan sukar ditangkap bentuknya. Pada saat ketiadaan pengukuran yang objektif, sebuah pendekatan yang memungkinkan untuk menilai kualitas dari sebuah perusahaan jasa adalah dengan mengukur persepsi konsumen tentang kualitas.³⁴

Kualitas produk merupakan fokus utama dalam perusahaan, kualitas merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan

³³ Tengku Firli Musfar, *Manajemen Produk Dan Merek*, (Bandung : CV. Media Sains Indonesia, 2021), hlm. 9.

³⁴ Nina Mistriani DKK, *Pengantar Pariwisata dan Perhotelan*, (Yayasan Kita Menulis, 2021), hlm. 50.

daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada konsumen yang melebihi paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing.

Kualitas produk adalah produk yang sesuai dengan produk yang di syaratkan atau distandarkan. Suatu produk memiliki kualitas apabila sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan. Menurut juran kualitas produk adalah kecocokan penggunaan produk untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Menurut Felgenbaum, kualitas produk adalah suatu produk yang sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen.³⁵

b. Strategi Kualitas Produk

Setiap produk yang dipasarkan kepasar tidak selalu mendapatkan respon positif. Bahkan akan mengalami resiko kegagalan jauh lebih besar dari keberhasilan. Dikarenakan tidak sesuainya barang yang dipasarkan dengan tujuan yang diharapkan, maka dari itu dalam memasarkan suatu produk perlu memiliki strategi-strategi dalam mengembangkan produk yaitu:

- a) Penentuan logo dan moto Logo merupakan merek dari suatu perusahaan. Sedangkan moto adalah keteguhan dalam menentukan visi dan misi perusahaan sehingga dengan menentukan logo dan moto kita sudah bisa mengenal perusahaan tersebut.

³⁵Nina Mistriani, *Pengantar Pariwisata dan Perhotelan*, hlm. 51.

- b) Menempatkan merek. Merek adalah simbol, istilah, desain dan kombinasi dari semuanya. Dengan adanya merek konsumen akan lebih mudah mengenal produk dan jasa.
- c) Menciptakan kemasan. Kemasan merupakan suatu bungkus produk yang akan memberikan kesan yang baik sehingga mendorong minat konsumen.
- d) Keputusan label. Label merupakan sesuatu cetakan pada produk yang ditawarkan. Adapun jasa adalah kegiatan atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan tertentu. Klasifikasi produk menurut pemakaian/karakteristik terdiri dari beberapa macam yaitu produk konsumsi terdiri atas *convenience goods* adalah produk yang mudah diperoleh atau dibeli, seperti sabun, pasta gigi, rokok, dan lain-lain.³⁶

c. Indikator-Indikator Kualitas Produk

Adapun indikator-indikator dari kualitas produk adalah sebagai berikut:

- a) Kinerja (*performance*) Yang berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari suatu produk.
- b) Keandalan (*reliability*) Adalah kemungkinan kesil akan mengalami kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan. Berkaitan dengan probability suatu produk dalam melaksanakan fungsinya secara berhasil dalam waktu tertentu.

³⁶Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, (Bandung: CV.Pustaka Setia, 2013). hlm. 344-346.

- c) Konformasi (*conformance*) Sejauh mana karakteristik operasi pasar dari produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukan cacat pada produk.³⁷

d. Kualitas Produk Dalam Perspektif Islam

Produk adalah setiap apa saja yang ditawarkan kepada pasar atau konsumen untuk mendapatkan perhatian, pembelian, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Semakin tinggi tingkat kualitas produk dalam memuaskan pelanggan, maka akan menyebabkan kepuasan pelanggan yang tinggi pula.³⁸

Dalam konsep Islam mengajarkan untuk memberikan makanan yang baik lagi halal kepada orang dan pelanggan tidak merasa di rugikan oleh perusahaan tersebut, sebagaimana di jelaskan dalam Al-Qur'an Surah *Al-A'raf* ayat : 31

﴿يَبْنَٰى اَدَمَ خُدُوَا زَيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوَا وَاَشْرَبُوَا وَلَا تُسْرِفُوَا ۗ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ۗ﴾³⁹

Artinya : Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) mesjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.³⁹

Adapun tafsiran ayat tersebut adalah dalam ayat tersebut diterangkan bahwa memakai pakaian yang bagus makan makanan yang

³⁷Miguna Astuti And Nurhafifah Matondang, Manajemen Pemasaran (Umkm Dan Digital Sosial Media), (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), hlm. 165.

³⁸Muhammad Yusuf Saleh dan Miah Said, *Konsep dan Strategi Pemasaran*, (Makassar : CV. Sah Media, 2019), hlm. 148.

³⁹Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Hafalan Mudah* (Jakarta : Quran Cordoba 2018). hlm. 155.

baik dan minum minuman yang bermanfaat adalah dalam rangka mengatur dan memelihara kesehatan untuk dapat beribadah kepada Allah dengan baik. Karena itu Allah melarang berlebihan dalam makan dan minum karena akan mengakibatkan terganggunya Kesehatan.⁴⁰

Hubungan ayat diatas dengan produk adalah sebagai umat Muslim sebaiknya kita menjualkan produk kita yang bagus-bagus dan janganlah kamu memberikan barang yang sudah rusak atau busuk kepada pembelimu. Dan janganlah kamu melakukan riba di dalam jual beli.

Dalam hadits Rosulullah SAW. Juga bersabda :

مُشْتَبِهَاتٌ أُمُورٌ وَبَيْنَهُمَا بَيِّنٌ، الْحَرَامَ وَإِنَّ بَيْنَ الْحَالِلِ إِنَّ

Artinya: Sesungguhnya yang halal itu telah jelas dan yang haram pun telah jelas pula. Sedangkan di antaranya ada perkara syubhat (Hadits Riwayat Bukhori Muslim)

Imam an-Nawawi rahimahullah berkata: “Tidak jelas tentang halal dan haramnya, karena itu kebanyakan manusia tidak tahu hukumnya. Adapun ulama mengetahui hukumnya dengan nash (dalil), qiyas, ishtishab, dan selain itu. Apabila dia ragu tentang sesuatu antara halal dan haram, sedangkan dalil dan ijma’ tidak ada, maka seorang mujtahid diperbolehkan berijtihad, lalu ia menggabungkannya kepada salah satu dari keduanya (halal dan haram) dengan dalil-dalil syar’i”.

⁴⁰ Azhari Akmal Tarigan, hlm. 178.

Hubungan Hadits tersebut dengan penelitian ini adalah supaya kita bisa menjaga dari produk yang halal dan yang haram supaya perusahaan tetap memiliki pelanggan yang tetap. Sebagai penjual haruslah menjual yang bagus-bagus serta halal dan terhindar dari barang yang subuhat.

3. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas dianggap sebagai ukuran kesempurnaan sebuah produk atau jasa yang terdiri dari kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi secara spesifik dari sebuah produk atau jasa, kualitas kesesuaian adalah ukuran seberapa besar tingkat kesesuaian antara sebuah produk atau jasa dengan persyaratan atau spesifikasi kualitas yang ditetapkan sebelumnya. Maka dari itu yang dimaksud kualitas adalah apabila beberapa faktor dapat memenuhi harapan konsumen.⁴¹

Konsumen pada hakekatnya akan membeli beberapa produk yang dapat memenuhi keinginannya dan kebutuhannya. Salah satu elemen penting yang menjadi pertimbangan utama konsumen didalam melakukan pembelian suatu produk adalah adanya kualitas pelayanan, baik itu produk fisik atau barang kualitas dapat dilihat secara objektif dapat dilihat juga dari kualitas pelayanan sebelum dan sesudah

⁴¹ Kholid Albar, *Monograf Manajemen Retail dan Kewiraniagaan*, (Guepedia The First On Publisher In Indonesia, 2021), hlm. 91.

pembelian. Dengan demikian pelanggan bisa mengukur kualitas barang dengan melihat hal-hal yang berkaitan dengan pelayanan baik sebelum dan sesudah barang dibeli mulai dari faktor fisik, jaminan pelayanan, kemampuan pelayanan, bukti pelayanan, dan lain sebagainya.⁴²

Salah satu keharusan muslim dalam menjalin dua hubungan, yaitu *Hablum Minallāh* (hubungan baik kepada Allah) dan *Hablum Minannās* (hubungan baik dengan sesama manusia). Dalam konteks kualitas pelayanan, Allah berfirman dalam Al-Qur'an Surah *Al-Imran* ayat: 159.

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۗ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ١٥٩

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya.⁴³

Dalam ayat ini dapat menjelaskan dalam konteks kualitas pelayanan, interaksi antara pelanggan (hubungan baik kepada manusia),

⁴² Kholid Albar, *Monograf Manajemen Retail dan Kewiraniagaan*, hlm. 91.

⁴³ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Hafalan Mudah* (Jakarta : Quran Cordoba 2018). hlm. 72.

ayat ini memberikan pedoman kepada mukmin (pelanggan) agar berlemah lembut (memuaskan kepada obyek *costumer*/pelanggan).⁴⁴

Dalam memberikan kualitas pelayanan kita harus lemah lembut agar pelanggan puas dengan apa yang kita berikan. Hubungan ayat diatas dengan pelayanan adalah berbuat baiklah kepada orang yang akan anda layani jika anda tidak ingin orang lain berbuat jahat kepada anda. Berikan kepadanya yang bagus-bagus jangan kamu berikan yang busuk-busuk karna pelayanan yang bagus akan menambah kepuasan pelanggan.

Adapun hadits yang di riwayatkan Rosulullah saw yang berbunyi:

فَلْيَصِلْ أَثْرَهُ؛ فِي لَه يُنْسَأُ وَأَنْ رِزْقَهُ، فِي عَلَيْهِ يُبْسَطُ أَنْ أَحَبَّ مَنْ

رَحِمَهُ

Artinya: Siapa yang ingin dilapangkan rezekinya dan dipanjangkan umurnya, hendaknya ia menyambung silaturahmi. (Hadis sahih - Muttafaq 'alaih)

Hadis ini mengandung motivasi untuk menyambung tali persaudaraan (silaturahmi), sekaligus menjelaskan beberapa efek positifnya di samping untuk mewujudkan rida Allah -Ta'ālā-. Silaturahmi merupakan faktor penyebab mendapatkan balasan kebaikan yang disegerakan, berupa tercapainya perkara yang paling didambakan

⁴⁴ Azhari Akmal Tarigan, hlm. 196.

hamba; yakni, bahwa silaturahmi menjadi sebab dilapangkannya rezeki dan sebab dipanjangkannya umur.

Hubungan hadits tersebut dengan penelitian ini yaitu Ketika pelayanan yang diberikan baik dan berhubungan baik antara penjual dan pelanggan maka terjadilah silaturahmi yang baik sehingga mendatangkan rezeki kepada kedua belah pihak tersebut.

b. Pengertian Pelayanan

Pelayanan merupakan suatu proses pasti ada input dan output yang diproses dalam suatu pelayanan yaitu konsumen itu sendiri, material dan informasi. Sebagian besar jasa pelayanan memasukkan konsumen sinputnya yang disebut dengan *people processing* mengambil bagian apabila pelayanan yang diberikan secara langsung kepada konsumen. Semakin baik pelayanan yang ditawarkan kepada konsumen maka konsumen atau pelanggan akan semakin puas.⁴⁵

Secara sederhana, istilah *service* (pelayanan) mungkin bisa diartikan sebagai melakukan sesuatu bagi orang lain. Sebagai jasa, *service* umumnya mencerminkan produk tidak berwujud fisik (*intangible*) atau sektor industri spesifik, seperti pendidikan, kesehatan, telekomunikasi, transportasi, asuransi, perbankan, konstruksi, perdagangan, rekreasi, dan seterusnya.⁴⁶

⁴⁵ Sjahrazad Masdar DKK, *Manajemen Sumber Daya Manusia Berbasis Kompetensi Untuk Peayanan Publik*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2012), hlm. 195.

⁴⁶ Andi Rasyid Pananrangi, *Etika Birokrat*, (Makassar: CV. Sah Media, 2017), hlm. 66-67.

Pelayanan yang berkualitas adalah apabila yang dikerjakan seseorang untuk orang lain menimbulkan rasa tentram dan bahagia yang memberikan implikasi bagi terbangunnya hubungan untuk mempererat tali silaturahmi bagi kedua pihak.⁴⁷

c. Dasar-Dasar Pelayanan pelanggan

Setiap perusahaan dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima kepada setiap pelanggannya. Agar pelayanan yang diberikan dapat memuaskan pelanggannya, maka perusahaan harus memiliki dasar-dasar pelayanan yang kokoh dan kuat. Pelayanan yang diberikan akan berkualitas jika setiap petugas pelayanan telah dibekali dasar-dasar pelayanan.

- a) Berpakaian dan berpenampilan yang rapi dan bersih. Artinya petugas pelayanan harus mengenakan pakaian yang rapi dan bersih, selain itu harus menarik dan sepadan artinya warna yang digunakan indah dan tidak menggunakan warna-warna yang mencolok. Pakaian yang digunakan diharapkan dapat memikat hati pelanggan jika perlu ada pakaian seragam yang pemakaiannya sudah ditentukan waktunya.
- b) Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyuman. Dalam melayani pelanggan, karyawan tidak boleh ragu-ragu, yakin dan percaya diri yang tinggi. Karyawan juga harus bersikap akrab seolah-olah sudah kenal lama. Dalam melayani pelanggan,

⁴⁷ M.Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2012).hlm. 215-216.

karyawan harus mudah senyum, dengan raut muka yang menarik hati serta tidak dibuat-buat.

- c) Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika dikenal. Pada saat pelanggan datang seorang karyawan harus segera menyapa dan kalau sudah bertemu sebelumnya usahakan menyapa dengan menyebutkan nama pelanggan tersebut.
- d) Tenang, sopan, hormat serta tekun mendengarkan setiap yang dikatakan oleh pelanggan. Usahakan dalam setiap melayani pelanggan dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap, menghormati pelanggan serta tekun mendengarkan setiap hal yang disampaikan oleh pelanggan.
- e) Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar. Artinya dalam berkomunikasi dengan pelanggan harus menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar atau bahasa daerah setempat yang benar. Suara yang digunakan harus jelas, dalam artian mudah dipahami dan jangan menggunakan istilah-istilah yang membuat pelanggan tidak mengerti terhadap apa-apa yang kita sampaikan.⁴⁸
- f) Bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan kemampuan kita sebagai karyawan. Dalam melayani nasabah jangan terlihat loyo, lesu atau kurang bergairah. Karyawan harus selalu menunjukkan pelayanan yang prima dan harus mengerti hal apa yang sedang dibicarakan oleh pelanggan.

⁴⁸ Yuni Rusmawati DJ dan Bhiastika Ristyanadi, “ Analisis Pelayanan CS (Costumer Service) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Danamon Di Sukodadi Lamongan” dalam *Jurnal Ekbis* Vol. 1 No. 1 (2018), hlm. 1094.

- g) Jangan menyela dan memotong pembicaraan. Ketika pelanggan sedang berbicara usahakan tidak memotong atau menyela pembicaraan pelanggan.
- h) Mampu meyakinkan pelanggan serta memberikan kepuasan. Mampu memberikan penjelasan kepada pelanggan dengan argumen-argumen yang masuk akal dan pelayanan yang memuaskan.
- i) Jika tidak sanggup menangani yang ada, maka minta bantuan. Minta bantuan pada karyawan lain yang mampu dan mengerti untuk menyelesaikan keluhan pelanggan.
- j) Bila belum bisa melayani maka beritahukan bahwa belum bisa melayani dan kapan waktunya bisa kembali melayani. Berikan alasan yang tepat kenapa belum bisa memberikan pelayanan dan beritahukan kapan lagi waktunya untuk kembali bisa melayani.⁴⁹

4. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

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

⁴⁹ Yunni Rusmawati DJ dan Bhiartzika Ristyanadi, hlm. 1095.

Dalam penelitian Ridho Rafqi Ilhamalimy dan M. Rizky

Mahaputra menyatakan bahwa:

Kualitas adalah nilai yang diberikan oleh pelanggan, dimana kualitas produk adalah sejauh mana produk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan untuk memberikan keinginan pelanggan maka kualitas produk yang akan di tingkatkan lagi karna kualitas akan sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini berarti nilai suatu produk yang ditawarkan juga menentukan mutu yang nantinya mempengaruhi kepuasan konsumen.⁵⁰

Dalam penelitian Rosa Lesmana dan Ratnasari menyatakan bahwa “kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menampilkan fungsinya. Kualitas produk dapat ditinjau dari dua sudut pandang yaitu internal dan eksternal.”⁵¹

Penelitian Diapinsa Gema Zakaria dalam jurnalnya menyatakan bahwa:

Produk merupakan suatu yang pertama kali dilihat pelanggan, pelanggan akan merasa puas apabila harapannya terhadap produk tersebut terpenuhi. Dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan produk yang ditawarkan harus berkualitas, kualitas dapat diartikan sebagai produk yang bebas dari cacat.⁵²

Penelitian Iis Noviyanti dalam jurnal penelitiannya menyatakan bahwa:

Kualitas adalah nilai yang diberikan pelanggan dimana kualitas produk adalah sejauh mana produk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dan itu menjadi pilihan bagi pelanggan

⁵⁰Ridho Rafqi Ilhamalimy dan M. Rizky Mahaputra “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan(Literature Review Manajemen Pemasaran)” dalam *jurnal Ilmu Hukum Humaniora dan Politik* Vol. 1 No. 1 (2020). hlm. 92.

⁵¹ Rosa Lesmana, Ratnasari,” Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Radeka Tama Piranti Nusa”dalam *Jurnal Pemasaran Kompetitif* Vol. 2 No.2 (2019). hlm. 118.

⁵² Diapinsa Gema Zakaria,” Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan” dalam *Jurnal Ilmu Manajemen* Vol. 14. No. 1 (2018). hlm.7.

karna pelanggan biasanya menuntut kualitas produk yang diharapkan.⁵³

Penelitian Maria Monica dalam jurnal penelitiannya menyatakan bahwa:

Definisi produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan pada sebuah pasar untuk diperhatikan, digunakan, dan dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan/ kebutuhan konsumen. Produk juga dapat didefinisikan sebagai atribut fisik, psikologi, dan simbolis yang bisa menghasilkan kepuasan maupun manfaat bagi konsumen. Dengan adanya kualitas yang bagus dan terpercaya, produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas.⁵⁴

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

5. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pelayanan merupakan suatu proses pasti ada input dan output yang diproses dalam suatu pelayanan yaitu konsumen itu sendiri, material dan informasi. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Tercapainya kualitas pelayanan yang tinggi akan mendorong terciptanya kepuasan konsumen karena kualitas pelayanan merupakan sarana untuk mewujudkan kepuasan konsumen.

⁵³ Iis Noviyanti, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV Usaha Mandiri Jakarta Selatan," dalam *Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma* Vol. 1 No. 2. (2018). hlm. 24.

⁵⁴ Maria Monica, "Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake," dalam *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* Vol. 6 No. 1 (2013). 2.

Ketidakpuasan pada salah satu atau lebih dari dimensi pelayanan akan memberikan kontribusi terhadap tingkat layanan secara keseluruhan.

Dalam penelitian Analia Lumban Gaol DKK dalam jurnalnya menyatakan bahwa:

Ada hubungan antara kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan dan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan dapat di lihat dari kualitas produk dan juga pelayannan yang disediakan karena dari produk tersebut pelanggan bisa menilai berkualitas atau tidaknya suatu produk itu.⁵⁵

Dalam penelitian Erlina Pakki DKK dalam jurnalnya menyatakan bahwa:

Kepuasan pelanggan juga tidak terlepas dari adanya kualitas pelayanan yang baik dari sebuah perusahaan. Kualitas pelayanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap menjadi pilihan pelanggan.⁵⁶

Cocorda Istri Agung Krisna Dewi dalam penelitiannya menyatakan bahwa “kepuasan pelanggan sangat berkaitan erat dengan kualitas layanan, perusahaan perlu memberi perhatian lebih terhadap kualitas pelayanan karena kepuasan terhadap kualitas pelayanan satu dengan lainnya sulit ditiru.”⁵⁷

⁵⁵Analia Lumban Gaol DKK” Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Tahun Akademik 2012/2013 Universitas Brawijaya yang Menggunakan *Smartphon Samsung*)” dalam *jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 38 No. 1 (2016). hlm. 8.

⁵⁶ Erlina Pakki DKK, “ Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar,” dalam *Jurnal Of Business Administration* Vol. 3 No. 2 (2019). hlm. 231.

⁵⁷ Cocorda Istri Agung Krisna Dewi,” Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Bali,” dalam *Jurnal Manajemen Unud* Vol. 7 No. 8 (2018). hlm. 4543.

Penelitian Ade Syarif Maulana dalam penelitiannya menyatakan

bahwa:

Salah satu elemen penting yang menjadi pertimbangan utama konsumen didalam melakukan pembelian suatu produk adalah adanya kualitas pelayanan, baik itu produk fisik atau barang, kualitas dapat dilihat secara obyektif dapat dilihat juga dari kualitas pelayanan sebelum dan sesudah pembelian.⁵⁸

Dalam penelitian Iis Maulidah DKK dalam jurnalnya menyatakan bahwa:

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan, sebab konsumen tidak hanya mencari produk yang sesuai namun juga mencari pelayanan yang memuaskan, pelayanan bukan hanya bagaimana ketanggapan pelayan dalam melayani namun juga dari tempat yang nyaman. Kualitas pelayanan yang baik dari perusahaan akan berdampak baik yaitu kepuasan konsumen.⁵⁹

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

B. Penelitian Terdahulu

Ada beberapa hasil penelitian terdahulu tentang kepuasan pelanggan dan digunakan untuk membantu mendapatkan gambaran dalam menyusun kerangka berfikir pada penelitian ini. Selain itu untuk mengetahui persamaan dan perbedaan dari beberapa penelitian dan faktor-faktor lainnya, sebagai kajian yang dapat mengembangkan wawasan berfikir peneliti,

⁵⁸ Ade Syarif Maulana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI," Dalam *Jurnal Ekonomi* Vol. 7 No. 2 (2016). hlm. 117.

⁵⁹ Iis Maulidah DKK, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember," dalam *Jurnal Pendidikan Ekonomi* Vol. 13 No. 1 (2019). hlm. 26.

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Indra Firdiyansyah (Jurnal Elektronik Rekaman).	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam.	Secara simultan variabel kualitas pelayanan, harga dan juga lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2.	Vivian Avianty Dan Handoyo Djoko Waloejo (Jurnal Of Social And Politic)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Stove Syndicate Semarang.	Kualitas pelayanan, harga dan juga keragaman produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan
3.	Ali Mubarok Jurnal Pemasaran Kompetitif.	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Equity Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada PT. Immortal Cosmedika Indonesia Wilayah Tangerang Selatan)	Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Immortal Cosmedika Indonesia wilayah tanggerang selatan -Terdapat pengaruh antara brand equity terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Immortal Cosmedika Indonesia wilayah tanggerang selatan -Terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Immortal Cosmedika Indonesia wilayah tanggerang selatan

4.	Iis Noviayanti (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma).	Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cv Usaha Mandiri Jakarta Selatan.	-dari hasil analisis regresi linear berganda maka besarnya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan sebesar 28,2% -Dari analisis regresi linear berganda maka besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 25,1% -Dari hasil koefisienn determinasi maka besarnya kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 28,7%
5.	Iis Maulidah, Joko Widodo Dan Mukhamad Zulianto (Jurnal Pendidikan Ekonomi)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember.	Ada pengaruh yang signifikan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan ayam goreng nelongso jember sebesar 79,9%.
6.	Andriansyah Skripsi IAIN Padangsidempuan	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. POS INDONESIA Panyabungan	Pelayanan dan harga berpengaruh negatif secara simultan terhadap kepuasan pelanggan hal tersebut di buktikan dengan uji f dengan hasil F hitung $1,249 < 2,71$ Ftabel dan nilai signifikansi sebesar $= 0,292 > 0,05.7$
7.	Diapinsa Gema Zakaria (Jurnal Ilmu Manajemen)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga	Kualitas pelayana, produk dan harga juga mempunyai

		Terhadap Kepuasan Pelanggan	pengaruh yang positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
8.	Rosa Lesmana dan Ratna Sari (Jurnal Pemasaran Kompetitif)	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Radeka Tamapiranti Nuasa	Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial dan simultan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
9.	Cokorda Istri Agung Krisna Dewi Dan I Gede Merta Sudiartha (Jurnal Manajemen UNUD)	Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah PT.Bank Pembangunan Daerah Bali	Kualitas produk dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah
10.	Ade Syarif Maulana (Jurnal Ekonomi)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan ditunjukkan oleh adanya persamaan regresi $Y=3,100+0,934$. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan ditunjukkan oleh persamaan regresi $Y=10,764+1,482$.
11.	Maria Monica (Jurnal Manajemen Teori dan Terapan)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake	Kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen King Cake. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen King Cake. Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen King Cake.

12.	Lina Sari Situmeang (skripsi UINSU)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Hot Plate Medan	Kualitas pelayanan dan harga terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen sedangkan lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
13.	Ridho Rafqi Ilhamalimy (jurnal ilmu hukum humaniora dan politik)	Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan dan kepuasan pelanggan (literatur review manajemen pemasaran)	Berdasarkan hasil analisis persepsi konsumen Fuku Ramen dan Hakata Ikkousha dapat dilihat bahwa value yang konsumen dapat dari Hakata Ikkousha lebih besar daripada Fuku Ramen walaupun kedua restoran memberikan value yang cukup besar pada konsumen. Dan hal tersebut menyebabkan niat beli ulang pada Hakata Ikkousha juga menjadi lebih tinggi dibandingkan dengan Fuku Ramen.s
14.	Analia lumban goal DKK	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Tahun	Kualitas pelayanan dan Produk terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

		Akademik 2012/2013 Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Smarphon Samsung)	
15	Joko Baigo Santoso	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen.”dalam <i>Jurnal Akuntansi Dan Manajemen</i> , (2019)	Kualitas Produk tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen”. Hal ini dapat di artikan bahwa kualitas produk geprek bensu Rawamangun belum memberikan kepuasan kepada konsumen.
16	Erlina Pakki DKK	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar,” dalam <i>Jurnal Of Business Administration</i> 2019	Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan juga loyalitas pelanggan.

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Indra Firdiyansyah yaitu sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian. Penelitian Indra Firdiyansyah dilakukan di Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam sedang

peneliti meneliti di pabrik tahu tempe Desa Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara.

2. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Vivian Avianty dan Handoyo Djoko Waloejo yaitu sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian. Penelitian Vivian Avianty dan Handoyo Djoko Waloejo dilakukan di Cafe Stove Syndicate Semarang, sedangkan peneliti meneliti di pabrik tahu tempe Desa Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara.
3. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Ali Mubarak yaitu sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian. penelitian Ali Mubarak dilakukan di PT. Immortal Coemedika Indonesia Wilayah Tangerang Selatan sedangkan peneliti meneliti di pabrik tahu tempe Desa Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara.
4. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Iis Noviyanti yaitu sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian. Penelitian Iis Noviyanti dilakukan di CV.Usaha Mandiri Jakarta Selatan sedangkan peneliti meneliti di pabrik tahu tempe Desa Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara.

5. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Iis Maulidah, Joko Widodo dan Mukhamad Zulianto yaitu sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian. Penelitian Iis Maulidah, Joko Widodo dan Mukhamad Zulianto dilakukan di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember sedangkan peneliti meneliti di pabrik tahu tempe Desa Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara.
6. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Andriansyah yaitu sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian. Penelitian Andriansyah di PT. POS INDONESIA Panyabungan, sedangkan peneliti meneliti di pabrik tahu tempe Desa Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara.
7. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Diapinsa Gema Zakaria yaitu sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian. Penelitian Diapinsa Gema Zakaria dilakukan di Rumah Makan Minang di Jember sedangkan peneliti meneliti di pabrik tahu tempe Desa Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara.
8. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Rosa Lesmana dan Ratna Sari yaitu sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat

penelitian. Penelitian Rosa Lesmana dan Ratna Sari dilakukan PT. Radeka Tamapiranti Nusa sedangkan peneliti meneliti di pabrik tahu tempe Desa Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara.

9. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Cokorda Istri Agung Krisna Dewi Dan I Gede Merta Sudiarta yaitu sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian. Penelitian Cokorda Istri Agung Krisna Dewi Dan I Gede Merta Sudiarta dilakukan PT. Bank Pembangunan Daerah Bali sedangkan peneliti meneliti di pabrik tahu tempe Desa Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara.
10. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Ade Syarif Maulana yaitu sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian. Penelitian Ade Syarif Maulana dilakukan PT. TOI sedangkan peneliti meneliti di pabrik tahu tempe Desa Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara.
11. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Maria Monica yaitu sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian. Penelitian Maria Monica dilakukan pada king cake sedangkan peneliti

meneliti di pabrik tahu tempe Desa Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara.

12. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Lina Sari yaitu sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian. Penelitian Lina Sari dilakukan pada Rumah Makan Hot Plate Medan sedangkan peneliti meneliti di pabrik tahu tempe Desa Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara.
13. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Ridho Rafqi Ilhamalimy dan M. Rizky Mahaputra yaitu sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian. Penelitian Ridho Rafqi Ilhamalimy dan M. Rizky Mahaputra dilakukan pada literatur review manajemen pemasaran sedangkan peneliti meneliti di pabrik tahu tempe Desa Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara.
14. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Analia Lumban Gaol DKK yaitu sama-sama membahas tentang kualitas produk dan kepuasan pelanggan, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian. Penelitian Analia Lumban Gaol DKK dilakukan pada Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Tahun Akademik 2012/2013 Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Smartphone Samsung

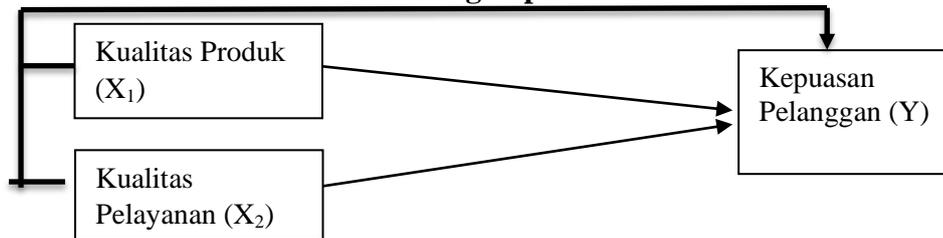
sedangkan peneliti meneliti di pabrik tahu tempe Desa Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara.

15. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Joko Baigo Santoso yaitu sama-sama membahas tentang kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian. Penelitian Joko Baigo Santoso dilakukan pada Geprek Benu Rawamangun sedangkan peneliti meneliti di pabrik tahu tempe Desa Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara.
16. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Erlina Pakki DKK yaitu sama-sama membahas tentang kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian. Penelitian Erlina Pakki DKK dilakukan pada Survei Pada perusahaan daerah air minum kota Makassar sedangkan peneliti meneliti di pabrik tahu tempe Desa Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara.

C. Kerangka berpikir

Agar lebih memudahkan peneliti dan pembahasan, peneliti memberikan skema untuk menjadi pedoman dalam penelitian yang akan diteliti di gambarkan sebagai berikut:

Gambar II.1
Kerangka pikir



—————→ : Variabel X₁ dan X₂ Mempengaruhi secara parsial terhadap variabel Y

—————→ : Variabel X₁ dan X₂ Mempengaruhi secara simultan terhadap variabel Y

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Hipotesis merupakan suatu penjelasan sementara tentang perilaku, phenomena, atau keadaan tertentu yang telah terjadi atau akan terjadi. Hipotesis penelitian ini adalah:

H₁: Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di pabrik tahu tempe yang ada di Desa Padanggarugur

H₂: Terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di pabrik tahu tempe yang ada di Desa Padanggarugur.

H₃: Terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di pabrik tahu tempe yang ada di Desa Padanggarugur.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di pabrik tahu tempe. Pabrik tahu tempe ini berada di Desa Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni 2021 sampai Januari 2023. Adapun tahapan yang dilakukan adalah tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap pelaporan.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini tentang pengaruh kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan pelanggan di pabrik tahu tempe di desa Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara penelitian ini menggunakan metode penelitian Kuantitatif.

Metode penelitian kuantitatif adalah merupakan salah satu jenis yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Penelitian kuantitatif juga menggunakan data yang berbentuk angka atau data yang diangkakan.⁶⁰

⁶⁰Budi Gautama Siregar dan Ali Hardana, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Medan:CV. Merdeka Kreasi Group, 2021), hlm.50.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah sekumpulan orang, hewan, tumbuhan atau benda yang mempunyai karakteristik tertentu yang akan diteiti⁶¹. Sehingga populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian di pabrik tahu tempe desa Padanggarugur kecamatan Padang Bolak kabupaten Padang Lawas Utara. Dalam penelitian ini tidak seluruh populasi yang di ambil, mengingat jumlah yang banyak dan belum tentu diketahui secara pasti.⁶²

Maka populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang bertempat tinggal di desa Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara yang berpropesi sebagai penjual. Maka jumlah populasi dalam penelitian ini berjumlah 30 pelanggan.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi sesungguhnya yang menjadi objek penelitian tersebut. Tujuan dari sampel ini adalah untuk mempelajari karakteristik dari suatu populasi disebabkan karna ketidakmungkinan peneliti melakukan penelitian pada populasi seperti jumlah populasi yang terlalu besar, keterbatasan biaya, waktu dan hambatan lain yang akan dihadapi.⁶³

⁶¹ Eddy Rofin DKK, *Populasi, Sampel, Variabel Dalam Penelitian Kedokteran*, (Pekalongan: PT. Nasya Expanding Manajemen, 2021), hlm. 5-6.

⁶² Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 138.

⁶³ Eddy Rofin DKK, *Populasi, Sampel, Variabel Dalam Penelitian Kedokteran* ,hlm. 11-12.

Pada penelitian ini pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *non probability sampling* yaitu sampel jenuh. Sampel jenuh adalah teknik pengambilan yang semua populasinya di jadikan sampel. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang bertempat tinggal di desa Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara dan yang berprofesi sebagai penjual yaitu sebanyak 30 pelanggan.

D. Instrumen Pengumpulan Data

1. Angket

Angket berfungsi sebagai alat mengukur seberapa puas konsumen di pabrik tahu tempe Desa Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara.

Adapun yang digunakan sebagai bentuk teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan rumusan sebagai berikut:

Tabel III.1
Skala likert

Kategori Jawaban	Skor Pertanyaan
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Tabel III.2
Kisi-kisi Angket

Variabel	Indikator	Nomor Pertanyaan
Kualitas Produk	1. Kesesuaian dengan spesifikasi	1,2,3
	2. Jenis barang	4,5,6
	3. Bentuk barang	7,8
	4. Daya tahan	9,10
Kualitas Layanan	1. Kesopanan	1,2,3
	2. Jaminan	4,5,6

	3. Daya tanggap	7,8
	4. Empati	9,10
Kepuasan Pelanggan	1. Pengalaman pelanggan	1,2,3
	2. Terpenuhi harapan pelanggan	4,5,6
	3. Merekomendasikan kepada orang lain	7,8
	4. Dapat memenuhi kebutuhan pelanggan	9,10

2. Dokumentasi

Dokumentasi ini berguna sebagai alat untuk memperkuat bukti penelitian yang dilakukan. Dokumentasi ini biasanya berupa foto yang dilakukan ketika peneliti sedang melakukan penelitian. Dan dokumentasi yang peneliti lakukan adalah berupa foto dan video.

3. Wawancara

Wawancara adalah salah satu tehnik pengumpulan data yang lain. Pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan yang diwawancarai, tetapi dapat juga secara tidak langsung seperti memberikan daftar pertanyaan untuk di jawab pada kesempatan lain.⁶⁴ Adapun Respondennya adalah pelanggan pabrik tahu tempe Desa Padanggarugur yang bertepatan di jumpai oleh peneliti.

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrument

1. Uji Validitas

Validitas merupakan tingkat di mana suatu alat pengukur, mengukur apa yang seharusnya diukur. Data penelitian tidak akan berguna apabila instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian

⁶⁴ Elidawati Purba, *Metode Penelitian Ekonomi*, (Yayasan Kita Menulis, 2021), hlm. 86-87.

tersebut tidak memiliki validitas dan reliabilitas yang tinggi. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan mengkorelasikan skor yang diperoleh pada setiap item dengan skor total dari masing-masing atribut. Hasil validitas dari setiap pertanyaan dalam kuesioner dapat dilihat pada besarnya angka yang terdapat pada kolom *corrected item total correlation*. Jika ditemukan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka alat tersebut valid.⁶⁵

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Dalam setiap penelitian, adanya kesalahan pengukuran ini cukup besar. Karena itu untuk mengetahui hasil penelitian pengukuran yang sebenarnya, kesalahan pengukuran itu sangat diperhitungkan. Pada program SPSS, metode yang digunakan dalam pengujian reliabilitas ini dengan menggunakan metode *alpha cronbach's* yang dimana kuesioner dianggap reliabel apabila *cronbach's alpha* > 0,600.⁶⁶

F. Analisis Data

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

1. Analisis Deskriptif

Analisis Statistik Deskriptif adalah uji yang digunakan untuk memberikan gambaran mengenai variabel penelitian sekaligus

⁶⁵ Ovan dan Andika Syaputra, *Aplikasi Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*, (Yayasan Ahmar Cendikia Indonesia, 2020), hlm. 2-3.

⁶⁶ Ovan dan Andika Syaputra, *Aplikasi Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*, hlm. 4.

mendukung variabel yang di teliti tanpa generalisasi atau menarik kesimpulan. Perhitungan statistik deskriptif dapat dilihat melalui mean, modus, median, standar deviasi, dan *skewnes* yang disajikan dalam bentuk diagram ataupun tabel.⁶⁷

2. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang bertujuan untuk melihat distribusi data variabel dalam suatu penelitian. Data dikatakan baik dan layak apabila data dalam penelitian berdistribusi normal. Pada penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan uji *kolmogorov smirnov*. Kriteria pengambilan keputusan untuk uji ini dilihat melalui signifikasinya, yaitu jika $\text{sig} < 0,05$ kesimpulannya data tidak berdistribusi normal. Sebaliknya jika $\text{sig} > 0,05$ kesimpulannya data berdistribusi normal.⁶⁸

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan uji yang digunakan untuk melihat ada tidaknya variabel bebas yang memiliki kemiripan antar variabel bebas dalam model regresi. Kemiripan antar variabel bebas dapat menyebabkan korelasi yang kuat. Uji multikonearitas dalam uji ini menggunakan nilai VIF, dimana kriteria pengambilan keputusan untuk uji ini yaitu jika nilai VIF diantara 1-10 maka disimpulkan tidak

⁶⁷ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2020), hlm. 53.

⁶⁸ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 25.

terjadi multikolinearitas. Sebaliknya jika nilai VIF tidak diantara 1-10 maka disimpulkan terjadi multikolinearitas.⁶⁹

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang dilakukan untuk melihat apakah variasi residual absolute sama atau tidak sama untuk semua pengamatan. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan statistik (koefisien korelasi speraman dan uji glejser). Pada penelitian ini menggunakan uji glejser, yaitu dengan meregresikan instrumen-instrumenbebas terhadap nilai absolute residualnya. Adapun kriteria yang digunakan dalam uji glejser ini adalah:

a. Jika nilai Sig > 0.05 Alpha maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

b. Jika uji sig < 0,05 Alpha maka terjadi heteroskedastisitas.⁷⁰

4. Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah uji yang digunakan untuk meramalkan keadaan variabel terikat jika dua atau lebih variabel bebas nilainya turun naik (dimanipulasi). Analisis regresi berganda hanya bisa dilakukan jika variabel bebas jumlahnya lebih dari dua. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu kualitas produk (X_1), layanan (X_2), terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y). Persamaan regresi dapat dirumuskan sebagai berikut

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

⁶⁹ Suparman Wijaya dan Fitriyan Dwi Rahayu, *Penghindaran Pajak*, (Guepedia, 2021), hlm. 64-65.

⁷⁰ Suparman Wijaya dan Fitriyan Dwi Rahayu, *Penghindaran Pajak*, hlm. 65.

Berdasarkan persamaan regresi di atas maka persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$K_{pl} = a + b_1 K_p + b_2 K_l + e$$

Keterangan :

K_m = Kepuasan pelanggan

a = Konstanta

$b_1 b_2$ = Koefisien regresi

K_p = Kualitas produk

K_l = Kualitas layanan

e = *Error*

5. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Jawaban dikatakan sementara dikarenakan hanya di dasarkan pada fakta *empiris* yang didapatkan melalui pengumpulan data melainkan hanya didasarkan pada teori yang relevan.

a. Koefisien Determinasi R^2

Koefisien determinan adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel dependen bisa dijelaskan oleh perusahaan atau variasi dari variabel independen. Koefisien determinan menggambarkan bagian dari variabel total yang dapat diterangkan oleh modal. Jika nilai determinasi semakin besar atau mendekati 1 maka ketetapannya semakin membaik, begitu juga

sebaliknya, jika nilai determinasi semakin kecil bahkan semakin jauh 1 maka ketetapannya semakin jauh.⁷¹

b. Uji Signifikansi Parsial (uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Ketentuan dalam uji t adalah: jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak sedangkan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan jika nilai Sig. $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

c. Uji Signifikansi Simultan (uji f)

Uji statistik f pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Ketentuan dalam uji f adalah: jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak sedangkan jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan jika nilai Sig $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.⁷²

⁷¹ Tarjo, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), hlm. 57.

⁷² Budi Gautama Siregar dan Ali Hardana, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, hlm. 67-68.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat Pabrik Tahu Tempe Padangga

Pabrik Tahu Tempe di Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara adalah tempat memproduksi tahu dan tempe yang berdiri hamper belasan tahun silam. Pabrik tahu tempe di Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara berdiri pada tahun 2011 oleh sepasang suami istri yaitu: bapak Mustofa Harahap dan Ibu Damrona Siregar.

Awal pembentukan pabrik tahu tempe di Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara ini merupakan hasil dari keinginan bapak Mustofa Harahap untuk mendirikan pabrik dan menyediakan produk tahu dan tempe untuk mempermudah masyarakat Padanggarugur dalam mendapatkan tahu dan tempe.

Adapun tujuan didirikannya pabrik tahu tempe di Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara adalah untuk memenuhi kebutuhan dan mempermudah para pelanggan dalam mendapatkan tahu dan tempe, seperti kebutuhan penjual gorengan dan penjual bahan makanan lainnya.

2. Visi dan Misi

a. Visi

Memberikan kepuasan kepada pelanggan dalam berbelanja, menjadikan kebutuhan semua pelanggan dapat terpenuhi dan dapat mengembangkan usaha sehingga bisa menciptakan lapangan pekerjaan untuk orang lain.

b. Misi

Untuk mencapai misi pabrik tahu tempe, maka yang menjadi misi pabrik tahu tempe, yaitu:

- 1) Berusaha memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen,
- 2) Memberikan kepuasan kepada konsumen dengan berfokus pada kualitas produk dan layanan menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.⁷³

3. Gambaran Umum Responden

Pengambilan data primer dalam penelitian ini menggunakan instrumen angket yang disebar kepada pelanggan yang berbelanja di pabrik tahu tempe Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak kabupaten Padang Lawas Utara. Angket tersebut terdiri dari tiga bagian yaitu: variabel Y kepuasan pelanggan, X_1 kualitas produk dan X_2 layanan.

⁷³Hasil wawancara ibu Damrona pemilik pabrik tahu tempe Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara, 16 november 2022.

Penyebaran angket dilakukan pada 16-20 November 2022. Penyebaran angket dilakukan secara langsung dengan menjumpai setiap responden yaitu pelanggan pada pabrik tahu tempe. Penyetoran dan pengumpulan angket berlangsung 5 hari, angket terkumpul dengan cepat karena pelanggan pabrik tahu tempe tersebut berada di satu desa sehingga mempermudah peneliti untuk menjumpai para responden.

B. Hasil Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Untuk pengujian validitas digunakan 30 responden dengan 7 butir pernyataan untuk variabel kualitas produk, 8 butir pernyataan untuk variabel pelayanan, dan 7 butir pernyataan untuk variabel kepuasan pelanggan. Dimana r_{tabel} dengan jumlah sampel 30 dan $df = n-2$ ($30 - 2 = 28$) adalah 0,361. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada kolom persen correlation (r_{hitung}). Adapun hasil uji validitas sebagai berikut.

Tabel IV.1
Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,566	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = 30$ Pada taraf signifikansi 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,361$	Valid
2	0,636		Valid
3	0,650		Valid
4	0,743		Valid
5	0,792		Valid
6	0,542		Valid
7	0,585		Valid

Sumber: Hasil pengolahan data, 2023

Hasil uji validitas variabel kualitas produk pada tabel dapat disimpulkan bahwa angket mengenai variabel kualitas produk memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel kualitas produk dinyatakan valid. Sedangkan uji validitas untuk variabel pelayanan sebagai berikut.

Tabel IV.2
Hasil Uji Validitas Pelayanan

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,473	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = 30$. Pada taraf signifikansi 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,361$	Valid
2	0,575		Valid
3	0,812		Valid
4	0,780		Valid
5	0,626		Valid
6	0,722		Valid
7	0,730		Valid
8	0,644		Valid

Sumber: Hasil pengolahan data, 2023

Hasil uji validitas variabel pelayanan pada tabel dapat disimpulkan bahwa angket mengenai layanan memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel pelayanan dinyatakan valid. Sedangkan uji validitas untuk variabel kepuasan pelanggan sebagai berikut.

Tabel IV.3
Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,458	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = 30$. Pada taraf signifikansi 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,361$	Valid
2	0,434		Valid
3	0,487		Valid
4	0,584		Valid
5	0,666		Valid
6	0,809		Valid
7	0,699		Valid

Sumber: Hasil pengolahan data, 2023

Hasil uji validitas variabel kepuasan pelanggan pada tabel dapat disimpulkan bahwa angket mengenai kepuasan pelanggan memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan untuk variable kepuasan pelanggan dinyatakan valid.

2. Uji Reabilitas

Untuk mengukur reabilitas dengan menggunakan statistik *cronbach alpha*. Instrumen reliabel jika *cronbach alpha* $> 0,60$. Berikut hasil uji reliabilitas variabel kualitas produk, layanan dan kepuasan pelanggan.

Tabel IV.4
Hasil Uji Reabilitas

Variable	<i>cronbach alpha</i>	<i>N OF Item</i>
Kualitas produk	0,615	7
Pelayanan	0,784	8
Kepuasan pelanggan	0,661	7

Sumber: Hasil pengolahan data, 2023

C. Hasil Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

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

Tabel IV.5
Hasil Uji Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
K.Produk	30	18.00	33.00	26.2000	3.90755
Pelayanan	30	20.00	36.00	30.4333	4.51575
Kepuasan Pelanggan	30	18.00	32.00	26.7000	3.77058
Valid N (listwise)	30				

Sumber: Hasil pengolahan data, 2023

Berdasarkan hasil pada tabel di atas dapat dilihat pada variabel kualitas produk dengan jumlah sampel (N) yaitu sebanyak 30, nilai minimum yaitu 18.00, nilai maximum 33.00, nilai rata-rata sebesar 26.2000 serta nilai standar deviasinya 3.90755. Variabel pelayanan dengan jumlah sampel (N) yaitu sebanyak 30, nilai minimum yaitu 20.00, nilai maximum 36.00, nilai rata-rata yaitu 30.4333 serta nilai standar deviasi 4.51575. Variabel kepuasan pelanggan dengan jumlah sampel (N) yaitu sebanyak 30, nilai minimum yaitu 18.00, nilai maximum yaitu 32.00, nilai rata-rata 26.7000 serta nilai standar deviasi 3.77058.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji data penelitian baik variabel dependen maupun variabel independent terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan metode *kolmogrov-smirnov*, dengan ketentuan jika nilai *Asymp sig 2 tailed* > 0,05 maka data terdistribusi dengan normal, begitu juga sebaliknya. Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan spss 23. Hasil uji normalitas yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

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

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.36781761
Most Extreme Differences	Absolute	.113
	Positive	.098
	Negative	-.113
Test Statistic		.113
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: Hasil pengolahan data, 2023

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel di atas dapat dinyatakan bahwa nilai signifikansi 0,200. Nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,200 > 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual tersebut berdistribusi normal.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya hubungan atau korelasi yang signifikan antara variabel independen. Cara untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilakukan dilakukan beberapa metode, salah satunya dengan melihat *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF), jika nilai *Tolerance* lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel IV.7
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	21.758	4.787		4.545	.000		
Kualitas Produk	.597	.228	.619	2.616	.014	.528	1.892
Pelayanan	-.351	.197	-.421	-1.780	.086	.528	1.892

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil pengolahan data, 2023

Hasil uji multikolienaritas pada tabel di atas nilai VIF variabel kualitas produk adalah 1.892, variabel pelayanan adalah 1.892. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai VIF dari kedua variabel di atas < 10 . Sementara itu nilai *tolerance* untuk variabel di atas variabel kualitas produk adalah 0,528, dan untuk variabel layanan adalah 0,528. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai *tolerance* dari kedua variabel di atas $> 0,10$. Berdasarkan dari penilaian tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel kualitas produk, dan layanan terhadap kepuasan pelanggan.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.8
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6.395	2.798		2.286	.030
Kualitas Produk	-.043	.133	-.083	-.323	.749
Pelayanan	-.086	.115	-.192	-.749	.461

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: Hasil pengolahan data, 2023

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas di atas, dapat diketahui bahwa nilai signifikan dari variabel kualitas produk sebesar $0,749 > 0,05$, dan variabel layanan sebesar $0,461 > 0,05$.

Maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil uji analisis linear yang telah di olah dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV.9
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	21.758	4.787		4.545	.000
kualitas produk	.597	.228	.619	2.616	.014
Pelayanan	.351	.197	.421	1.780	.086

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan
Sumber: Hasil pengolahan data, 2023

Berdasarkan uji hasil regresi linier berganda pada tabel di atas, maka persamaan regresi yang digunakan:

$$K_{pl} = a + b_1 K_p + b_2 K_l$$

Dari persamaan regresi di atas dapat diartikan bahwa:

- Nilai konstanta adalah 21,758 artinya jika variabel kualitas produk (X_1), dan layanan (X_2) nilai 0, maka kepuasan pelanggan 21,758.
- Koefisien regresi kualitas produk senilai 0,597 artinya apabila variabel harga ditambah 1 satuan, maka kepuasan pelanggan bertambah sebesar 0,597 dari nilai konstanta. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan.

Semakin naik kualitas produk maka semakin meningkat kepuasan pelanggan.

- c. Koefisien regresi pelayanan senilai 0,351 artinya apabila variabel layanan ditambah 1 satuan, maka kepuasan pelanggan bertambah sebesar 0,351 dari nilai konstanta. Koefisien bernilai positif antara pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

5. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari variabel independen ($X_1, X_2,$) terhadap variabel dependen (Y), sedangkan sisa dipengaruhi oleh variabel bebas yang tidak dimasukkan kedalam model. Adapun hasil uji koefisien determinasi (R^2) yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

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

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.450 ^a	.202	.143	3.49032

a. Predictors: (Constant), pelayanan, kualitas produk
Sumber: Hasil pengolahan data, 2023

Berdasarkan tabel di atas hasil koefisien determinasi dapat dilihat bahwa nilai (R square) sebesar 0,202 artinya terdapat pengaruh kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 20,2% sedangkan sisanya sebesar 79,8,% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini.

b. Uji Parsial (Uji t)

Hasil uji parsial (uji t) yang telah diolah dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV.10
Hasil Uji Parsial (t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	21.758	4.787		4.545	.000
kualitas produk	.597	.228	.619	2.616	.014
Pelayanan	.351	.197	.421	1.780	.086

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Sumber: Hasil pengolahan data, 2023

Berdasarkan uji parsial di atas, maka dapat diketahui bahwa jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen yang diperoleh dengan rumus $df = n - k - 1$, $df = 30 - 2 - 1 = 27$ sebesar 2.051. Dengan nilai berikut:

- 1) kualitas produk dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,616 > 2,051$ artinya terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
- 2) kualitas pelayanan dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $1,780 < 2,051$ artinya tidak terdapat pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Jadi, dapat disimpulkan variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan variabel pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

c. Uji Simultan (F)

Hasil uji simultan (F) yang telah di olah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.11
Hasil Uji Simultan (f)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	83.376	2	41.688	3.422	.047 ^b
Residual	328.924	27	12.182		
Total	412.300	29			

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

b. Predictors: (Constant), pelayanan, kualitas produk

sumber: Hasil pengolahan data, 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai f_{hitung} sebesar 4,134. Sedangkan f_{tabel} diperoleh dari rumus $df = n - k - 1$, $df = 30 - 2 - 1 = 27$ yaitu sebesar 3,35, sehingga dapat disimpulkan bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($3,422 > 3,35$) artinya terdapat pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil regresi yang telah dilakukan pada penelitian ini, diketahui bahwa pengaruh kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan pelanggan pada pabrik tahu tempe Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara yaitu hasil uji parsial bahwa kualitas produk $t_{hitung} > t_{tabel}$ disimpulkan terdapat pengaruh kualitas produk terhadap

kepuasan pelanggan pada pabrik tahu tempe Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara.

Kualitas produk merupakan keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen, semakin sesuai standar yang ditetapkan maka semakin berkualitas nilai barang tersebut.⁷⁴

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang ditemukan Eriyanto Prastyo Nugroho yang berjudul “pengaruh harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pengguna notebook acer (studi kasus mahasiswa unnes fakultas ekonomi) menyatakan bahwa “variabel kualitas produk terdapat pengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna notebook acer (studi kasus mahasiswa unnes fakultas ekonomi).⁷⁵

Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pabrik tahu tempe Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara. Dengan hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden menunjukkan bahwa tidak setuju dengan kualitas produk yang ada di pabrik tahu tempe. Dan mengakibatkan ada beberapa pelanggan yang beralih membeli produk ke tempat lain. Oleh karena itu, Untuk menjaga dan meningkatkan pembeli pabrik tahu tempe perlu meningkatkan lagi kualitas dari produk itu sendiri.

⁷⁴Rudi Haryanto, Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori Dan Praktik), (Jakarta: Duta Media, 2020), Hlm. 21

⁷⁵ Eriyanto Prasetyo Nugroho, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook ACER (Studi Kasus Mahasiswa Unnes Fakultas Ekonomi)” (Universitas Negeri Semarang, 2018), Hlm. 63

Ayat Al-qur'an yang berhubungan dengan penelitian ini yaitu Al-Qur'an surat Al-A'raf ayat 31. Bahwa setiap perusahaan harus dapat menjamin produknya, baik dari segi mutu maupun prosesnya. Sebagai penjual memberikan yang baik-baik kepada pelanggannya, sehingga pelanggan merasa puas dengan hasilnya.

Strategi pemasaran yaitu dalam memproduksi suatu produk kita harus memperhatikan kualitas produk sehingga pelanggan akan merasa puas dan menjadi pelanggan. Selain itu perusahaan harus menentukan sasaran untuk siapa produk akan dibuat.

2. Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil regresi yang telah dilakukan pada penelitian ini, diketahui bahwa pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pabrik tahu tempe Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara yaitu hasil uji parsial bahwa layanan $t_{hitung} < t_{tabel}$ disimpulkan tidak terdapat pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pabrik tahu tempe Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara.

Pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Pelayanan yang baik harus dilakukan secara ramah tama, adil, cepat, dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.⁷⁶

⁷⁶ Rudi Haryanto, Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori Dan Praktik), hlm. 35.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang ditemukan oleh Samsidar yang berjudul “pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan jasa hotel Denpasar Makassar, menyatakan bahwa: variabel layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan”.⁷⁷

Dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pabrik tahu tempe Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara. Dengan hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden menunjukkan bahwa setuju dengan pelayanan yang ada di pabrik tahu tempe. Dan merasa suka dengan pelayanan yang diberikan sehingga pelanggan melakukan pembelian ulang. Kualitas pelayanan menjadi salah satu kunci yang wajib dimiliki pengusaha, baik yang baru memulai usaha atau yang sudah bertahun-tahun menerjuni dunia bisnis. Oleh karena itu, untuk menjaga dan meningkatkan pembeli pabrik tahu tempe perlu mempertahankan kualitas dari layanan itu sendiri.

Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji (QS, Al-Imran ayat: 159). Ayat tersebut menegaskan bahwa Islam sangat memerhatikan sebuah pelayanan yang berkualitas, memberikan yang baik, dan bukan yang buruk .Dan telah dijelaskan bahwa hubungan sesama manusia haruslah baik begitu juga antara penjual dan pelanggan harus baik sehingga pelanggan merasa senang dengan pelayanan yang diberikan.

⁷⁷ Samsidar, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Penggunaan Jasa Hotel Denpasar Makassar” (Skripsi Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017).hlm.67.

E. Keterbatasan Peneliti

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

1. Dalam menyebarkan angket penelitian tidak mengetahui apakah responden memberikan kejujuran dalam menjawab setiap pertanyaan yang diberikan sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.
2. Dalam menentukan Variabel bebas yang masih kurang baik
3. Keterbatasan dalam jumlah variabel masih banyak variabel bebas yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas produk, dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pabrik tahu tempe Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji secara parsial (uji t) dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada pabrik tahu tempe Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara.
2. Hasil uji secara parsial (uji t) dapat disimpulkan bahwa pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada pabrik tahu tempe Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara.
3. Hasil uji secara simultan (uji f) dapat disimpulkan bahwa secara simultan antara kualitas produk, dan pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pabrik tahu tempe Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara.

B. Saran

Setelah penelitian melakukan semua tahap-tahapan dan berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan dalam penelitian ini ada beberapa

saran yang peneliti rangkum untuk penelitian dimasa yang akan datang, antara lain sebagai berikut:

1. Untuk peneliti selanjutnya yang tertarik maupun yang berminat untuk mengangkat judul pengaruh kualitas produk, dan layanan terhadap kepuasan pelanggan pada pabrik tahu tempe Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara agar menggali lagi faktor-faktor selain faktor yang sudah dibuat dalam penelitian ini.
2. Untuk pabrik tahu tempe yang berada di Desa Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara agar memperhatikan kualitas produk dan layanan karena variabel tersebut memberikan sumbangan yang besar dalam mempengaruhi pelanggan dalam melakukan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Agus Surya Bharmawan dan Naufal Hanif, *Manajemen Pemasaran Jasa Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*, Surabaya: Scopindo Media Pustaka 2022
- Asmara Indahingwati, *Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Layanan Sim Keliling*, Surabaya: CV. Jakad Publishing, 2019
- Azhari Akmal Tarigan, *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Al-Qur'an*, Bandung: Cipta Pustaka Media Perintis, 2012
- Astrid Puspaningrum, *Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan*, Malang: Media Nusa Creative, 2017
- Andi Rasyid Pananrangi, *Etika Birokrat*, Makassar: CV. Sah Media, 2017
- Budi Gautama Siregar dan Ali Hardana, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Medan: CV. Medan Kreasi, 2021
- Candrianto, *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar* Malang: Literasi Nusantara, 2021
- Darwis Harahap dan Ferri Alfadri, *Ekonomi Mikro Islam*, Medan: CV. Medan Kreasi, 2021
- Eddy Rofin DKK, *Populasi, Sampel, Variabel Dalam Penelitian Kedokteran*, Pekalongan: PT. Nasya Expanding Manajemen, 2021
- Elidawati Purba, *Metode Penelitian Ekonomi*, Yayasan Kita Menulis, 2021
- Fitria Halim DKK, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Yayasan Kita Menulis, 2021
- Fuadi DKK, *Ekonomi Syariah*, Yayasan Kita Menulis 2021
- Hayat, *Manajemen Pelayanan Publik*, Jakarta: Rajawali Pers, 2017
- Iendy Zelviean Adhari, *Kepuasan Pelanggan Dan Pencapaian Brand Trust*, Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media, 2019
- Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Kencana, 2011
- Kholid Albar, *Monograf Manajemen Retail dan Kewiraniagaan*, Guepedia The First On Publisher In Indonesia, 2021

- Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan Surabaya*: Unitomo Press, 2019
- Miguna Astuti And Nurhafifah Matondang, *Manajemen Pemasaran (Umkm Dan Digital Sosial Media)*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020
- M.Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: CV. Alfabeta, 2012
- Muhammad Yusuf Saleh dan Miah Said, *Konsep dan Strategi Pemasaran*, Makassar : CV. Sah Media, 2019
- Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, Bandung: CV.Pustaka Setia, 2013
- Nina Mistriani DKK, *Pengantar Pariwisata dan Perhotelan*, Yayasan Kita Menulis, 2021
- Ovan dan Andika Syaputra, *Aplikasi Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*, Yayasan Ahmar Cendikia Indonesia, 2020
- Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Depok: Prenadamedia Group, 2018
- Rudi Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori Dan Praktik)*, Jakarta: Duta Media, 2020
- Slamet Riyadi, *Akuntansi Manajemen*, Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2017
- Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*, Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2020
- Sjahrazad Masdar DKK, *Manajemen Sumber Daya Manusia Berbasis Kompetensi Untuk Peayanan Publik*, Surabaya: Airlangga University Press, 2012
- Suparna Wijaya dan Fitriyan Dwi Rahayu, *Penghindaran Pajak*, Guepedia, 2021
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016
- Tarjo, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Deepublish, 2019
- Taufik Irfadat, *Kualitas Pelayanan Publik Pada Knator Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil*, Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2019

Tengku Firli Musfar, *Manajemen Produk Dan Merek*, Bandung : CV. Media Sains Indonesia, 2021

JURNAL

Ade Syarif Maulana,” Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI,” dalam *jurnal Ekonomi*, Vol. 7 No. 2 2016

Analia Lumban Gaol DKK” Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Tahun Akademik 2012/2013 Universitas Brawijaya yang Menggunakan *Smartphon* Samsung)”dalam *jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 38 No. 1 2016

Ahmad Izzuddin dan Muhammad Muhsin,” Pengaruh Kualitas, Layana dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Sate Kelinci Mas Asep Di Jember,” *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, Vol 6 No. 1 Juni 2020

Ali Mubarak, “ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Equity dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada PT. Immortal Cosmedika Indonesia Wilayah Tangerang Selatan),” dalam *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol. 1 No. 3, 2018

Cocorda Istri Agung Krisna Dewi,” Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Bali,” dalam *Jurnal Manajemen Unud* Vol. 7 No. 8, 2018

Diapinsa Gema Zakaria,” Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan” dalam *Jurnal Ilmu Manajemen* Vol. 14. No. 1, 2018

Edi Kurniawan dan Rustiana,” Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Martabak Alim,” *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, Vol 5, No 3. 2020

Erlina Pakki DKK, “ Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkata Kepuasan Loyalitas Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar,” dalam *Jurnal Of Business Administration*, Vol. 3 No. 2, 2019

Iis Noviyanti, “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. Usaha Mandiri Jakarta Selatan,” dalam *Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma*, Vol. 1 No. 2 2018

- Indra Firdiyansyah, “ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam,” dalam *Jurnal Elektronik Rekaman*, Vol. 1 No. 1 2017
- Iis Maulidah DKK, “ Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember, “ dalam *jurnal pendidikan ekonomi* , Vol. 13 No. 1 2019
- Joko Baigo Santoso, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen.”dalam *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, Vol. 16 No. 01 2019
- Lina Sari Situmeang,” Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan,” *Skripsi Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*, 2017
- Maria Monica, Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake, dalam *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* Vol. 6 No. 1, 2013
- Purnomo Edwin Setyo,” Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Best Autoworks” *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, Vol 1, No 6. Februari 2017
- Ridho Rafqi Ilhamalimy dan M. Rizky Mahaputra “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan(Literature Review Manajemen Pemasaran)” dalam *jurnal Ilmu Hukum Humaniora dan Politik* Vol. 1 No. 1 2020
- Rita Wahyuni, Prosedur Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Indomaret Tugu Cimanggis dalam *Jurnal Abiwara* Vol. 1. No. 1 2019
- Rosa lesmana, “pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa” dalam *Jurnal Pemasaran Kompetitif (JPK)*, Vol. 2, No. 2 2019
- Vivian Avianty Dan Handoyo Djokos Waloejo, “ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Stove Syndicate Semarang”, dalam *jurnal of social and politic*, Vol. 1 No. 2 2019
- Yunni Rusmawati DJ dan Bhiastika Ristyanadi, “ Analisis Pelayanan CS (Costumen Service) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Danamon Di Sukodadi Lamongan” dalam *Jurnal Ekbis* Vol. 1 No. 1, 2018

WAWANCARA

Hasil wawancara ibu Diani pelanggan pabrik tahu tempe Desa Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara, 28 Mei 2021, pukul 16:45 Wib

Hasil wawancara ibu Zahara pelanggan pabrik tahu tempe Desa Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara, 28 Mei 2021, pukul 14:15 Wib

Hasil wawancara ibu Elvi pelanggan pabrik tahu tempe Desa Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara, 29 Mei 2021, pukul 10:15 Wib

SKRIPSI

Ali Mukhsin Hasibuan, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen ON-DO BAKERY & CAKE SHOP Padangsidempuan" *Skripsi IAIN Padangsidempuan, 2019*"

Eriyanto Prasetyo Nugroho, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook ACER (Studi Kasus Mahasiswa Unnes Fakultas Ekonomi)" *Skripsi Universitas Negeri Semarang, 2018*

Samsidar, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Penggunaan Jasa Hotel Denpasar Makassar" *Skripsi Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017*

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS PRIBADI

Nama : ISMA HIDAYAH SIREGAR

Nim : 1740200191

Jenis Kelamin : Perempuan

Anak Ke : 2 dari 4 bersaudara

Tempat / Tanggal Lahir : Padanggarugur, 21 Januari 1999

Alamat : Padanggarugur Kec. Padang Bolak Kab. Padang Lawas Utara

Agama : Islam

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

B. NAMA ORANG TUA

Nama Ayah : Ahmad Muda Siregar

Nama Ibu : Mas Dewi Hasibuan

Pekerjaan : Petani

Alamat : Padanggarugur Kec. Padang Bolak Kab. Padang Lawas Utara

No. Hp : 0853-5876-7984

C. PENDIDIKAN

Tahun 2005-2011 : MIN 4 Padang Bolak

Tahun 2011-2014 : MTs Swasta Islamiyah Padanggarugur

Tahun 2014-2017 : MA Swasta Islamiyah Padanggarugur

Motto Hidup : Libatkan ALLAH Dalam Segala Hal

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ja'far Nasution, M.E.I

NIDN : 2004088205

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: "Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Pabrik Tahu Tempe Padanggarugur Kec. Padang Bolak Kab. Padang Lawas Utara".

Yang disusun oleh:

Nama : Isma Hidayah Siregar

Nim : 17 402 00191

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

1.
2.
3.

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

Padangsidimpuan, Maret 2022

Validator

Ja'far Nasution, M.E.I

NIDN. 2004088205

**LEMBAR VALIDASI
ANGKET KEPUASAN PELANGGAN (Y)**

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun
2. Barilah tanda *Cheklis* (\surd) 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
Kualitas Produk	1, 2, 3			
Kualitas Layanan	4, 5, 6			
Faktor Emosional	7			

Catatan:

.....

.....

.....

Padangsidempuan, Maret 2022

Validator

Ja'far Nasution, M.E.I
NIDN. 2004088205

LEMBAR VALIDASI
ANGKET KUALITAS PRODUK (X₁)

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun
2. Barilah tanda *Cheklis* (\checkmark) 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 Dengan Spesifikasi	1, 2			
Jenis Barang	4			
Bentuk Barang	5, 6			
Daya Tahan	7			

Catatan:

.....

.....

.....

Padangsidempuan, Maret 2022

Validator

Ja'far Nasution, M.E.I
NIDN. 2004088205

LEMBAR VALIDASI
ANGKET LAYANAN (X₂)

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun
2. Barilah tanda *Cheklis* (\surd) 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
Keandalan	1, 2			
Jaminan	3, 4			
Daya Tanggap	5, 6			
Empati	7, 8			

Catatan:

.....

.....

.....

Padangsidempuan, Maret 2022

Validator

Ja'far Nasution, M.E.I
NIDN. 2004088205

ANGKET PENELITIAN

Kepada Yth

Bapak/Ibu/Saudara/i Responden

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Dalam rangka penelitian tugas akhir/skripsi pada program Strata 1 (S1) Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (UIN SYAHADA) Padangsidempuan, saya :

Nama : Isma Hidayah Siregar

NIM : 17 402 00191

Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam - Ekonomi Syariah

Bermaksud untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Pabrik Tahu Tenpe Padanggarugur Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara”**. Sehubungan dengan itu saya mohon kesediaan dari Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini dengan lengkap sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Informasi yang Bapak/Ibu/saudara/i berikan hanya digunakan untuk penelitian ini, dan kerahasiaannya akan saya jaga dengan sungguh – sungguh.

Atas bantuan dan kerjasama Bapak/Ibu/Saudara/i dalam menjawab pernyataan pada kuesioner ini, saya mengucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Padanggarugur, Maret 2022

Hormat Saya

Isma Hidayah Siregar
Nim. 17 402 00191

ANGKET PENELITIAN
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PABRIK TAHU TEMPE PADANGGARUGUR
KECAMATAN PADANG BOLAK KABUPATEN PADANG LAWAS
UTARA

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Pekerjaan :

B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah dengan seksama setiap pernyataan dan jawaban yang tersedia.
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 Tidak Setuju (STS)
5	4	3	2	1

4. Semua jawaban Bapak/Ibu, saudara/i dijamin kerahasiaannya.
5. Pernyataan ini semata untuk tujuan penelitian.

C. Daftar Pertanyaan:

1. Angket Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya merasa puas dengan produk yang tersedia di pabrik					
2.	Saya merasa puas dengan kualitas produk yang tersedia di pabrik					
3.	Produk yang dijual di pabrik berkualitas					
4.	Saya merasa puas dengan kinerja pegawai cekatan dan tanggap di pabrik					
5.	Saya merasa puas dengan kebersihan dan kerapian pabrik					
6.	Saya merasa puas dengan keramahan pegawai pabrik dalam melayani konsumen					
7.	Saya merasa lebih bergengsi berbelanja di pasar					
8.						
9.						

2. Angket Kualitas Produk (X₁)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Kualitas produk sangat baik					
2.	Produk yang di tawarkan pabrik sesuai dengan keinginan pelanggan					
3.	Menurut saya produk di pabrik sangat unik					
4.	Bentuk produk di pabrik bermacam-macam					
5.	Kualitas yang tersedia di pabrik lebih bagus daripada di pasar					
6.	Produk pabrik tidak mudah busuk					
7.	Semua produk sudah terjamin tidak ada kerusakan					
8.						
9.						
10.						

3. Angket Kualitas Layanan (X₂)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Pegawai pabrik sangat sigap dalam melayani pelanggan					
2.	Pegawai pabrik dapat memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan					
3.	Merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi di pabrik					
4.	Pegawai pabrik sangat lambat dalam melayani pesanan pelanggan					
5.	Pelayanan di pabrik sangat cepat					
6.	Para pegawai pabrik tanggap terhadap keinginan pelanggan					
7.	Pegawai pabrik melayani dengan ramah dan senyum					
8.	Pegawai pabrik memberikan sapaan kepada pelanggan					

Padangarugur, Oktober 2022

Responden

(.....)

Tabulasi Angket Kualitas Produk (X1)

NO	Kp.1	Kp.2	Kp.3	Kp.4	Kp.5	Kp.6	Kp.7	TOTAL X1
1	4	4	5	5	5	4	4	31
2	4	4	4	4	4	4	4	28
3	3	4	3	2	4	3	5	24
4	5	3	4	3	5	2	4	26
5	3	5	4	3	5	4	5	29
6	4	4	5	3	4	5	4	29
7	5	4	5	3	5	3	4	29
8	4	3	4	4	4	4	4	27
9	5	4	3	4	5	4	4	29
10	4	5	4	3	1	2	1	20
11	4	4	3	4	4	4	3	26
12	4	3	4	3	5	4	5	28
13	2	1	3	3	4	5	4	22
14	4	5	3	1	2	4	1	20
15	3	4	3	2	4	3	2	21
16	5	5	4	5	5	5	4	33
17	5	4	2	1	3	2	1	18
18	2	3	1	3	3	4	5	21
19	4	4	4	4	5	5	3	29
20	4	4	3	2	3	3	5	24
21	4	4	5	5	5	4	4	31
22	4	4	4	4	4	4	4	28
23	3	4	3	2	4	3	5	24
24	5	3	4	3	5	2	4	26
25	3	5	4	3	5	4	5	29
26	4	4	5	3	4	5	4	29
27	5	4	5	3	5	3	4	29
28	4	3	4	4	4	4	4	27
29	5	4	3	4	5	4	4	29
30	4	5	4	3	1	2	1	20

Tabulasi Angket Layanan (X2)

NO	KI.1	KI.2	KI.3	KI.4	KI.5	KI.6	KI.7	KI.8	TOTAL X2
1	4	4	4	4	5	4	4	4	33
2	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	3	4	3	4	3	2	3	26
4	4	4	3	5	4	4	5	4	33
5	4	5	5	4	5	5	4	4	36
6	4	4	5	5	4	4	5	5	36
7	4	3	5	3	4	3	4	5	31
8	4	4	4	4	3	5	2	4	30
9	5	4	5	5	4	4	4	5	36
10	5	4	1	2	3	1	2	2	20
11	4	4	4	3	3	4	4	4	30
12	4	5	5	4	5	3	3	2	31
13	5	4	1	1	2	3	3	5	24
14	5	5	4	3	3	5	4	3	32
15	4	3	3	4	4	3	4	3	28
16	4	2	4	4	3	2	5	5	29
17	5	4	2	3	3	4	1	2	24
18	5	4	3	4	4	4	4	4	32
19	4	4	4	3	4	4	4	4	31
20	4	4	3	4	2	3	3	3	26
21	4	4	4	4	5	4	4	4	33
22	4	4	4	4	4	4	4	4	32
23	4	3	4	3	4	3	2	3	26
24	4	4	3	5	4	4	5	4	33
25	4	5	5	4	5	5	4	4	36
26	4	4	5	5	4	4	5	5	36
27	4	3	5	3	4	3	4	5	31
28	4	4	4	4	3	5	2	4	30
29	5	4	5	5	4	4	4	5	36
30	5	4	1	2	3	1	2	2	20

Tabulasi Angket Kepuasan Pelanggan (Y)

NO	Kp.1	Kp.2	Kp.3	Kp.4	Kp.5	Kp.6	Kp.7	TOTAL Y
1	4	4	4	4	4	4	4	28
2	5	5	5	5	4	4	4	32
3	4	3	4	3	3	2	1	20
4	3	5	3	4	3	5	4	27
5	5	4	5	4	5	5	3	31
6	5	4	4	5	2	3	1	24
7	4	2	3	4	5	4	3	25
8	4	3	4	4	4	4	4	27
9	5	4	5	4	3	3	4	28
10	5	4	4	4	5	5	5	32
11	5	4	4	4	4	5	3	29
12	4	4	3	4	3	4	3	25
13	5	4	3	4	5	5	2	28
14	5	4	3	2	3	2	3	22
15	4	4	3	2	4	3	5	25
16	4	5	5	4	4	5	4	31
17	5	4	5	4	2	2	1	23
18	5	4	3	2	1	2	1	18
19	5	4	4	4	3	4	3	27
20	4	3	4	3	4	3	4	25
21	4	4	4	4	4	4	4	28
22	5	5	5	5	4	4	4	32
23	4	3	4	3	3	2	1	20
24	3	5	3	4	3	5	4	27
25	5	4	5	4	5	5	3	31
26	5	4	4	5	2	3	1	24
27	4	2	3	4	5	4	3	25
28	4	3	4	4	4	4	4	27
29	5	4	5	4	3	3	4	28
30	5	4	4	4	5	5	5	32

CORRELATIONS
 /VARIABLES=X01 X02 X03 X04 X05 X06 X07 Total
 /PRINT=TWOTAIL NOSIG
 /MISSING=PAIRWISE.

Correlations

		Correlations							
		X01	X02	X03	X04	X05	X06	X07	Total
X01	Pearson Correlation	1	.132	.464**	.162	.045	.140	.227	.566
	Sig. (2-tailed)		.487	.010	.393	.815	.461	.228	.309
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X02	Pearson Correlation	.132	1	.283	.243	.228	.293	.230	.636*
	Sig. (2-tailed)	.487		.130	.195	.226	.116	.222	.017
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X03	Pearson Correlation	.464**	.283	1	.446*	.069	.032	.076	.650**
	Sig. (2-tailed)	.010	.130		.013	.717	.866	.691	.006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X04	Pearson Correlation	.162	.243	.446*	1	.170	.481**	.062	.743**
	Sig. (2-tailed)	.393	.195	.013		.368	.007	.745	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X05	Pearson Correlation	-.045	-.228	.069	.170	1	.676**	.573**	.792**
	Sig. (2-tailed)	.815	.226	.717	.368		.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X06	Pearson Correlation	-.140	.293	.032	.481**	.676**	1	.553**	.542**
	Sig. (2-tailed)	.461	.116	.866	.007	.000		.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X07	Pearson Correlation	-.227	.230	.076	.062	.573**	.553**	1	.585**
	Sig. (2-tailed)	.228	.222	.691	.745	.001	.002		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.192	.434*	.487**	.584**	.666**	.809**	.699**	1
	Sig. (2-tailed)	.309	.017	.006	.001	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

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

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

		X01	X02	X03	X04	X05	X06	X07	Total
X01	Pearson Correlation	1	.235	.375 [*]	.205	.215	.268	.234	.458
	Sig. (2-tailed)		.211	.041	.278	.253	.153	.213	.071
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X02	Pearson Correlation	.235	1	.182	-.055	-.243	-.131	-.320	.434
	Sig. (2-tailed)	.211		.337	.771	.196	.489	.085	.637
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X03	Pearson Correlation	.375 [*]	.182	1	.446 [*]	.337	.154	.104	.487 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.041	.337		.013	.069	.417	.584	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X04	Pearson Correlation	.205	-.055	.446 [*]	1	.457 [*]	.458 [*]	.286	.584 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.278	.771	.013		.011	.011	.125	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X05	Pearson Correlation	.215	-.243	.337	.457 [*]	1	.367 [*]	.659 ^{**}	.666 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.253	.196	.069	.011		.046	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X06	Pearson Correlation	-.268	-.131	.154	.458 [*]	.367 [*]	1	.359	.809 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.153	.489	.417	.011	.046		.051	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X07	Pearson Correlation	-.234	-.320	.104	.286	.659 ^{**}	.359	1	.699 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.213	.085	.584	.125	.000	.051		.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.334	.090	.650 ^{**}	.743 ^{**}	.792 ^{**}	.542 ^{**}	.585 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.071	.637	.000	.000	.000	.002	.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Correlations

		X01	X02	X03	X04	X05	X06	X07	X08	Total
X01	Pearson Correlation	1	.209	.510**	.357	.388*	.228	.315	.207	.473
	Sig. (2-tailed)		.269	.004	.053	.034	.227	.090	.271	.074
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X02	Pearson Correlation	.209	1	.055	.111	.210	.499**	-.014	-.238	.575
	Sig. (2-tailed)	.269		.771	.560	.264	.005	.941	.205	.103
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X03	Pearson Correlation	-.510**	.055	1	.597**	.599**	.530**	.459*	.510**	.812**
	Sig. (2-tailed)	.004	.771		.001	.000	.003	.011	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X04	Pearson Correlation	-.357	.111	.597**	1	.466**	.497**	.572**	.372*	.780**
	Sig. (2-tailed)	.053	.560	.001		.010	.005	.001	.043	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X05	Pearson Correlation	-.388*	.210	.599**	.466**	1	.304	.381*	.121	.626**
	Sig. (2-tailed)	.034	.264	.000	.010		.103	.038	.523	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X06	Pearson Correlation	-.228	.499**	.530**	.497**	.304	1	.249	.344	.722**
	Sig. (2-tailed)	.227	.005	.003	.005	.103		.185	.062	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X07	Pearson Correlation	-.315	-.014	.459*	.572**	.381*	.249	1	.660**	.730**
	Sig. (2-tailed)	.090	.941	.011	.001	.038	.185		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X08	Pearson Correlation	-.207	-.238	.510**	.372*	.121	.344	.660**	1	.644**
	Sig. (2-tailed)	.271	.205	.004	.043	.523	.062	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	-.330	.303	.812**	.780**	.626**	.722**	.730**	.644**	1
	Sig. (2-tailed)	.074	.103	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.615	7

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.748	8

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.661	7

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
K.Produk	30	18.00	33.00	26.2000	3.90755
Pelayanan	30	20.00	36.00	30.4333	4.51575
Kepuasan Pelanggan	30	18.00	32.00	26.7000	3.77058
Valid N (listwise)	30				

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.36781761
Most Extreme Differences	Absolute	.113
	Positive	.098
	Negative	-.113
Test Statistic		.113
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.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	21.758	4.787		4.545	.000		
	Kualitas Produk	.597	.228	.619	2.616	.014	.528	1.892
	Pelayanan	-.351	.197	-.421	-1.780	.086	.528	1.892

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.395	2.798		2.286	.030
	Kualitas Produk	-.043	.133	-.083	-.323	.749
	Pelayanan	-.086	.115	-.192	-.749	.461

a. Dependent Variable: Abs_Res

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.450 ^a	.202	.143	3.49032

a. Predictors: (Constant), pelayanan, kualitas produk

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	83.376	2	41.688	3.422	.047 ^b
	Residual	328.924	27	12.182		
	Total	412.300	29			

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

b. Predictors: (Constant), pelayanan, kualitas produk

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.758	4.787		4.545	.000
	kualitas produk	.597	.228	.619	2.616	.014
	pelayanan	-.351	.197	-.421	-1.780	.086

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan



Dokumentasi dengan Pelanggan Pabrik Tahu Tempe di Desa Padanggarugur Kec. Padang Bolak, Kab. Padang Lawas Utara. Pada Tgl 16/11/2022. Pukul 15:11 Wib.



Dokumentasi dengan Pelanggan Pabrik Tahu Tempe di Desa Padanggarugur Kec. Padang Bolak, Kab. Padang Lawas Utara. Pada Tgl 16/11/2022. Pukul 13:30 Wib.



Dokumentasi dengan Pelanggan Pabrik Tahu Tempe di Desa Padanggarugur Kec. Padang Bolak, Kab. Padang Lawas Utara. Pada Tgl 16/11/2022. Pukul 16:10 Wib.



Dokumentasi dengan Pelanggan Pabrik Tahu Tempe di Desa Padanggarugur Kec. Padang Bolak, Kab. Padang Lawas Utara. Pada Tgl 18/11/2022. Pukul 17:11 Wib.



Dokumentasi dengan Pelanggan Pabrik Tahu Tempe di Desa Padanggarugur Kec. Padang Bolak, Kab. Padang Lawas Utara. Pada Tgl 17/11/2022. Pukul 10:20 Wib.



Dokumentasi dengan Pelanggan Pabrik Tahu Tempe di Desa Padanggarugur Kec. Padang Bolak, Kab. Padang Lawas Utara. Pada Tgl 20/11/2022. Pukul 16:03 Wib.