



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN 3B CAFE DI  
PARAMAN AMPALU KECAMATAN GUNUNG  
TULEH KABUPATEN PASAMAN BARAT**

**SKRIPSI**

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

**Oleh:**

**MELSA  
NIM. 18 402 00174**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKHALI HASANAHMADADDARY  
PADANGSIDIMPUAN**

**2023**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN 3B CAFE DI  
PARAMAN AMPALU KECAMATAN GUNUNG  
TULEH KABUPATEN PASAMAN BARAT**

**SKRIPSI**

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

**Oleh:**

**MELSA  
NIM. 18 402 00174**

**PEMBIMBING I**

**Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd.  
NIP. 198303172018012001**

**PEMBIMBING II**

**Arfi Damisa S.H.I, M.E.I  
NIDN. 2020128902**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKHALI HASANAHMADADDARY  
PADANGSIDIMPUAN  
2023**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UIN SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733  
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi  
a.n. **MELSA**  
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, Mei 2023  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam Universitas Islam Negeri  
Syekh Ali Hasan Ahmad Addary  
Padangsidimpuan  
Di-  
Padangsidimpuan

*Assalamu'alaikumWr. Wb*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi **MELSA** yang berjudul "**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN 3B CAFÉ DI PARAMAN AMPALU KECAMATAN GUNUNG TULEH KABUPATEN PASAMAN BARAT**" Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syari'ah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

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

*Wassalamu'alaikumWr. Wb.*

**PEMBIMBING I**

**Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd.**  
**NIP. 198303172018012001**

**PEMBIMBING II**

**Arti Damisa S.H.I, M.E.I**  
**NIDN. 2020128902**

## **SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI**

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

Nama : Melsa

NIM : 18 402 00174

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi: Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan 3B Cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat**

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

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

Padangsidempuan, Maret 2023

Saya yang Menyatakan,



**MELSA**

**NIM. 18 402 00174**

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

---

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

Nama : Melsa  
NIM : 18 402 00174  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan 3B Cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat”**. Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : Maret 2023

Yang menyatakan,



NIM. 18 402 00174



**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:uinsyahada.ac.id

**DEWAN PENGUJI**  
**SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**NAMA** : MELSA  
**NIM** : 18 402 00174  
**FAKULTAS/PROGRAM STUDI** : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
**JUDUL SKRIPSI** : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan 3B Cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat

**Ketua**

**Dr. Rukiah, SE., M.Si**  
**NIDN. 2028076201**

**Sekretaris**

**Delima Sari Lubis, MA**  
**NIDN. 2012058401**

**Anggota**

**Dr. Rukiah, SE., M.Si**  
**NIDN. 2028076201**

**Delima Sari Lubis, MA**  
**NIDN. 2012058401**

**Windari, SE., MA**  
**NIDN. 2010058301**

**M. Fauzan, M.E.I.**  
**NIDN. 0104048904**

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**

**Di** : Padangsidempuan  
**Hari/Tanggal** : Selasa /11 April 2023  
**Pukul** : 09.00 WIB – Selesai  
**Hasil/Nilai** : Lulus / 69 (C)  
**Indeks Prestasi Kumulatif** : 3,49



**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

**PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN 3B CAFE DI  
PARAMAN AMPALU KECAMATAN GUNUNG  
TULEH KABUPATEN PASAMAN BARAT**

**NAMA : MELSA**  
**NIM : 18 402 00174**

Telah dapat diterima untuk memenuhi syarat dalam  
memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E)**  
dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidempuan, Juni 2023

Dekan



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

## ABSTRAK

Nama : Melsa

NIM : 1840200174

**Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan 3B Cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat**

Perkembangan bisnis kuliner dari waktu ke waktu mengalami perkembangan yang pesat, baik dari segi kualitas maupun kuantitasnya. Kepuasan pelanggan merupakan prioritas utama perusahaan untuk memberikan yang terbaik kepada pelanggannya. Kualitas pelayanan dan harga yang diberikan 3B Cafe cukup baik namun pelanggan masih kurang puas. Rumusan masalah pada penelitian ini apakah ada pengaruh kualitas pelayanan, harga terhadap kepuasan pelanggan 3B Cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan 3B Cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat.

Pembahasan penelitian ini berkaitan dengan bidang ilmu manajemen pemasaran. Teori yang digunakan kualitas pelayanan yang baik bahkan melebihi apa yang diharapkan pelanggan akan merasa puas. Selain itu juga menggunakan teori harga yang sesuai akan membuat pelanggan tertarik dan berkunjung kembali.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dengan sumber data yaitu data primer dengan jumlah sampel sebanyak 97 responden serta teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *insidental sampling*. Data diperoleh dari hasil wawancara, angket/kuesioner dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linearitas, uji multikoleniaritas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linear berganda, uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji parsial (uji t), dan uji simultan (uji F), serta dengan menggunakan SPSS Versi 23.

Hasil penelitian menyatakan ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan 3B cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat. Kemudian ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan 3B cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat. Ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan 3B cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat.

**Kata kunci: Harga, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan**



## KATA PENGANTAR



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

Skripsi ini berjudul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan 3B Cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat”** ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Program Studi Ekonomi Syariah di Universitas Negeri Islam Syekh Hasan Ahmad Addary (UIN) Padangsidimpuan.

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

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Rektor UIN Padangsidimpuan, 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 Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Dr. Rukiah, S.E., M.A., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan, Ibu Dra. Hj Replita, M.Si., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan Bapak/Ibu Dosen serta Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Ibu Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd. selaku Pembimbing I dan Ibu Arti Damisa, S.H.I., M.E.I., selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak serta Ibu dosen UIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di UIN Padangsidempuan.
6. Teristimewa saya ucapkan terima kasih kepada keluarga tercinta Ibunda tercinta Siti Hanum 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 sayang-Nya kepada Ibu tercinta dan diberi balasan atas perjuangannya dengan surga firdaus-Nya, serta kepada kepada ketujuh saudara peneliti, Hanifa, Ikhsan, M. Halid Juanepi, Daswisar, Dafrizal, Isawati serta seluruh keluarga tercinta yang tak bosan memberikan motivasi dan dukungan kepada peneliti semoga semuanya sukses dan selalu diridhoi Allah SWT.

7. Terimakasih kepada sahabat-sahabat tercinta Ervina Mandasari, Siti Namora Dasopang, Tri Sucitra, Kartika, Roma Ramdhani, yang selalu memberikan motivasi dan semangat serta dukungan dalam penyelesaian peneliti. Serta sahabat-sahabat seperjuangan di Ekonomi Syariah Manajemen Bisnis-1 Mahasiswa Angkatan 2018 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.
8. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

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.

Padangsidempuan,

2023

Peneliti

**Melsa**

**NIM.18 402 00174**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### 1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan 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	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	šad	š	Es (dengan titik dibawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

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

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	Fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	Dammah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ي	Fathah dan ya	Ai	a dan i
.....و	Fathah dan wau	Au	a dan u

- c. *Maddah* adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
------------------	------	-----------------	------

...أ...إ..	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
...ى..	Kasrah dan ya	I	i dan garis di bawah
...ؤ	Dammah dan wau	U	u dan garis di atas

### 3. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *Ta Marbutah* ada dua.

- Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah /t/.
- Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

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

### 4. *Syaddah (Tasydid)*

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

### 5. *Kata Sandang*

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

ا 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*.

- 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.

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

#### **6. Hamzah**

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

#### **7. Penulisan Kata**

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

#### **8. Huruf Kapital**

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

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

#### **9. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu



tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

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

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI</b>	
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>

### BAB I PENDAHULUAN

<b>A. Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Identifikasi Masalah.....</b>	<b>8</b>
<b>C. Batasan Masalah .....</b>	<b>8</b>
<b>D. Definisi Operasional.....</b>	<b>9</b>
<b>E. Rumusan Masalah.....</b>	<b>11</b>
<b>F. Tujuan Penelitian .....</b>	<b>11</b>
<b>G. Manfaat Penelitian .....</b>	<b>12</b>
1. Bagi Peneliti .....	12
2. Bagi perusahaan.....	12
3. Pihak Akademis .....	12
4. Pihak Lainnya .....	12

### BAB II LANDASAN TEORI

<b>A. Kerangka Teori .....</b>	<b>14</b>
1. Kepuasan Pelanggan.....	14
a. Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	14
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	15
c. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	16
d. Kepuasan dalam Perspektif Islam .....	18
2. Kualitas Pelayanan .....	19
a. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	19
b. Dimensi Kualitas Pelayanan .....	21
c. Ciri-Ciri Pelayanan yang Baik.....	23
d. Kualitas Pelayanan dalam Islam.....	24
3. Harga .....	25
a. Pengertian Harga .....	25
b. Tujuan Penetapan Harga.....	26
c. Harga dalam Perspektif Islam.....	27
<b>B. Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>29</b>
<b>C. Kerangka Teori .....</b>	<b>33</b>
<b>D. Hipotesis .....</b>	<b>34</b>

### **BAB III METODE PENELITIAN**

<b>A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....</b>	<b>36</b>
<b>B. Jenis Penelitian.....</b>	<b>36</b>
<b>C. Populasi dan Sampel.....</b>	<b>36</b>
1. Populasi.....	36
2. Sampel.....	37
<b>D. Sumber Data.....</b>	<b>38</b>
<b>E. Instrument Pengumpulan Data.....</b>	<b>39</b>
1. Wawancara.....	39
2. Angket/kuesioner.....	39
3. Dokumentasi.....	41
<b>F. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen.....</b>	<b>41</b>
1. Uji Validitas.....	41
2. Uji Reabilitas.....	42
<b>G. Analisis Data.....</b>	<b>42</b>
1. Uji Asumsi Dasar.....	43
a. Uji Normalitas.....	43
b. Uji Linearitas.....	43
2. Uji Asumsi Klasik.....	44
a. Uji Multikolinieritas.....	44
b. Uji Heteroskedastisitas.....	44
3. Uji Regresi Linear Berganda.....	44
4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	45
5. Uji Hipotesis.....	46
a. Uji Signifikan Parsial (Uji-t).....	46
b. Uji Signifikan Simultan (Uji-F).....	47

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

<b>A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....</b>	<b>48</b>
1. Sejarah 3B Cafe.....	48
2. Visi Misi 3B Cafe.....	49
3. Struktur Organisasi 3B Cafe.....	50
<b>B. Karakteristik Responden Penelitian.....</b>	<b>51</b>
<b>C. Hasil Analisis Data.....</b>	<b>52</b>
1. Hasil Uji Validitas.....	52
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	54
3. Hasil Uji Asumsi Dasar.....	54
a. Hasil Uji Normalitas.....	54
b. Hasil Uji Linearitas.....	55
4. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	57
a. Hasil Uji Multikolinieritas.....	57
b. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	57
5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	58
6. Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ ).....	59
7. Hasil Uji Hipotesis.....	60
a. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	60

b. Hasil Uji Simultan (Uji f).....	61
<b>D. Pembahasan Penelitian.....</b>	<b>62</b>
<b>E. Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>66</b>

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	68
B. Saran .....	69

**DAFTAR PUSTAKA**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

**DAFTAR LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Data Pelanggan 3B Cafe .....	6
Tabel I.2 Definisi Operasional Variabel .....	10
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel III.1 Pengukuran Skala Likert.....	41
Tabel III.2 Kisi-Kisi Angket .....	41
Tabel IV.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
Tabel IV.2 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	52
Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1) .....	53
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Harga (X2) .....	54
Tabel IV.5 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1) .....	55
Tabel IV.6 Hasil Uji Reabilitas.....	55
Tabel IV.7 Hasil Uji Normalitas .....	56
Tabel IV.8 Hasil Uji Linearitas Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	57
Tabel IV. 9 Hasil Uji Linearitas Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	58
Tabel IV.10 Hasil Uji Multikolonieritas .....	58
Tabel IV.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	59
Tabel IV.12 Hasil Uji Regresi Linear berganda.....	60
Tabel IV.13 Hasil Uji Determinasi (Uji-R <sup>2</sup> ) .....	61
Tabel IV.14 Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji-t) .....	62
Tabel IV.15 Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji-f) .....	63

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pikir .....	34
Gambar IV.1 Logo 3B cafe .....	51
Gambar IV.2 Struktur Organisasi .....	51

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan bisnis kuliner dari waktu ke waktu mengalami perkembangan yang pesat, baik dari segi kualitas maupun kuantitasnya. Bisnis kuliner yang berkembang telah berbagai ragam seperti bisnis restoran dan bisnis *popular catering* (*cafe, coffe, shop*, toko roti/bakery dan steak house). Banyaknya bisnis di bidang kuliner yang kini dihadapkan pada masyarakat, diharapkan mampu meningkatkan perekonomian Indonesia. Akan tetapi dampak yang diakibatkan oleh banyaknya pesaing kuliner yang berkembang, khususnya bisnis restoran. Perusahaan dikatakan berhasil apabila dalam usahanya mampu menciptakan kepuasan bagi pelanggannya.

Kepuasan pelanggan ini sangat bergantung pada persepsi dan harapan pelanggan itu sendiri. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan ketika melakukan pembelian suatu barang atau jasa. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya. Seorang pelanggan jika merasa puas dengan nilai yang di berikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinan menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.<sup>1</sup>

Kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja yang *Real* atau aktual dengan kinerja produk yang diharapkan. Dapat diartikan

---

<sup>1</sup>Meithiana Indrasari, *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN* (Surabaya: Unitomo Press, 2019), hlm. 82.

sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima oleh pelanggan.<sup>2</sup> Para pelaku bisnis harus menyiapkan strategi agar dapat menyenangkan hati dan membangun rasa antusias pelanggan menjadi suatu *experience* di dalam mengkonsumsi produk, sehingga akan membuat mereka terkesan. Oleh karena itu diperlukan sebuah paradigma untuk menggeser sebuah pemikiran tradisional dalam kategori bisnis kuliner, yang sebelumnya hanya menyediakan menu hidangan (makanan dan minuman) saja.

Dalam usaha, kepuasan pelanggan dijadikan prioritas perusahaan untuk memberikan yang terbaik kepada pelanggannya, agar pelanggan merasa puas, inilah yang dimaksud dengan memenangkan persaingan global. 3B merupakan salah satu tempat kuliner yang juga tersedianya tempat wisata bagi para pelanggan yang datang, dalam usahanya 3B Cafe tersebut tidak hanya menyediakan makanan saja akan tetapi cafe tersebut menambah fasilitasnya dengan tersedianya kolam renang untuk dewasa dan ada juga untuk anak-anak, hiburan musik *live*, *wifi*, spotfoto selain itu terdapatnya keindahan aliran sungai disamping 3B cafe yang menjadi salah satu daya tarik khusus bagi para pelanggan. 3B Cafe dalam memberikan kepuasan kepada pelanggannya melalui berbagai upaya yang dilakukan untuk bertahan survive di masa ini, disamping menghadapi persaingan yang ketat diantara usaha kuliner lainnya. Cara yang harus ditempuh 3B Cafe dalam hal ini adalah dengan menentukan strategi yang tepat agar dapat bertahan di tengah persaingan yang dapat meningkatkan profitabilitasnya. 3B Cafe perlu menentukan strategi yang

---

<sup>2</sup>Purnomo Edwin Setyo, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen "best autoworks"", *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Volume 1, No. 6, Februari 2017. Hlm. 758.



bagus untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan seperti dari segi pelayanan dan harga yang terjangkau di lingkungan masyarakat. Hal ini sangat penting untuk diperhatikan supaya para pelanggan puas atas semua yang diberikan 3B Cafe sehingga diharapkan 3B cafe semakin baik dan berkembang.

Kualitas pelayanan adalah menjadi salah satu keharusan yang dilakukan oleh perusahaan agar mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan.<sup>3</sup> Salah satu penyebab terjadinya ketidakpuasan adalah masalah kualitas pelayanan, Maka pelayanan harus diperhatikan, pelayanan yang cepat dan tanggap, baik, dan bahkan melebihi pelayanan yang mereka harapkan pelanggan akan lebih puas dan kemungkinan akan menggunakan jasa dimasa yang akan datang. Namun sebaliknya, jika pelayanan kurang baik atau tidak memuaskan pelanggan atau jauh dari apa yang mereka harapkan akan timbul rasa kecewa, dan mereka enggan untuk kembali lagi. Dan selain itu nama usaha juga akan menjadi buruk dan beresiko apabila mereka bercerita kepada orang lain tentang kejelekan perusahaan yang bersangkutan. Untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan faktor utamanya yaitu: kualitas pelayanan, harga, kualitas produk, emosional dan biaya.<sup>4</sup>

Salah satu strategi yang di tempuh oleh 3B Cafe untuk memenuhi kepuasan pelanggan, 3B cafe berusaha memberikan pelayanan yang baik

---

<sup>3</sup>Ludviyatus Sholeha,Sutrisno Dajaja dan Joko Widodo, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di AHASS Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogo Jampi Kabupaten Banyuwangi”*JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*Volume 12m. Nomor 1, 2018. Hlm. 3.

<sup>4</sup>Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Bandung, Pustaka Setia, 2015), hlm. 239.

kepada pelanggan secara baik dan sesuai kebutuhan. 3B Cafe telah berusaha memberikan pelayanan yang terbaik agar pelanggannya puas dan loyal dengan 3B cafe. Pelanggan merasa puas jika segala kebutuhannya selalu dilayani dengan baik, dengan kepuasan pelanggan yang terpenuhi diharapkan akan memberikan pengaruh yang baik kepada 3B cafe sehingga meningkatkan jumlah pelanggan. Kualitas pelayanan sangat penting untuk dikelola. Kualitas pelayanan adalah suatu penilaian dari pelanggan atau konsumen terkait pelayanan atau jasa yang mereka terima (*Perceived Service*) dengan tingkat pelayanan yang diinginkan atau diharapkan (*Expected Service*).<sup>5</sup>

Dalam proses pemberian kualitas pelayanan diperlukan adanya saran maupun kritik (keluhan) dari pelanggan supaya pelayanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan sehingga pelanggan merasa nyaman dan tentunya akan berdampak kepada kepuasan pelanggan.<sup>6</sup> Wawancara dengan beberapa pelanggan 3B Cafe yang menyatakan adanya ketidakpuasan pelanggan. Wawancara dengan Aina Letti menyatakan “Dalam kegiatannya 3B cafe masih terdapat beberapa ketidakpuasan pelanggan dari segi pelayanan, contohnya pelayan 3B cafe tidak menyediakan daftar menu kepada pelanggan yang datang, dimana pelanggan hanya bisa melihat menu di meja kasir dan harus langsung memesan menu di tempat kasir juga.”<sup>7</sup> Wawancara dengan Elson menyatakan adanya ketidakpuasan dalam pelayanan proses

---

<sup>5</sup>Salim Al Idrus, *Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian*, (Malang: MNC Publishing, 2019), hlm. 2.

<sup>6</sup>Farid Firmansyah & Rudy Haryanto, *Manajemen Kualitas Jasa*, (Pemekasan: Duta Media, 2019), hlm. 11.

<sup>7</sup>Hasil Wawancara, pada tanggal 10 Agustus 2022.

pembayarannya pelanggan tidak mendapatkan *Bill* (catatan tagihan harga), pelanggan hanya bisa langsung melihat harga hanya di daftar menu saja.<sup>8</sup> Selanjutnya wawancara dengan bapak Azhar menyatakan “pelayan 3B cafe masih menggunakan baju bebas dihari biasa tanpa adanya tanda pengenal sebagai pelayan dari 3B cafe, pelayan 3B cafe hanya memakai baju seragam di hari libur dan hari besar saja sehingga pelanggan merasa kesulitan untuk mengetahui pelayan dari 3B cafe. Pegawai harusnya diberikan baju seragam agar penampilannya mudah diketahui oleh pelanggan. Namun pada kenyataannya terlihat bahwa apa yang diterapkan belum maksimal.”<sup>9</sup>

Selain kualitas pelayanan, harga juga termasuk faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Harga memainkan peran penting dalam bauran pemasaran, karena penentuan harga terkait langsung nantinya dengan pendapatan yang diterima oleh perusahaan. Penentuan keputusan harga juga sedemikian penting dalam menentukan seberapa jauh layanan/jasa dinilai oleh pelanggan, dan juga dalam membangun citra. Penentuan harga juga memberikan persepsi tertentu dalam hal kualitas pelayanan.<sup>10</sup> Harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa. Harga mempengaruhi citra dan strategi positioning. Dalam pemasaran produk yang lebih mengutamakan citra kualitas dan eksklusifitas harga menjadi unsur penting. Pelanggan cenderung mengasosiasikan harga dengan tingkat kualitas produk, harga yang mahal dipersepsikan mencerminkan kualitas yang tinggi

---

<sup>8</sup>Hasil Wawancara, pada tanggal 10 Agustus 2022.

<sup>9</sup>Hasil Wawancara, pada tanggal 10 Agustus 2022.

<sup>10</sup>Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Selemba Empat, 2013), hlm.136.

dan sebaliknya, karena itu tidak mengherankan jika harga dari suatu produk spesial sangatlah mahal.<sup>11</sup>

3B cafe berusaha memberikan harga yang terjangkau untuk mendapatkan pelanggan. Dengan memberikan harga yang terjangkau 3B cafe berharap pelanggan merasa puas dan tetap loyal terhadap 3B cafe, sehingga 3B cafe semakin baik dan berkembang. Berikut data pelanggan pada tahun 2017-2021:

**Tabel I.1**  
**Daftar Menu dan Harga 3B Cafe**

Bulan	Tahun				
	2017	2018	2019	2020	2021
Januari	-	109	115	520	256
Februari	-	128	123	487	372
Maret	260	130	142	457	384
April	278	148	246	468	396
Mei	290	146	275	441	411
Juni	320	201	280	459	428
Juli	342	121	292	439	459
Agustus	364	221	315	410	511
September	339	214	339	310	428
Oktober	360	369	348	359	430
November	225	352	358	223	469
Desember	250	242	412	220	495
Jumlah	3.028	2.381	3.246	4.482	5.039

**Sumber: 3B Cafe Paraman Ampalu**

Jumlah pelanggan 3B Cafe pada tahun 2017 dihitung Maret sampai Desember selalu mengalami peningkatan penjualan. Dimana pada tahun 2017, 3B Cafe memperoleh jumlah pelanggan sebanyak 3.028 pelanggan. Sedangkan pada tahun 2018 jumlah pelanggan 3B Cafe mencapai 2.381, hal ini berarti pada tahun 2018 3B Cafe mengalami penurunan jumlah pengunjung 647 pelanggan. Penurunan jumlah pelanggan 3B Cafe terjadi selama beberapa

<sup>11</sup>Ade Syarif maulana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI" Jurnal Ekonomi, Volume 7, Nomor 2, 2016, hlm 199.

bulan secara beruntun, yaitu terhitung sejak bulan Januari sampai dengan bulan Agustus 2018.

Beberapa penelitian mengenai kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan, Eko Budiyanto telah melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Persepsi Harga, Diskon Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Giant Supermarket Rungut Surabaya. Hasil penelitian kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.<sup>12</sup> Penelitian menurut Rini Sugiarasih Duki Saputri dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap loyalitas Pelanggan Grab Semarang. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.<sup>13</sup>

Menurut Abdul Gofur dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Indogester Jaya, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.<sup>14</sup> Akan tetapi berbeda dengan penelitian yang dilakukan Tajuddin Nila Sari dengan judul Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada toko mitra bangunan di kecamatan Bua, Kabupaten Lawu, hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan

---

<sup>12</sup>Eko Budiyanto, "Pengaruh Persepsi Harga, Diskon Harga, dan kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Supermarket Rungut Surabaya", *Management & Accounting Research Journal Global*, Vol. 3, No. 1, 2018. Hlm. 13.

<sup>13</sup>Rini Sugiarsih, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang", *Journal of Strategic Communication*, Vol. 10, No. 1, 2019, hlm. 21.

<sup>14</sup>Abdul Gofur, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Indosteger Jaya", *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB), Fakultas Ekonomi UNIAT*, Vol. 4, No. 1, 2019, hlm. 23.

konsumen, sedangkan harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.<sup>15</sup>

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan 3B Cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka yang menjadi identifikasi masalah ialah:

1. Kepuasan pelanggan terhadap 3B Cafe masih kurang baik.
2. Belum terpenuhinya harapan pelanggan untuk mendapatkan pelayanan yang baik di 3B cafe.
3. 3B cafe kurang memperhatikan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan dan harga.
4. kualitas pelayanan yang diberikan oleh 3B Cafe kepada pelanggan belum sesuai dengan yang diinginkan tidak cepat dalam menanggapi permintaan konsumen.

## **C. Batasan Masalah**

Agar penelitian ini lebih terarah dan fokus pada permasalahan yang dikaji, perlu dibuat batasan masalah dalam penelitian ini meliputi pembatasan terhadap objek penelitian yakni pembahasan variabel dan subjek penelitian itu adalah hanya membahas kualitas pelayanan dan harga menjadi tolak ukur

---

<sup>15</sup>Tajuddin, Nilasari, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Mitra Bangunan Di Kecamatan Bua, Kabupaten Luwu (Skripsi), Universitas Muhammadiyah Palopo, 2020, hlm. 78.

kepuasan pelanggan 3B Cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat.

#### D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan petunjuk bagaimana suatu variabel diukur secara operasional di lapangan. Definisi operasional sebaiknya berasal dari konsep teori dan definisi atau gabungan keduanya yang ada di lapangan. Maka peneliti membatasi operasional variabel dengan Kualitas Pelayanan sebagai X1, Harga sebagai X2 dan Kepuasan Pelanggan sebagai Y.

**Tabel I.2**  
**Definisi Operasional Variabel**

No	Jenis Variabel	Defenisi Variabel	Indikator Variabel	Skala Pengukuran
1	Kepuasan pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan adalah tingkat persaaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya dengan diasumsikan bahwa kalau kinerja dibawah harapan maka pelanggan merasa kecewa.	1. Kualitas produk 2. Harga 3. Biaya 4. Kualitas pelayanan <sup>16</sup>	Interval
2	Kualitas pelayan (X <sub>1</sub> )	Kualitas adalah pelayan derajat yang dicaapi	1. Keandalan ( <i>reliability</i> ) 2. Daya tanggap	Interval

<sup>16</sup> Vinna Sri Yuniarti, *Op Cit*, hlm. 239.

		<p>oleh karakteristik yang intern dalam memenuhi persyaratan. Sedangkan pelayanan adalah suatu aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya inetraksi antara konsumen dengan karyawan yang disediakan oleh perusahaan pemberian pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen ata pelanggan.</p>	<p>(responsiveness) 3. Jaminan (<i>assurance</i>) 4. Empati (<i>Empathy</i>) Wujud fisik (<i>Tangible</i>)<sup>17</sup></p>	
3	Harga ( $X_2$ )	<p>Harga adalah nilai suatu barang yang dimasukkan dalam mata uang ataupun medium moneter lainnya yang dijadikan sebagai alat pembayaran.</p>	<p>1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing 4. Kesesuaian harga dengan produk</p>	Interval

<sup>17</sup>M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabenta, 2012), hlm. 221.



### **E. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah dan batasan masalah yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan 3B cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat?
2. Apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan 3B cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat?
3. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan 3B cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat?

### **F. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan 3B cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan 3B cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat.

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan 3B cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat.

### **G. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Untuk menambah wawasan dan melatih pola pikir serta dapat mengaplikasikan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan dan juga dapat dijadikan sebagai referensi dalam menghadapi permasalahan yang sama.

2. Bagi perusahaan

Dengan hasil penelitian ini diharapkan perusahaan dapat mengetahui pengaruh pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga menjadi pertimbangan bagi perusahaan dalam mengambil keputusan tentang pelayanan dan harga yang diberikan kepada pelanggan.

3. Pihak akademis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak kampus untuk pengembangan keilmuan, khususnya pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta sebagai referensi tambahan bagi peneliti berikutnya.

4. Pihak lainnya

Untuk menambah pengetahuan serta acuan bagi peneliti yang lain dengan topik yang berkenaan. Kesimpulan yang dimaksud untuk

melengkapi apa yang kurang dari tulisan ini sehingga dapat mengembangkan pasca penelitian.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kerangka Teori**

##### **1. Kepuasan Pelanggan**

###### **a. Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil yang diharapkan. Tingkat kepuasan merupakan fungsi perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*Perceived Performance*) dan harapan (*Expectation*). Pelanggan bisa mengalami salah satu dari tingkat kepuasan yang umum. Jika kinerja di bawah harapan maka, pelanggan tidak akan puas. Kalau kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas, apabila kinerja melampaui harapan, maka pelanggan akan sangat puas, senang dan bahagia.<sup>18</sup>

Berdasarkan defenisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan yang ditinjau dan sisi pelanggan yaitu mengenai apa yang telah dirasakan atas pelayanan yang diberikan dibandingkan dengan apa yang mereka inginkan. Pelanggan akan merasa puas jika keinginan pelanggan telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Dengan adanya nilai tambah dari suatu produk, maka pelanggan menjadi lebih puas dan kemungkinan untuk menjadi pelanggan suatu produk tersebut dalam waktu lama akan sangat besar.

---

<sup>18</sup>Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*, (Jakarta: Center Of Academic Publishing Service, 2014), hlm. 193.

b. Faktor faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:<sup>19</sup>

1. Kualitas produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2. Kualitas pelayanan

Terutama untuk isndustri jasa. Pelanggan akan merasa puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

3. Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapat keyakinan bahawa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merk tertentu yang cndrung mempunyai tingkat kepuasan yang tinggi.

4. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif muarah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.

---

<sup>19</sup> Meithiana Indrasari, hlm. 90.

## 5. Biaya

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa.

### c. Metode pengukuran kepuasan pelanggan

Adapun metode untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu:<sup>20</sup>

#### 1. Sistem keluhan dan saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*Customer Oriented*) perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi pelanggannya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang ditempatkan di lokasi-lokasi strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilwati pelanggan), kartu komentar (yang bisa diisi langsung maupun yang dikirim via pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, website, dan lain-lain. Informasi-informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkan nya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

#### 2. Survei kepuasan pelanggan

Sebagai bahan riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik survei melalui pos, melalui telepon,

---

<sup>20</sup>Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality dan Satisfication* Edisi Keempat (Yogyakarta, CV Andi, 2016), hlm. 219-220.

e-mail, *website*, maupun wawancara langsung. Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan balikan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap pelanggannya.

### 3. *Ghost Shopping (Mystery Shopping)*

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk pura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan pesaing. Mereka diminta berinteraksi dengan staf penyedia jasa dan menggunakan produk perusahaan. Berdasarkan pengalamannya tersebut, mereka kemudian diminta untuk melaporkan kepada teman-temannya berkenaan dengan kekuatan atau kelemahan produk perusahaan dan pesaing. Biasanya *ghost shoppers* diminta mengamati secara seksama dan menilai cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan spesifik pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan.

### 4. *Lost Customer Analysis*

Sedapat mungkin perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya *exit interview* saja yang diperlukan., tetapi pemantauan *customer loss rate*

juga penting, dimana peningkatan *costumer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

d. Kepuasan dalam Perspektif Islam

Dalam ilmu ekonomi islam, kepuasan seorang muslim disebut dengan *qana'ah*. Kepuasan islam (*qana'ah*) merupakan cerminan kepuasan seseorang baik secara lahiriah maupun batiniah. Kepuasan dalam islam mendorong seorang pelanggan muslim bersikap adil. Konsep kepuasan dalam islam berkaitan dengan keimanan yang melahirkan dalam rasa syukur.<sup>21</sup>

Salah satu keharusan muslim adalah menjalin dua hubungannya, yaitu *Hablum Minallah* (hubungan baik kepada Allah) dan *Hablum Muannas* (hubungan baik dengan manusia), Allah berfirman dalam Al-Qur'an surat Al-Imran 159.<sup>22</sup>

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ<sup>ط</sup> وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظًا  
الْقَلْبِ لَأَنفَضُوا<sup>ط</sup> مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ<sup>ط</sup> وَأَسْتَغْفِرْ  
لَهُمْ<sup>ط</sup> وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ<sup>ط</sup> فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ  
إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ<sup>ج</sup>

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

<sup>21</sup>Fitria Solaharika Salma dan Ririn Tri Ratnasari, "Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas di Surabaya", *Jurnal Ekonomi Islam* 2, No. 4 (April 4, 2015), 327.

<sup>22</sup>Departemen Republik Indonesia, Q.S Al-Imran 159.



ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.

Dalam ayat ini menjelaskan dalam konteks kepuasan pelanggan, interaksi antara pelanggan dan pembeli (hubungan baik manusia). Ayat ini memberikan pedoman kepada mukmin (pelanggan) agar berlemah lembut (memuaskan kepada obyek *Costumer*/pelanggan). Dalam memberikan kualitas pelayanan kita harus lemah lembut agar pelanggan puas dengan apa yang kita berikan. Sekiranya engkau berlaku keras, kasar, buruk perangai, tidak peka terhadap orang lain, tentu mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu.<sup>23</sup> Bila pelaku bisnis tidak mampu memberikan rasa aman dengan kelemahlebutannya maka pelanggan akan berpindah keperusahaan lain.

## 2. Kualitas Pelayanan

### a. Pengetian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yang tinggi menyebabkan perusahaan dapat mengurangi tingkat kesalahan, mengurangi pembayaran biaya garansi, mengurangi ketidakpuasan pelanggan, mengurangi inspeksi dan pengujian, mengurangi waktu pengiriman produk kepasar, meningkatkan hasil dan meningkatkan utilitas kapasitas produksi serta memperbaiki kinerja penyampaian produk atau jasa.

---

<sup>23</sup> M. Qurais Shihab, *Tafsir Al Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an* (Jakarta: Lentera Hati, 2012), hlm. 242.

Kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (*Full Customer Satisfactin*). Suatu yang berkualitas bila dapat memberikan kepuasan sepenuhnya kepada pelanggan, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan atau suatu jasa.<sup>24</sup>

Kualitas pelayanan merupakan salah satu alat untuk mencapai tujuan perusahaan. Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan.<sup>25</sup>

Pelayanan adalah kegiatan memberikan jasa dari suatu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik merupakan pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.<sup>26</sup>

Jika layanan jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan. Maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang *ideal* (unggul),

---

<sup>24</sup>M. N. Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 2-3.

<sup>25</sup>Desi Dilla Andriani, Skripsi: “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Inna Parapat*”, (Medan: UINSU, 2018), hlm. 10-11.

<sup>26</sup>Malayu S.P Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Bumi Akasara, 2011), hlm. 152.

sebaliknya jika layanan jasa yang diterima lebih rendah dari apa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai pelayanan yang buruk. Maka dengan demikian baik buruknya kualitas jasa dalam upaya untuk memenuhi harapan pelanggan secara konsisten, tepat dan memuaskan.

b. Dimensi Kualitas Pelayanan

Untuk mencapai kualitas pelayanan ada beberapa dimensi yang harus dimiliki yaitu:<sup>27</sup>

1) Keandalan (*Reliability*)

Mencakup kinerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*), serta dapat memenuhi janji yang ditawarkan dalam memberikan pelayanan, pegangan keluhan pelanggan kinerja pelayanan yang tepat, menyediakan pelayanan sesuai waktu yang dijanjikan serta tuntutan pada kesalahan pencatatan.

2) Ketanggapan (*Responsiveness*)

Dimensi *responsiveness* mencakup antara lain: pemberitahuan petugas kepada konsumen tentang pelayanan yang diberikan, pemberian pelayanan dengan cepat, kesediaan petugas memberi bantuan kepada masyarakat serta petugas tidak pernah merasa sibuk untuk melayani permintaan masyarakat.

---

<sup>27</sup>Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Bandung: ALFABETA cv, 2015), hlm. 13.

### 3) Jaminan (*Assurance*)

Dimensi *Assurance* berkaitan dengan perilaku petugas yang tetap percaya diri pada masyarakat, perasaan aman pelanggan dan kemampuan (ilmu pengetahuan) petugas untuk menjawab pertanyaan pelanggan.

### 4) Empati (*Empathy*)

Dimensi *Empathy* membuat antara lain: pemberian perhatian individual kepada masyarakat, ketetapan pelayanan bagi semua masyarakat, perusahaan memiliki petugas yang memberikan perhatian khusus pada masyarakat, pelayanan yang melekat di hati masyarakat dan petugas yang memahami kebutuhan spesifik masyarakat.

### 5) Hal-hal yang Terlihat (*Tangible*)

Kenyataan yang berhubungan dengan penampilan fisik gedung, ruang *office lobby* atau *front office* yang *representatif*, tersedia tempat parkir yang layak, kebersihan, kerapian, aman dan kenyamanan lingkungan perusahaan dipelihara secara baik.

#### c. Ciri-Ciri Pelayanan yang Baik

Ada beberapa pelayanan yang harus diperhatikan dalam sebuah perusahaan agar pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan, di bawah ini dijelaskan ciri-ciri pelayanan yang baik, antara lain:<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> *Ibid.*, hlm. 144.

1) Tersedia sarana dan prasarana yang baik

Kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana akan mengakibatkan pelanggan betah untuk berurusan dengan baik.

2) Tersedianya tenaga kerja yang baik

Kenyamanan pelanggan juga sangat bergantung dari tenaga kerja yang melayaninya. Petugas atau karyawannya harus ramah, sopan dan murah senyum.

3) Bertanggung jawab setiap pelanggan

Sejak awal hingga akhir pelanggan akan merasa puas jika karyawan atau petugas bertanggung jawab atas pelayanan yang diinginkan.

4) Mampu melayani secara cepat dan tepat

Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan pelanggan.

5) Mampu berkomunikasi

Para karyawan atau tenaga kerja harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti jangan menggunakan istilah atau perkataan yang berbelit-belit yang sulit di mengerti.

6) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi

Menjaga rahasia perusahaan sama dengan menjaga rahasia pelanggan.

7) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik

Tenaga kerja selalu berhubungan dengan manusia, maka harus memiliki pengetahuan dan kemampuan.

8) Berusaha memahami kebutuhan pelanggan

Karyawan atau petugas harus tanggap dalam menangani atau memahami keinginan atau kebutuhan pelanggan.

9) Mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan

Kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan mutlak diperlukan sehingga pelanggan mau menjadi pelanggan yang loyal dengan perusahaan yang bersangkutan.

d. Kualitas Pelayanan dalam Islam

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun jasa hendaknya memberikan yang berkualitas. Manusia merupakan kalifah atau pengemban amanat Allah SWT. Manusia diberi kekuasaan untuk melaksanakan tugas kekalifahannya ini dan untuk mengambil keuntungan dan manfaat, manusia dapat berkehendak bebas tetapi akan mempertanggung jawabkan atas kebebasan tersebut baik terhadap keseimbangan alam, masyarakat, diri sendiri maupun akhirat kelak. Pertanggung jawaban sebagai seorang muslim bukan hanya kepada Allah SWT, namun juga kepada lingkungan. Allah SWT berfirman dalam

Al-Qur'an surat Al-Ahzab ayat 21.<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, Q.S Al-Ahzab, ayat 21.

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ

يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ﴿٢١﴾

Artinya: Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah.

Ayat ini merupakan gambaran perilaku agung Rasulullah SAW dalam perkataan, perbuatan, dan perilakunya. Untuk itu Allah SWT memerintahkan kita untuk meneladani akhlak dan sifat Rasulullah SAW dalam semua tindakannya. Hikmah yang terdapat pada surat Al-Ahzab ayat 21 tersebut dalam penerapan pelayanan adalah karyawan harus mencontohkan akhlak Rasulullah SAW dalam semua aktifitas dalam bentuk perilaku. Perilaku baik karyawan tidak hanya diterapkan saat melayani para pelanggannya tetapi juga harus diterapkan pada semua aktivitas kehidupannya. Hal ini disebabkan karena saat ini pelanggan telah menjadi sensitif, satu hal kecil yang menjadi kesalahan akan mengakibatkan reaksi yang dapat mengakibatkan pada hancurnya kredibilitas perusahaan.<sup>30</sup>

### 3. Harga

#### a. Pengertian harga

Harga memegang peranan penting dalam pemasaran baik itu bagi penjual maupun pembeli. Harga sebagai jumlah uang yang ditagih atas

---

<sup>30</sup>Danang Kurniawan, "Service Excellent Berdasarkan Perspektif Islam di Bank Syariah", *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 3, No. 1, Tahun 2020, hlm. 17.

suatu produk atau jasa atau dari jumlah nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga adalah atribut produk dan jasa yang paling sering digunakan oleh sebahagian pelanggan untuk mengevaluasi suatu produk atau jasa. Harga merupakan faktor utama yang dipertimbangkan dalam memilih suatu produk. Harga adalah jumlah keseluruhan nilai yang ditukarkan pelanggan untuk manfaat yang didapatkan atau digunakannya suatu produk atau jasa tersebut.<sup>31</sup>

Harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa produk) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi produk dan pelayanannya.<sup>32</sup> Karena sukses marketing produknya tergantung dari harga penawaran kepada pelanggan.<sup>33</sup>

b. Tujuan penetapan harga

Penentuan harga yang akan ditetapkan harus disesuaikan dengan tujuan penetapan harga oleh perusahaan,<sup>34</sup> Ada empat indikator yang mencirikan harga sebagai berikut:<sup>35</sup>

---

<sup>31</sup>Putu Reina Algista Tarigan, Skripsi: *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Konsumen Kita-kita Tour and Travel)* (Medan: UINSU, 2018), hlm. 31.

<sup>32</sup>Cristian A.D Selang, "Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado," dalam *Jurnal EMBA*, Vol. 1, No.3, ISSN 2303-1174, Juni 2013, Hlm. 73.

<sup>33</sup>Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa* (Bandung: ALFABETA, CV, 2016), hlm. 172.

<sup>34</sup>Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran* (Malang: Universitas Brawijaya, 2011), hlm. 105.

<sup>35</sup>Stanton, *Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2010), hlm. 24.



1) Keterjangkauan harga

Keterjangkauan barang atau jasa yang diperjual belikan oleh suatu toko atau perusahaan merupakan faktor yang dipertimbangkan pelanggan sebelum membeli barang.

2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Perusahaan harus memperhatikan setiap barang atau jasa yang mereka jual apakah sudah sesuai harga yang mereka berikan dengan kualitas barang atau jasanya.

3) Daya saing

Setiap perusahaan juga harus mampu bersaing dengan perusahaan lainnya baik dari segi harga atau kualitas barang dan jasanya.

4) Kesesuaian harga dengan manfaat produk

Selain memperhatikan kesesuaian harga dengan kualitas barang atau jasa perusahaan juga harus memperhatikan kesesuaian harga dengan manfaat barang atau jasa tersebut agar pelanggan dapat merasa puas dan merasa loyal terhadap perusahaan.

c. Harga dalam Perspektif Islam

Harga merupakan salah satu faktor yang memenuhi mekanisme pasar. Dalam Islam, harga yang seharusnya berlaku di pasar yaitu harga yang adil.<sup>36</sup> Harga sebagai jumlah uang yang ditagis atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk

---

<sup>36</sup>Isnaini Harahap, dkk, *Hadis-Hadis Ekonomi* (Jakarta: Pranamedia Group, 2015), hlm.

memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.<sup>37</sup>

Pada harga yang adil, sebagai wujud dari komitmen syariah islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Harga yang adil adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi, mekanisme harga yakni suatu proses yang berjalan atas dasar gaya tarik menarik antara konsumen dan produsen, baik dari pasar output maupun input. Harga yang adil menurut Ibnu Taimiyah adalah:

*“Sesungguhnya Allah lah yang menentukan harga, yang menyempitkan dan melapangkan. Dan dia yang memberi rezeky. Sungguh aku berharap krtika berjumpa dengan Allah tidak ada seseorang yang meminta pertanggung jawaban dariku dalam hal darah dan harta”<sup>38</sup>*

Ibnu Taymiyah mengatakan bahwa naik turunnya harga tidak selalu disebabkan tindakan sewenang-wenang dari penjual.

Dan Ibnu Taimiyah juga menyatakan: *“Dalam konsep ekonomi islam, cara pengendalian harga ditentukan oleh penyebabnya. Bila penyebabnya adalah perubahan pada geunie demand dan geunie supply, maka mekanisme pengendalian dilakukan melalui penghilangan distorsi*

---

<sup>37</sup>Putu Reina Algista Tarigan, Skripsi: *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Konsumen Kita-kita Tour and Travel)* (Medan: UINSU, 2018), hlm. 31.

<sup>38</sup> Harahap Isnaini, *dkk, Hadis-Hadis Ekonomi* (Medan: Wal Ashri Publishing, 2015), hlm. 121.

*termasuk penentuan price intervention untuk mengembalikan harga pada keadaan sebelum distorsi”.*<sup>39</sup>

Untuk menerapkan harga yang adil Ibnu Taimiyah menentang adanya monopoli terhadap kebutuhan manusia. Jika ada sekelompok manusia yang melakukan monopoli maka wajib bagi pemerintah untuk melakukan regulasi atau pengaturan terhadap harga. Ibnu Taimiyah menjelaskan pelarangan ulama atas intervensi harga yang berdasarkan atas pemahaman mereka terhadap teks hadis (Zahir hadis) bukan kontek hadis. Namun pelarangan tersebut tidak tersebut atau tidak bersifat dharuri (wajib). Maka dari itu dengan berbuat adil maka tidak akan terjadi kezholiman.

Dengan demikian harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan pelanggan untuk mendapatkan atau memiliki suatu produk atau jasa yang memiliki manfaat serta penggunaannya dalam memenuhi kebutuhan keinginannya.

## **B. Penelitian Terdahulu**

Adapun penelitian terdahulu yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai acuan adalah sebagai berikut:

**Tabel II.1**  
**Penelitian Terdahulu**

<b>No.</b>	<b>Nama</b>	<b>Judul Peneliti</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
1.	Nurul Izzah, (Jurnal, Institut Agama Islam Negeri	Analisis loyalitas Konsumen <i>Tupperware</i>	Secara parsial harga tidak signifikan memengaruhi

<sup>39</sup>Amir Salim, dkk, Pemikiran Ibnu Taimiyah dalam Harga, Pasar, dan Hak Milik, *Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, Volume 6, No. 2, 2021, hlm. 46.

	Padangsidimpuan, 2018). <sup>40</sup>		loyalitas konsumen <i>Tupperware</i>
2.	Arif Ferdian Agung, UIN Raden Intan Lampung, 2018 (Skripsi) <sup>41</sup>	Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Islam (Studi Komparatif Pada Konsumen Indomaret dan Swalayan Surya Jalur 2 Korpri)	Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Surya. Dan untuk indomaret harga, kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
3.	Eko Budiyanto, Management & Accounting Research Journal Global, Vol. 3, No. 1, 2018. <sup>42</sup>	Pengaruh Persepsi Harga, Diskon Harga, dan kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Supermarket Rungut Surabaya.	Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, harga, diskon harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan.
4.	Rini Sugiarsih	Pengaruh Kualitas	Kualitas

<sup>40</sup><http://Jurnal.Iain-Padangsidimpuan.Ac.Id/Index.Php/Attijaroh/Article/View/1081>, n.d.

<sup>41</sup>Arif Ferdian Agung, Analisis Pengaruh dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Islam (Studi Komparatif Pada Konsumen Indomaret dan Swalayan Surya Jalur 2 Korpri), (Skripsi), Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018.

<sup>42</sup>Eko Budiyanto, "Pengaruh Persepsi Harga, Diskon Harga, dan kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Supermarket Rungut Surabaya", *Management & Accounting Research Journal Global*, Vol. 3, No. 1, 2018. Hlm. 13.

	Duki Saputri, Journal of Strategic Communication, Vol. 10, No. 1, 2019. <sup>43</sup>	Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang	pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan
5.	Abdul Gofur, Jurnal Riset Manjemen dan Bisnis (JRMB), Fakultas Ekonomi UNIAT, Vol. 4, No. 1, 2019 <sup>44</sup>	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan pelanggan pada PT. Indosteger Jaya	Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
6.	Tajuddin, Nilasari, Universitas Muhammadiyah Palopo, 2020 (Skripsi) <sup>45</sup>	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Mitra Bangunan Di Kecamatan Bua, Kabupaten Luwu.	Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sedangkan harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
7.	Suci Wulansari, Jurnal EMBA, Volume 1. Nomor 3, 2015	Pengaruh harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan bengkel AHASS MPM Motor Kediri.	Harga yang diteliti adalah sebesar 62% dan sisanya hanya sebesar 38% dipengaruhi oleh faktor lain yang diteliti dalam penelitian.

<sup>43</sup>Rini Sugiarsih, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang", *Journal of Strategic Communication*, Vol. 10, No. 1, 2019, hlm. 21.

<sup>44</sup>Abdul Gofur, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Indosteger Jaya", *Jurnal Riset Manjemen dan Bisnis (JRMB)*, Fakultas Ekonomi UNIAT, Vol. 4, No. 1, 2019, hlm. 23.

<sup>45</sup>Tajuddin, Nilasari, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Mitra Bangunan Di Kecamatan Bua, Kabupaten Luwu (Skripsi), Universitas Muhammadiyah Palopo, 2020, hlm. 78.

Adapun persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Nurul Izzah, persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel independen tentang harga. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian terdahulu menggunakan loyalitas konsumen sebagai variabel dependen.
2. Persamaan penelitian yang akan peneliti lakukan dengan penelitian Arif Ferdian Agung sama-sama meneliti kualitas pelayan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Perbedaannya Arif Ferdian Agung menggunakan uji komparatif. Sedangkan dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji regresi linear berganda.
3. Persamaan penelitian yang akan peneliti lakukan dengan penelitian Eko Budiyanto sama-sama meneliti kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Perbedaannya Eko Budiyanto tiga variabel bebas sedangkan dalam penelitian ini dua variabel bebas.
4. Persamaan penelitian yang akan peneliti lakukan dengan penelitian Rini Sugiarsih sama-sama meneliti kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Perbedaannya Rini Sugiarsih meneliti loyalitas pelanggan sedangkan dalam penelitian ini meneliti kepuasan pelanggan.
5. Persamaan penelitian yang akan peneliti lakukan dengan penelitian Abdul Gofur untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Perbedaannya Abdul Gofur jenis

penelitiannya menggunakan deskriptif kuantitatif, sedangkan peneliti menggunakan penelitian kuantitatif.

6. Persamaan penelitian yang akan peneliti lakukan dengan penelitian Tajuddin sama-sama menggunakan analisis regresi linear berganda. Perbedaannya Tajuddin mengambil data dengan metode survei kuesioner, sedangkan peneliti dalam penelitian ini menggunakan wawancara, angket dan dokumentasi.
7. Persamaan penelitian yang akan peneliti lakukan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suci Wulansari, sama-sama meneliti kualitas pelayanan dan harga dan menggunakan metode analisis uji regresi linear berganda, uji t, uji f. Perbedaan yang peneliti lakukan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suci Wulansari adalah metode pengambilan sampelnya menggunakan *Purposive Samplig* sedangkan peneliti menggunakan metode *Sampling Insidental*.

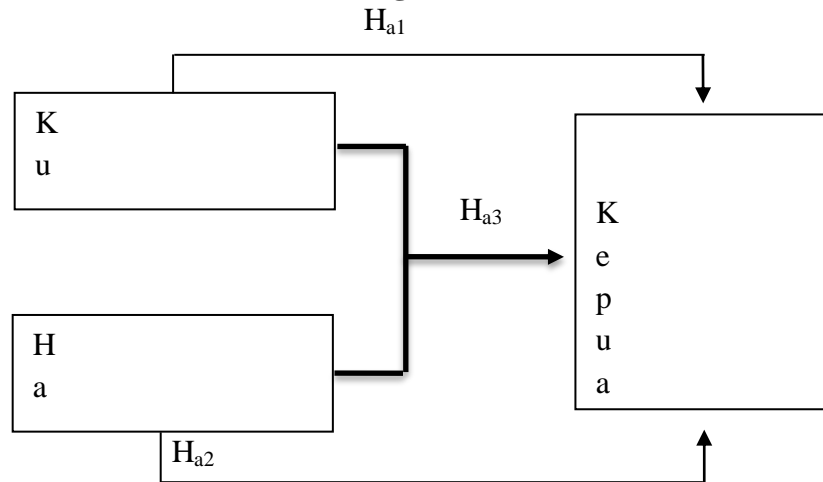
### **C. Kerangka Pikir**

Jika 3B Cafe mampu menjabarkan kelima dimensi tersebut dalam satu mekanisme pelayanan, maka kepuasan konsumen lebih mudah di wujudkan atau dengan kata lain harapan pelanggan untuk merasa puas dengan pelayanan 3B Cafe akan lebih mendekati kenyataan. Pelayanan dikatakan berkualitas bila pelanggan merasa puas, baik pada saat terjadinya kontak pelayanan pada situasi tertentu maupun pada saat waktu pembelian.

Pelanggan 3B Cafe dikatakan puas apabila terdapat kesesuaian antara harapan setelah mengevaluasi suatu produk dengan pelayanan yang

diterimanya. Pelanggan juga akan puas jika harga sebanding dengan produk dan jasa yang diterimanya. Secara sistematis, kerangka pikir dalam penulisan ini dapat di gambarkan sebagai berikut:

**Gambar II.1**  
**Kerangka Pikir**



Keterangan:

—:→ Pengaruh masing-masing variabel X secara parsial

terhadap Y

————→ : Pengaruh Variabel X secara simultan terhadap Y

———— : Apabila variabel X di uji bersama-sama dengan cara di

gabungkan

#### D. Hipotesis

Hipotesis merupakan proporsi akan di uji keberlakukannya, atau merupakan jawaban sementara atas jawaban sementara atas pertanyaan penelitian. Secara istilah, hipotesis adalah perkiraan, dugaan, atau jawaban



sementara terhadap pertanyaan masalah penelitian yang masih perlu di uji kebenarannya setelah data selesai dikumpulkan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis adalah jawaban sementara terhadap suatu pertanyaan yang perlu di uji kebenarannya. Berdasarkan tinjauan di atas maka hipotesis yang akan di uji dalam penelitian:

$H_{a1}$ : Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan 3B Cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat.

$H_{01}$ : Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan 3B Cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat.

$H_{a2}$ : Ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan 3B Cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat.

$H_{02}$ : Tidak ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan 3B Cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat.

$H_{a3}$ : Ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada 3B Cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat.

$H_{03}$ : Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada 3B Cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di 3B Cafe Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat. Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan April-November 2022.

#### **B. Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses untuk menentukan pengetahuan yang menggunakan data yang berupa angka sebagai alat yang digunakan untuk menganalisis keterangan suatu hal yang ingin diketahui. Dalam penelitian kuantitatif hubungan antara variabel-variabel dianalisis dengan menggunakan teori yang objektif.<sup>46</sup> Penelitian kuantitatif memerlukan adanya hipotesis dan pengajuan untuk menentukan tahap selanjutnya dengan menentukan teknik analisa dan uji statistik yang digunakan.

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi merupakan objek mengenai suatu persoalan secara keseluruhan atau kumpulan individu atau karakteristik keseluruhan yang akan diteliti.<sup>47</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik

---

<sup>46</sup>V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hlm. 39.

<sup>47</sup>M. Azkari Zakariah dan Vivi Afriani, *Analisis Statistik dengan SPSS Penelitian Kuantitatif* (Sulawesi Tenggara: Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warahmah, 2021), hlm. 58.

yang ditetapkan oleh peneliti. Jadi populasi bukan hanya orang tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain.<sup>48</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan 3B Cafe Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat.

## 2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi, survey, sampel adalah tata cara prosedur pengambilan sebagian dari populasi, yang kemudian digunakan sebagai penentu sifat yang ingin dilihat dari populasi tersebut. Sedangkan menurut Margono sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil dengan menggunakan cara-cara tertentu.<sup>49</sup>

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Sampling Insidental*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan */insidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila di pandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow. Dengan tingkat kesalahan 10%.<sup>50</sup> Maka sampel pada penelitian ini adalah:

$$n = \frac{Z^2 P (1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

Z = mengacu pada tingkat kepercayaan. Dalam penelitian ini

<sup>48</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm. 80.)

<sup>49</sup>Eddy Roflin, dkk, *Populasi, Sampel, Variabel*, (Pekalongan: PT. Nasya Expnding Management, 2021), hlm.11.

<sup>50</sup>Bambang Prasetyo, Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), hlm. 137.

ditentukan sebesar 95%, maka  $Z = 1,96$

$P =$  maksimal estimasi  $= 50\% = 0,5$

$d =$  kesalahan sampel yang ditolerir. Dalam penelitian ini sebesar 10%  $= 0,1$

Dengan menggunakan rumus di atas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

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

$$n = \frac{3.8416 \times 0,25}{0,01}$$

$n = 96,04$  dibulatkan menjadi 97 responden

Maka diperoleh hasil jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 97 responden. Sampel penelitian ini terdiri dari pelanggan 3B Cafe Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat.

#### **D. Sumber Data**

Sumber data adalah subjek dari mana data diperoleh. Jika peneliti menggunakan kuesioner dalam pengumpulan data maka sumber data disebut responden yaitu orang-orang yang menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti secara tertulis maupun secara lisan.

Adapun sumber data dari penelitian ini adalah data primer, dimana peneliti melakukan kuesioner sebagai pengumpulan data, wawancara dan juga observasi. Data primer yaitu data yang diperoleh dari responden melalui

pengukuran langsung, kuesioner, kelompok panel atau data hasil wawancara dari narasumber.<sup>51</sup>

## **E. Instrumen Pengumpulan Data**

Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan data primer. Data primer adalah jenis data yang didapat dari sumber utama, seperti kualitatif atau kuantitatif. Data primer merupakan data murni yang diambil dari hasil penelitian lapangan secara langsung dan masih membutuhkan pengolahan lebih lanjut.<sup>52</sup> Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini, adapun metode atau cara yang digunakan peneliti adalah:

### **1. Wawancara**

Wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi yang diwawancarai (Narasumber). Maka dalam penelitian ini yang menjadi narasumber adalah pelanggan pada 3B Cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat.

### **2. Angket (Kuesioner)**

Angket adalah daftar pernyataan atau pertanyaan yang disusun secara sistematis yang diberikan atau dikirim kepada orang lain

---

<sup>51</sup>Andra Tarsiana, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Cetakan I, 2016), hlm. 74-75.

<sup>52</sup>Muhammad Taguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), hlm. 122.

(responden) dengan maksud agar orang yang diberi tersebut bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna.<sup>53</sup>

Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan dan pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi atau pengumpulan data survey atau riset yang menggunakan pendekatan kuantitatif.

**Tabel III.1**  
**Pengukuran Skala Likert**

<b>Keterangan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
Nilai Positif	5	4	3	2	1
Nilai Negatif	1	2	3	4	5

Keterangan:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

**Tabel III.2**  
**Kisi-Kisi Angket**

<b>NO</b>	<b>Variabel Y</b>	<b>Indikator</b>	<b>Nomor Pernyataan</b>
3.	Kepuasan Pelanggan	1. Kualitas Produk	1,2
		2. Kualitas Pelayanan	3,4
		3. Emosional	5,6
		4. Harga	7,8
		5. Biaya	9,10
2.	Kualitas Pelayanan (X1)	1. <i>Reliability</i> (Keandalan)	1,2
		2. <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	3,4
		3. <i>Assurance</i> (Jaminan)	5,6

<sup>53</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: ALFABETA cv, 2016), hlm. 142.

		4. <i>Empathy</i> (Empati)	7,8
		5. <i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	9,10
3.	Harga (X2)	1. Keterjangkauan Harga	1,2
		2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	3,4
		3. Daya Saing	5,6
		4. Kesesuaian harga dengan manfaat	7,8

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari dan mengumpulkan data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen rapat, agenda dan sebagainya. Teknik ini digunakan untuk mengambil data lokasi penelitian dan data internal perusahaan seperti sejarah perusahaan, profil perusahaan, dan struktur organisasi.

## F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

### 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui kelayakan setiap butir-butir daftar pertanyaan dalam mendefinisikan variabel. Dengan kata lain instrumen pengukuran yang valid tentunya mengukur apa yang hendak diukur.<sup>54</sup> Menilai suatu kevalidan suatu variabel dapat dilihat dari nilai *Corrected Item Total Correlation* dari masing-masing pernyataan dengan rumus:<sup>55</sup>

<sup>54</sup>Morisson, *Metode Penelitian Survey* (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 40.

<sup>55</sup>Morisson, hlm. 41.

- a. Jika  $r$  hasil positif, serta  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka hal ini bahwa butir atau item pertanyaan tersebut valid.
- b. Jika  $r$  hasil negatif, dan  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka hal itu berarti item pertanyaan tersebut tidak valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indikator tingkat keandalan atau konsistensi terhadap suatu hasil pengukuran. Suatu pengukuran disebut reliabel atau memiliki keandalan jika konsisten ketika memberikan jawaban yang sama.

Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan rumus *Cronbach Alpha*  $> 0,6$  maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut reliabel. Jika *Cronbach Alpha*  $< 0,6$  maka pertanyaan-pertanyaan untuk mengukur variabel tersebut tidak reliabel.<sup>56</sup>

## G. Analisis Data

Analisis data merupakan proses pengaturan serta pengorganisasian urutan data ke sebuah kategori, pola serta satuan dasar. Sedangkan analisis data merupakan satuan tata cara mengurutkan sebuah data ke dalam bentuk kategori, pola serta dalam satu urutan dasar, yang kemudian bisa ditemukan serta dirumuskan hipotesis kerja. Analisis data tentunya disesuaikan dengan tujuan riset yang dilakukan. Adapun teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:<sup>57</sup>

---

<sup>56</sup>Morisson, hlm. 104.

<sup>57</sup>Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), hlm. 52.



## 1. Uji Asumsi Dasar

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk memperlihatkan bahwa sampel diambil dari populasi yang berdistribusi normal. Uji normalitas biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio. Untuk uji normalitas, penelitian menggunakan teknik uji Kolmogorov-Smirnov. Kriteria yang digunakan adalah apabila hasil perhitungan KS dengan dua sisi lebih besar dari 0,10 maka data distribusi normal dengan perhitungan bantuan program SPSS versi 23.<sup>58</sup>

### b. Uji Linearitas

Secara umum uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear secara signifikan atau tidak. Data yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat. Adapun dasar pengambilan keputusan yaitu:<sup>59</sup>

- 1) Jika nilai signifikan  $< 0,1$  maka dapat dikatakan mempunyai hubungan yang linear.
- 2) Jika nilai signifikan  $< 0,1$  maka dapat dikatakan tidak mempunyai hubungan yang linear.

---

<sup>58</sup>Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terparktis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), hlm. 23.

<sup>59</sup>Duwi Priyatno, hlm. 79.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Multikoleniaritas

Uji multikoleniaritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (Independent). Suatu model dinyatakan bebas dari multikoleniaritas adalah jika nilai  $VIF < 0,10$  nilai *tolerance*  $> 0,10$ . Multikoleniaritas akan menyebabkan koefisien regresi bernilai kecil dan standar eror bernilai besar sehingga pengujian variabel bebas secara individu akan menjadi tidak signifikan untuk mengetahui atau tidaknya *tolerance* dan  $VIF$ .<sup>60</sup>

### b. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah variasi residual dalam sebuah pengamatan sama atau tidak. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,1 dengan uji dua sisi.

- 1) Jika korelasi antara variabel independen dan residual memiliki signifikansi  $> 0,1$  artinya data tidak terkena heteroskedastisitas
- 2) Jika signifikansi  $< 0,1$  artinya data terkena heteroskedastisitas.<sup>61</sup>

## 3. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda pada umumnya digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independent terhadap variabel dependent dengan skala pengukuran interval atau rasio dalam suatu

---

<sup>60</sup>Duwi Priyatno, hlm. 24.

<sup>61</sup>Nur Aswani dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* ( UIN Maliki Press, Malang. 2011), hlm. 78.

persamaan linear. Pengaruh variabel independent (karena umumnya ada korelasi antara variabel independent).<sup>62</sup>

regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

b<sub>1</sub>b<sub>2</sub> = Koefisien untuk variabel dependen

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

X<sub>2</sub> = Harga

e = Tingkat kesalahan (error)

Sehingga persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah:

$$KP = a + b_1KL + b_2H + e$$

Keterangan:

KP = Kepuasan Pelanggan

KL = Kualitas Pelayanan

H = Harga

#### 4. Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model yang menerangkan variasi variabel dependen.

Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil

---

<sup>62</sup>Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), hlm. 44.

berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variabel dependent sangat terbatas.<sup>63</sup> Sedangkan jika nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi suatu variasi variabel dependen, artinya semakin besar nilai koefisien determinasi (mendekati 1), maka ketepatannya semakin baik. Maka dapat dikatakan pengaruh variabel independent yaitu besar terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, ingin mengetahui seberapa besar persentase sumbangan X1, X2 terhadap Y secara bersama-sama, besarnya persentase sumbangan ini disebut koefisien determinasi berganda dengan simbol  $R^2$ .

## 5. Uji Hipotesis

### a. Uji-t

Uji-t digunakan untuk mengetahui apakah variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan variabel X terhadap Y, dengan menggunakan taraf signifikan 10%, dengan derajat kebebasan atau  $df=(n-k-1)$  setelah t hitung diperoleh maka untuk menginterpretasikan hasil berlaku ketentuan sebagai berikut:<sup>64</sup>

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima  $H_o$  ditolak

Jika  $t_{tabel} < t_{hitung}$  maka  $H_o$  diterima  $H_a$  ditolak

---

<sup>63</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* (Semarang: BP Universitas Diponegoro, 2011), hlm. 184.

<sup>64</sup>Duwi Priyanto, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, hlm. 181.

b. Uji-F

Uji-F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (X1 dan X2) secara simultan terhadap variabel dependen (Y). Adapun kriteria pengujian uji F adalah:<sup>65</sup>

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

---

<sup>65</sup>Duwi Priyanto, hlm. 182.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum 3B Cafe di Paraman Ampalu**

##### **1. Sejarah 3B Cafe**

Pencapaian kesuksesan dalam melaksanakan kegiatan diperlukan kerja keras. Begitu juga halnya dengan dalam menjalankan usaha bisnis diperlukan kerja keras agar dapat terus maju dan berkembang. Usaha cafe termasuk salah satu usaha yang diperkirakan berhasil, dimana telah berjalan selama bertahun-tahun dan memiliki cita rasa masakan sendiri. Usaha cafe dapat tahan dan berkembang seperti sekarang tentu saja berkat kerja keras pemilik dan para karyawannya.

3B Cafe merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang penyediaan jasa pelayanan pangan khususnya spesifik masakan. 3B Cafe pertama kali di dirikan di Paraman Ampalu Pasaman Barat pada tahun 2017, pemilik Cafe bernama Aisyah dan suaminya bernama Edi Candra. Cafe tersebut memiliki 12 karyawan yang terdiri dari: Khairul Anwar Lubis, H.M Fatwa, Tora Handika, Nur Halimah, Nelva Yenti, Merliana, Musdalifah, Salwa, Zulkifli, Marison, M. Ikhsan Nasution, Erwin Efendi. 3B Cafe yang mempunyai arti yang diambil dari anaknya yaitu 3 Bersaudara. Lokasi 3B Cafe yang awalnya hanya pondok kopi biasa yang di samping nya terdapat keindahan aliran sungai, kemudian keinginan bapak Edi Candra untuk membuat Cafe yang awalnya disitu hanya kedai kopi biasa.

Lokasi 3B cafe yang berada di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat, seiring dengan perjalanan waktu 3B Cafe mengalami kemajuan yang dimana semakin hari semakin banyaknya pelanggan, salah satu daya tarik dari cafe ini adalah aliran sungai yang indah berada di samping cafe, bapak Edi Candra mengatakan bahwa ia memang sengaja mendirikan cafe di samping area sungai untuk menambah keindahan.

## **2. Visi dan Misi 3B Cafe**

Visi dan misi perusahaan adalah sebagai panduan setiap unit bisnis dan anggota organisasi dalam membuat strategi dan mengambil tindakan. Lingkungan eksternal dan internal serta harapan dan keinginan perusahaan di masa mendatang merupakan pertimbangan dan dibuat sebelum menentukan visi dan misi perusahaan. Adapun visi dan misi 3B Cafe adalah sebagai berikut:

### **a. Visi**

Menjadi cafe pilihan utama masyarakat

### **b. Misi**

Menyediakan aneka rasa dan jenis makanan bagi pelanggan dengan pelayanan tepat demi kepuasan pelanggan.

**Gambar IV. 1**  
**Logo 3B Cafe**

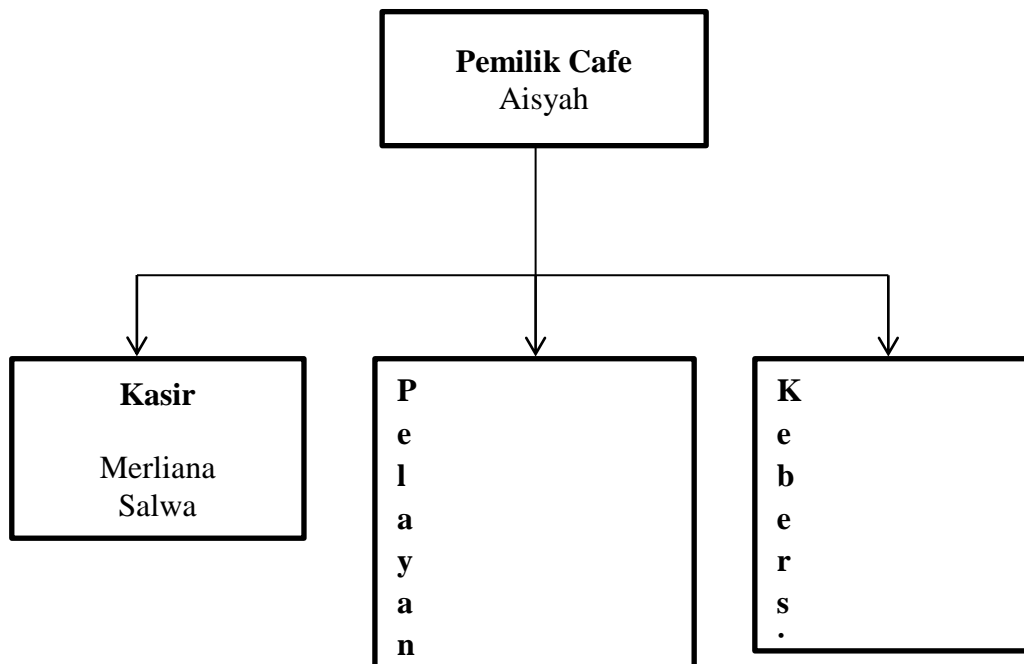


### 3. Struktur Organisasi

Organisasi merupakan gabungan/kumpulan dari beberapa orang dalam mencapai satu tujuan yang sama. Struktur organisasi adalah cara menggambarkan hubungan-hubungan antara pimpinan dan anggota organisasi dalam menjalankan kegiatan perusahaan agar berjalan sesuai dengan apa yang diinginkan dan yang dibutuhkan.

Berikut bagan struktur organisasi 3B Cafe:

**Gambar IV.2**  
**Struktur Organisasi**





## B. Karakteristik Responden Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan 3B Cafe sebanyak 97 responden. Penelitian pertimbangan dianggap mampu untuk menjawab kuesioner secara objektif. Pengambilan data primer untuk 97 responden pada penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner/angket yang disebar pada pelanggan 3B Cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat.

Berikut adalah data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel IV.1**  
**Data Responden**  
**Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>
Laki-laki	34
Perempuan	63
Total	97

Berdasarkan tabel IV.1 Responden terbanyak berjenis kelamin perempuan sebanyak 64,9% . Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel IV.2**  
**Data Responden**  
**Berdasarkan Pekerjaan**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah</b>
PNS	24
Petani	13
Pedagang	9
Siswa/Mahasiswa	51
Total	97

Berdasarkan tabel IV.1 Responden terbanyak adalah siswa/mahasiswa sebanyak 52,5%.

### C. Hasil Analisis data

Analisis data digunakan untuk mendeskripsikan data sehingga dapat dipahami, untuk membuat kesimpulan mengenai karakteristik populasi berdasarkan data yang didapatkan dari sampel. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis data menggunakan SPSS 23 sebagai berikut:

#### 1. Hasil Uji Validitas

Dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Uji validitas yang dilakukan untuk menguji 10 pernyataan untuk kualitas pelayanan, 8 pernyataan untuk harga, 8 pernyataan untuk kepuasan pelanggan. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1). Berikut ini adalah hasil uji validitas item pernyataan variabel kualitas pelayanan:

**Tabel IV.3**  
**Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)**

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
X1.1	0,640	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df = n - 2 = 97 - 2 = 95$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel}$ sebesar 0,1680	Valid
X1.2	0,594		Valid
X1.3	0,756		Valid
X1.4	0,488		Valid
X1.5	0,539		Valid
X1.6	0,702		Valid
X1.7	0,638		Valid
X1.8	0,594		Valid
X1.9	0,756		Valid
X1.10	0,589		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 23 (Data Diolah)

Hasil Uji validitas variabel kualitas pelayanan pada tabel IV.3 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai kualitas pelayanan dari pernyataan 1 sampai dengan 10 adalah valid. Karena memiliki  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan  $n = 95$  maka diperoleh  $r_{tabel} = 0,1680$ . Sehingga sepuluh

item angket kualitas pelayanan dinyatakan valid. Berikut ini adalah hasil uji validitas item pernyataan variabel harga:

**Tabel IV.4**  
**Hasil Uji Validitas Harga (X2)**

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
X2.1	0,586	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df=n-2=97-2=95$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel}$ sebesar 0,1680	Valid
X2.2	0,641		Valid
X2.3	0,505		Valid
X2.4	0,714		Valid
X2.5	0,566		Valid
X2.6	0,640		Valid
X2.7	0,432		Valid
X2.8	0,587		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 23

Hasil Uji validitas variabel harga pada tabel IV.4 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai harga dari pertanyaan 1 sampai dengan 8 adalah valid. Karena memiliki  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan  $n = 95$  maka diperoleh  $r_{tabel} = 0,1680$ . Sehingga delapan item angket harga dinyatakan valid. Berikut ini adalah hasil uji validitas item pernyataan variabel kepuasan pelanggan:

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

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Y1	0,574	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df=n-2=97-2=95$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel}$ sebesar 0,1680	Valid
Y2	0,560		Valid
Y3	0,495		Valid
Y4	0,573		Valid
Y5	0,741		Valid
Y6	0,668		Valid
Y7	0,684		Valid
Y8	0,582		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS 23 (data diolah)

Hasil Uji validitas variabel kepuasan pelanggan pada tabel IV.5 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai kepuasan pelanggan dari

pertanyaan 1 sampai dengan 8 adalah valid. Nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan  $n = 95$  maka diperoleh  $r_{tabel} = 0,1680$ . Sehingga delapan item angket Kepuasan Pelanggan dinyatakan valid.

## 2. Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel IV.6**  
**Hasil Uji Reabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,841	10	Reliabel
Harga	0,714	8	Reliabel
KepuasanPelanggan	0,747	8	Reliabel

Sumber: Hasil Output SPSS 23 (data diolah)

Hasil uji reliabilitas pada tabel IV.6 dapat disimpulkan bahwa nilai *cronbach alpha* untuk variabel kualitas pelayanan adalah  $0,841 > 0,60$ . Variabel harga memiliki nilai *cronbach alpha* sebesar  $0,714 > 0,60$ . Nilai *cronbach alpha* untuk variabel kepuasan pelanggan adalah  $0,747 > 0,60$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan dinyatakan *reliabel* dan dapat diterima.

## 3. Hasil Uji Asumsi Dasar

### a. Hasil Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut:

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

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.05288901
Most Extreme Differences	Absolute	.055

	Positive	.055
	Negative	-.037
Test Statistic		.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- 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 Output SPSS Versi 23 (data Diolah)

Berdasarkan tabel IV.7 nilai signifikansi (*asymp. Sig. 2-tailed*) pada tabel *One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test* adalah sebesar 0,200 dan lebih besar dari nilai signifikansi 0,1 ( $0,200 > 0,1$ ). Jadi dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

#### b. Hasil Uji Linearitas

Hasil uji linearitas dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel IV.8**  
**Hasil Uji Linearitas**  
**Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**  
**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Kualitas Pelayanan	Between Groups	(Combined)	708.958	15	47.264	10.516	.000
		Linearity	631.282	1	631.282	140.457	.000
		Deviation from Linearity	77.676	14	5.548	1.234	.268
	Within Groups		364.053	81	4.494		
Total			1073.010	96			

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 23

Hasil uji linearitas antara kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan berdasarkan pada tabel IV.8 dapat disimpulkan bahwa data tersebut memenuhi asumsi linearitas dengan melihat nilai linear. deviation from linearity  $> 0,1$ . Dapat dilihat pada tabel *deviation from linearity* nilai signifikansinya adalah 0,268. Artinya variabel kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang

linier dengan variabel kepuasan pelanggan dengan nilai  $0,268 > 0,1$ . Hasil uji linearitas harga (X2) berikut ini adalah hasil perhitungan uji linearitas harga:

**Tabel IV.9**  
**Hasil Uji Linearitas**  
**Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

**ANOVA Table**

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Between (Combined)	696.709	14	49.765	10.844	.000
Pelanggan Groups Linearity	650.322	1	650.322	141.712	.000
* Harga Deviation from Linearity	46.386	13	3.568	.778	.681
Within Groups	376.301	82	4.589		
Total	1073.010	96			

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 23

Hasil uji linearitas antara harga dan kepuasan pelanggan berdasarkan pada tabel IV.9 dapat disimpulkan bahwa data tersebut memenuhi asumsi linearitas dengan melihat nilai linear. Deviation from linearity  $> 0,1$ . Dapat dilihat pada tabel *deviation from linearity* nilai signifikansinya adalah 0,681. Artinya variabel harga mempunyai hubungan yang linear dengan variabel kepuasan pelanggan dengan nilai  $0,681 > 0,1$ .

#### 4. Hasil uji Asumsi Klasik

##### a. Hasil Uji Multikolonieritas

Hasil uji multikoleniaritas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel IV.10**  
**Hasil Uji Multikolonieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	.154	6.491
	Harga	.154	6.491

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan  
Sumber: Hasil Output SPSS Versi 23

Berdarkan tabel IV.10 di atas dapat diketahui nilai VIF untuk variabel kualitas pelayanan  $6,491 < 10$  dan untuk variabel harga  $6,491 < 10$ . Jadi dapat disimpulkan nilai VIF dari kedua variabel di atas lebih kecil dari 10 ( $VIF < 10$ ).

Nilai *tolerance* untuk variabel kualitas pelayanan adalah  $0,154 > 0,1$  dan untuk variabel harga  $0,154 > 0,1$ . Jadi dapat disimpulkan nilai *tolerance* dari kedua variabel adalah lebih besar 0.1 (*tolerance*  $> 0,1$ ), berdasarkan penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas.

##### b. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji multikoleniaritas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel IV.11**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.200	1.494		2.142	.035
Kualitas Pelayanan	-.064	.093	-.179	-.686	.494
Harga	.031	.112	.072	.276	.783

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Sumber: Hasil Output SPSS 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.11 di atas diketahui bahwa nilai signifikan kualitas pelayanan lebih besar dari nilai signifikan 0,1 yaitu  $0,494 > 0,1$  dan nilai signifikan harga lebih besar dari nilai signifikan 0,1 yaitu  $0,783 > 0,1$ . Dapat disimpulkan bahwa nilai signifikan kualitas pelayanan dan harga lebih besar dari nilai signifikan 0,1. Maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

## 5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Hasil uji regresi linear berganda pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel IV.12**  
**Hasil Uji Regresi Linear berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.494	2.340		1.066	.289
Kualitas Pelayanan	.300	.146	.331	2.051	.043
Harga	.516	.176	.474	2.938	.004

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan



Sumber: Hasil Output SPSS 23 (data diolah)

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga. Berdasarkan tabel IV.12 dapat maka persamaan regresinya sebagai berikut:

$$\text{Kepuasan Pelanggan} = 2,494 + 0,300\text{KL} + 0,516\text{H}$$

Persamaan regresi tersebut dapat diartikan bahwa:

- a. Nilai konstanta sebesar 2,494 menyatakan bahwa jika kualitas pelayanan, dan harga diasumsikan 0 maka kepuasan pelanggan di 3B Cafe sebesar 2,494.
- b. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,300 artinya apabila nilai kualitas pelayanan meningkat sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan di 3B Cafe meningkat sebesar dengan asumsi 0,300 satuan dengan asumsi nilai variabel independen lain tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan di 3B Cafe.
- c. Nilai koefisien regresi variabel bernilai positif sebesar 0,516 artinya apabila tingkat nilai meningkat sebesar 1 satuan maka kepuasan pelanggan di 3B Cafe adalah meningkat dengan nilai 0,516 satuan dengan asumsi nilai variabel independen lain tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadinya hubungan positif antara harga dengan kepuasan pelanggan di 3B Cafe.

## 6. Hasil Uji Determinasi (Uji-R<sup>2</sup>)

Hasil Uji Determinasi (Uji-R<sup>2</sup>) pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel IV.13**  
**Hasil Uji Determinasi (Uji-R<sup>2</sup>)**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.789 <sup>a</sup>	.623	.615	2.075

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Output Versi SPSS 23

Berdasarkan tabel IV.13 hasil analisis koefisien determinasi (Uji-R<sup>2</sup>) diatas diperoleh *Adjusted R Square* sebesar 0,615 atau sama dengan 61,5%. Variabel faktor kualitas pelayanan, harga dapat menjelaskan kepuasan pelanggan 3B Cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat sebesar 61,5% sedangkan sisanya 38,5% dijelaskan oleh variabel lainnya.

## 7. Hasil Uji Hipotesis

### a. Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji-t)

Hasil Uji Determinasi (Uji-R<sup>2</sup>) pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel IV.14**  
**Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji-t)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.494	2.340		1.066	.289
	Kualitas Pelayanan	.300	.146	.331	2.051	.043
	Harga	.516	.176	.474	2.938	.004

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan  
Sumber: Hasil Output Versi SPSS 23

Berdasarkan hasil uji parsial pada tabel IV.14 Dapat diketahui bahwa  $t_{hitung}$  untuk variabel kualitas pelayanan adalah 2,051 dan untuk  $t_{tabel}$  diperoleh dengan rumus  $df=n-k-f$  atau  $97-2-1=94$ , hasil  $t_{tabel}$  yang diperoleh adalah 1,661. Dengan demikian nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $2,051 > 1,661$ . Maka  $H_{a1}$  diterima  $H_{01}$  ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan 3B Cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat.

Variabel harga menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $2,938 > 1,661$ , maka  $H_{a2}$  diterima dan  $H_{02}$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan 3B Cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat.

#### **b. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji-F)**

Hasil uji signifikansi simultan (Uji-F) pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel IV.15**  
**Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji-F)**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	668.432	2	334.216	77.652	.000 <sup>b</sup>
	Residual	404.578	94	4.304		
	Total	1073.010	96			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.15 Di atas diketahui bahwa nilai  $F_{hitung}$  77,652. Sedangkan  $F_{tabel}$  diperoleh dengan rumus  $df_1=k-1$   $(3-1) = 2$  dan  $df_2=n-k$   $(97-3) = 94$  dengan taraf signifikansi 0,1. Nilai  $F_{tabel}$  diperoleh sebesar 2,36. Sehingga  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $77,652 > 2,36$  maka  $H_{a3}$  diterima dan  $H_{03}$  ditolak artinya ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan 3B Cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat.

#### **D. Pembahasan Hasil Penelitian**

Penelitian ini berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 23 adalah sebagai berikut:

##### **1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan 3B Cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat**

Kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya. Suatu jasa berkualitas apabila dapat memberikan kepuasan sepenuhnya kepada

pelanggan, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan tau jasa. Pelayanan merupakan suatu jasa yang diberikan dari satu pihak terhadap pihak-pihak lainnya. Pelayanan yang dilakukan dengan baik akan memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewanya seseorang setelah merasakan atau membandingkan kinerja yang dipersepsikan terhadap ekspektasi atau kenyataan yang mereka rasakan.

Hasil penelitian ini menunjukkan ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di 3B Cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (*Full Costumer Satisfication*). Suatu yang berkualitas bila dapat memberikan kepuasan sepenuhnya kepada pelanggan, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan.<sup>66</sup>

Hasil penelitian ini juga diperkuat oleh hasil penelitian terdahulu yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toko Mitra Bangunan di Kecamatan Bua, Kabupaten Lawu.<sup>67</sup>

Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan 3B Cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat. Sehingga untuk

---

<sup>66</sup>M. N. Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 2-3.

<sup>67</sup>Tajuddin Nila Sari, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Mitra Bangunan di Kecamatan Bua, Kabupaten Lawu* (Skripsi), Universitas Muhammdiyah Palopo, 2020, hlm. 78.

menjaga perusahaan dan mempertahankan pelanggan perlu menyesuaikan kualitas pelayanan dan harga agar pelanggan merasa puas. Jadi pihak 3B Cafe harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggannya.

## **2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di 3B Cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat**

Harga memegang peranan penting dalam pemasaran baik itu bagi penjual maupun pembeli. Harga sebagai jumlah uang yang di tagih atas suatu produk atau jasa daei jumlah nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari suatu produk atau jasa.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan 3B Cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan, harga memainkan peran penting dalam bauran pemasaran. Karena penentuan harga terkait langsung dengan pendapatan yang diterima oleh perusahaan. Penentuan keputusan harga juga deminikan penting dalam menentukan seberapa jauh layanan dinilai oleh pelanggan, dan juga dalam membangun citra. Penentuan harga juga memberikan persepsi tertentu dalam hal kualitas

pelayanan.<sup>68</sup> Karena sukses marketing tergantung dari harga penawaran kepada pelanggan.<sup>69</sup>

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Giant Supermarket Rungut Surabaya.<sup>70</sup> Selain itu penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu menyatakan hasil penelitian menunjukkan harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Grab Semarang.<sup>71</sup>

Dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan 3B Cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat. Sehingga perusahaan berusaha memberikan harga terbaik untuk pelanggannya agar pelanggannya merasa puas ketika berkunjung kembali.

### **3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan 3B Cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat.**

Kualitas Pelayanan dan Harga merupakan faktor yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Kualitas Pelayanan dan

---

<sup>68</sup>Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Selemba Empat, 2013), hlm . 136.

<sup>69</sup>Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa* (Bandung: ALFABETA, CV, 2016), hlm. 172.

<sup>70</sup>Eko Budiyanto, “Pengaruh Persepsi Harga, Diskon Harga, dan kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Supermarket Rungut Surabaya”, *Management & Accounting Research Journal Global*, Vol. 3, No. 1, 2018. Hlm. 13.

<sup>71</sup>Rini Sugiarsih. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang”, *Journal of Strategic Communication*, Vol. 10, NO. 1, 2019, hlm. 21.

Harga menjadi perhatian khusus bagi sebuah perusahaan untuk mempertahankan pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan dan harga ada pengaruh terhadap kepuasan pelanggan 3B Cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan yaitu: kualitas pelayanan, harga, kualitas produk, emosional, dan biaya.<sup>72</sup> Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Indosteger.<sup>73</sup>

Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga ada pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dimana Kualitas pelayanan dan harga yang sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan dapat menjadi acuan untuk memberikan kepuasan.

#### **E. Keterbatasan Penelitian**

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin. Namun dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna sulit, sebab dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan. Diantara keterbatasan yang dihadapi peneliti selama melaksanakan penelitian dan

---

<sup>72</sup>Vinna Sry Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik* (Bnadung: Pustaka Setia, 2015), hlm. 239.

<sup>73</sup>Abdul Gofur, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Indosteger Jaya", *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB), Fakultas Ekonomi UNIAT*, Vol. 4, No. 1, 2019, hlm. 23.



penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Penyebaran kuesioner/angket dalam penelitian ini, peneliti tidak mengetahui apakah responden mengisi angket dengan jujur dalam menjawab setiap pertanyaan yang diberikan sehingga mempengaruhi validitas yang diperoleh.
2. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada penggunaan variabel yang diteliti yaitu kualitas pelayanan, harga sementara masih banyak lagi variabel lain yang dapat diteliti seperti promosi, minat, iklan dan lain sebagainya. Dimana nilai koefisien determinasi nya sebesar 38,5%.

Meskipun demikian peneliti tetap berusaha dan selalu sabar dalam melakukan penelitian agar penelitian ini maksimal. Akhirnya dengan segala kerja keras serta usaha dan bantuan dari semua pihak skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga peneliti selanjutnya lebih sempurna lagi.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pada hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan 3B Cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan 3B Cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat.
2. Ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan 3B Cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat.
3. Berdasarkan hasil penelitian, ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan 3B Cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat.

#### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan peneliti sebagai berikut:

1. Bagi 3B Cafe

Untuk mempertimbangkan peningkatan kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Agar dapat mempertahankan dan untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan, agar mencapai suksesnya

strategi penjualan di 3B Cafe di Paraman Ampalu Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Psaman Barat.

2. Bagi peneliti sendiri

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu membuat peneliti lebih luas lagi pengetahuannya dan ke depannya lebih baik lagi di dalam melakukan penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Arif Ferdian. Analisis Pengaruh dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Islam (Studi Komparatif Pada Konsumen Indomaret dan Swalayan Surya Jalur 2 Korpri), (Skripsi), Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018.
- Alma, Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: ALFABETA, cv, 2016.
- Andriani, Desi Dilla. Skripsi: “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Inna Parapat”, Medan: UINSU, 2018.
- Adam , Muhammad, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: ALFABETA cv, 2015.
- Aswani, Nur dan Masyhuri. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* . UIN Maliki Press, Malang. 2011.
- Budiyanto, Eko. “Pengaruh Persepsi Harga, Diskon Harga, dan kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Supermarket Rungt Surabaya”. *Management & Accounting Research Journal Global*, Vol. 3, No. 1, 2018.
- Departemen Republik Indonesia, Q.S Al-Imran 159.
- Departemen Agama Republik Indonesia, Q.S Al-Ahzab, ayat 21.
- Firmansyah, Farid & Rudy Haryanto. *Manajemen Kualitas Jasa*, Pemekasan: Duta Media, 2019.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: BP Universitas Diponegoro, 2011.
- Gofur, Abdul . “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Indosteger Jaya”. *Jurnal Riset Manjemen dan Bisnis (JRMB)*, Fakultas Ekonomi UNIAT, Vol. 4, No. 1, 2019.
- Harahap, Isnaini dkk, *Hadis-Hadis Ekonomi*. Jakarta: Pranamedia Group, 2015.
- Harahap, Isnaini dkk, *Hadis-Hadis Ekonomi*. Medan: Wal Ashri Publishing, 2015.
- Hasibuan, Malayu S.P. *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: PT. Bumi Akasara, 2011.

Hasil Wawancara, pada tanggal 10 Agustus 2022.  
Hasil Wawancara, pada tanggal 10 Agustus 2022.  
Hasil Wawancara, pada tanggal 10 Agustus 2022.  
<http://Jurnal.IainPadangsidempuan.Ac.Id/Index.Php/Attijaroh/Article/View/1081,n>  
.d.

Idrus, Salim Al. *Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian*, Malang: MNC Publishing, 2019.

Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2016.

Kurniawan, Danang. "Service Excellent Berdasarkan Perspektif Islam di Bank Syariah", *Jurnal Ekonomi Syariah*. Vol. 3, No. 1, Tahun 2020.

Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Selemba Empat, 2013.

Maulana, Ade Syarif. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI" *Jurnal Ekonomi*, Volume 7, Nomor 2, 2016.

Morisson, *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: Kencana, 2014.

Nasution, M. N. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.

Prasetyo, Bambang, Lina Miftahul Jannah. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016.

Priyatno, Duwi. *SPSS 22 Pengolahan Data Terparktis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2014).

Rianto, M. Nur. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabenta, 2012.

Roflin, Eddy, dkk. *Populasi, Sampel, Variabel*. Pekalongan: PT. Nasya Expnding Management, 2021.

Salim, Amir, dkk, Pemikiran Ibnu Taimiyah dalam Harga, Pasar, dan Hak Milik, *Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, Volume 6, No. 2, 2021.

Salma, Fitria Solaharika dan Ririn Tri Ratnasari, "Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas di Surabaya", *Jurnal Ekonomi Islam* 2, No. 4 (April 4, 2015), 327.

- Selang, Cristian A.D. “Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado,” dalam *Jurnal EMBA* , Vol. 1, No.3, ISSN 2303-1174, Juni 2013.
- Setyo, Purnomo Edwin. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “best autoworks””, *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Volume 1, No. 6, Februari 2017.
- Shihab, M. Qurais. *Tafsir Al Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur’an* Jakarta: Lentera Hati, 2012.
- Shinta, Agustina. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya, 2011.
- Sholeha, Ludviyatus. Sutrisno Dajaja dan Joko Widodo, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di AHASS Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogo Jampi Kabupaten Banyuwangi”*JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*Volume 12m. Nomor 1, 2018.
- Siregar, Syofian. *Statistik Paraemetrik untuk penelitian Kuantitatif* Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Sugiarsih, Rini.“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang”, *Journal of Strategic Communication*, Vol. 10, No. 1, 2019.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Sunyoto, Danang. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*, (Jakarta: Center Of Academic Publishing Service, 2014.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- Stanton, *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2010.
- Taguh, Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Plikasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.
- Tajuddin, Nilasari. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Mitra Bangunan Di Kecamatan Bua, Kabupaten Luwu (Skripsi), Universitas Muhammadiyah Palopo, 2020,
- Tjiptono, Fandy dan Gregoius Chandra. *Service, Quality dan Satisfication* Edisi Keempat. Yogyakarta, CV Andi, 2016.

Tarigan, Putu Reina Algista. Skripsi: *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Konsumen Kita-kita Tour and Travel)*. Medan: UINSU, 2018.

Tarsiana, Andra. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Cetakan I, 2016.

Yuniarti, Vinna Sri. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, Bandung, Pustaka Setia, 2015.

Zakariah, M. Azkari dan Vivi Afriani. *Analisis Statistik dengan SPSS Penelitian Kuantitatif*. Sulawesi Tenggara: Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warahmah, 2021.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### Data Pribadi

Nama : Melsa  
Nim : 18 402 00174  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat, Tanggal Lahir : SEI AUR I, 03 Juli 1999  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Agama : Islam  
Anak Ke : 8 dari 8 bersaudara  
Alamat Lengkap : Baruh Gunung, Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten  
Pasaman Barat  
Motto : Tetap berjuang untuk hidup  
Telepon/No. Hp : 0821 6922 0178  
Email : [melsanasution6@gmail.com](mailto:melsanasution6@gmail.com)

### Identitas Orang Tua

Nama Ayah : Alm. Sarmidi  
Pekerjaan : -  
Nama Ibu : Siti Hanum  
Pekerjaan : Petani

### Latar Belakang Pendidikan

Tahun 2006-2012 : SD N 20 Gunung Tuleh  
Tahun 2012-2015 : MTs. N 07 Gunung Tuleh  
Tahun 2013-2016 : SMK N 1 Gunung Tuleh  
Tahun 2018-Sekarang : Program Sarjana (S-1) Ekonomi Syariah, UIN  
SYAHADA Padangsidempuan Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam





36	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	42
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
40	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	39
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
42	4	3	4	3	3	4	3	3	4	5	37
43	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	39
44	3	1	5	3	4	5	3	1	5	5	37
45	2	2	4	3	2	4	3	2	4	2	30
46	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	45
47	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	39
48	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	39
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	42
50	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	36
51	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	42
52	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	45
53	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
54	5	4	5	4	1	5	4	4	5	5	42
55	4	5	4	4	5	4	4	5	4	3	42
56	3	4	5	3	4	5	3	4	5	4	41
57	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	43
58	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	37
59	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	45
60	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	45
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	42
62	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	44
63	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	44
64	3	3	5	5	3	5	5	3	5	4	40
65	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	23
66	4	4	5	3	4	5	3	4	5	4	43
67	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	39
68	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	43
69	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
70	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	45
71	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	37
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
73	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	43
74	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	43

75	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42
76	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
77	4	4	5	4	4	5	4	4	5	3	42
78	3	4	5	4	4	5	4	4	5	3	41
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
81	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	34
82	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	42
83	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	44
84	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	37
85	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	39
86	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	38
87	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	38
88	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	45
89	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	40
90	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	45
91	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	43
92	3	4	5	3	4	3	4	4	5	4	39
93	4	4	5	3	4	4	4	4	5	4	42
94	5	5	5	3	5	4	5	5	5	4	47
95	4	4	3	5	3	4	2	4	3	3	34
96	4	5	3	4	4	4	2	5	3	3	37
97	4	5	4	3	3	4	4	5	4	4	42

**Jawaban Pernyataan Responden Variabel Harga (X<sub>2</sub>)**

Jumlah Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Total
1	4	5	3	4	4	4	4	5	33
2	4	5	3	4	4	4	4	4	32
3	4	5	3	4	3	4	3	4	30
4	5	5	3	5	5	5	4	4	36
5	4	3	3	3	4	3	4	3	27
6	5	3	3	4	5	3	3	3	29
7	5	4	3	4	4	5	4	4	33
8	4	5	5	5	4	5	4	5	37
9	3	3	3	3	3	3	2	3	23
10	4	4	5	4	4	4	4	4	33
11	4	5	4	3	4	5	4	4	33
12	4	5	2	4	4	5	4	4	32
13	4	4	4	4	4	4	4	4	32
14	4	4	1	5	4	4	5	4	31
15	4	4	4	4	4	4	4	5	33
16	3	4	4	4	3	4	4	4	30
17	3	4	2	4	4	4	4	4	29
18	3	4	2	4	3	4	5	4	29
19	4	4	2	3	4	4	4	4	29
20	4	4	2	4	4	4	4	5	31
21	4	4	5	4	4	4	3	5	33
22	4	4	2	4	4	4	4	4	30
23	4	4	3	4	4	4	4	5	32
24	4	4	1	3	4	4	4	5	29
25	4	5	2	4	4	5	4	4	32
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	4	4	3	4	4	5	4	5	33
28	5	5	4	5	5	5	4	5	38
29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
31	4	4	3	4	3	4	3	5	30
32	4	5	2	3	4	5	3	4	30
33	4	4	2	4	4	4	4	4	30
34	3	4	2	3	4	4	4	5	29
35	4	4	3	4	4	4	4	5	32
36	4	4	3	3	4	4	4	4	30
37	4	4	3	4	4	4	4	5	32

38	4	4	2	4	4	4	4	4	30
39	4	4	2	4	4	4	4	5	31
40	4	4	4	4	3	4	4	4	31
41	4	4	3	4	4	4	4	4	31
42	3	4	2	4	3	4	3	5	28
43	4	4	4	4	4	4	4	4	32
44	1	5	3	3	4	5	4	5	30
45	2	4	2	2	2	4	2	2	20
46	4	5	3	5	4	5	4	4	34
47	4	4	4	4	4	4	4	4	32
48	4	4	4	3	4	4	4	4	31
49	4	4	4	4	4	4	4	5	33
50	4	3	4	3	4	3	4	3	28
51	4	4	4	5	4	4	1	5	31
52	4	5	4	5	4	5	4	4	35
53	4	4	4	5	4	4	4	4	33
54	4	5	4	5	1	5	4	5	33
55	5	4	3	4	5	4	4	3	32
56	4	5	3	3	4	5	4	4	32
57	4	5	3	4	4	4	4	5	33
58	3	4	4	4	3	4	3	3	28
59	4	5	3	4	4	5	4	5	34
60	4	5	2	4	4	5	4	5	33
61	4	4	2	4	4	4	4	5	31
62	4	5	3	4	4	5	4	5	34
63	4	5	3	4	4	5	4	5	34
64	3	5	3	3	3	5	3	4	29
65	2	2	1	2	2	2	3	2	16
66	4	5	3	4	4	5	4	4	33
67	4	4	4	4	4	4	5	4	33
68	5	4	3	4	5	4	3	4	32
69	4	4	2	3	4	4	4	4	29
70	4	5	3	5	4	5	4	5	35
71	3	4	2	4	3	4	4	4	28
72	4	4	3	4	4	4	4	4	31
73	4	5	3	4	4	5	3	4	32
74	4	5	3	4	4	5	4	4	33
75	4	5	3	4	4	4	4	4	32
76	4	4	3	4	3	4	5	4	31

77	4	5	3	4	4	5	4	3	32
78	4	5	3	3	4	5	4	3	31
79	4	4	3	4	4	4	4	5	32
80	4	4	4	4	4	4	4	4	32
81	4	3	3	3	4	3	4	4	28
82	4	4	4	4	4	4	3	5	32
83	5	4	4	5	5	4	4	4	35
84	3	4	2	4	3	4	3	4	27
85	3	4	3	4	4	4	5	5	32
86	3	4	2	4	3	4	4	4	28
87	3	4	3	4	4	4	4	4	30
88	4	5	4	5	4	5	4	5	36
89	4	4	4	5	4	4	4	3	32
90	4	5	4	5	4	5	5	5	37
91	4	5	3	4	4	4	4	5	33
92	4	5	3	3	4	3	4	4	30
93	4	5	3	4	4	4	3	4	31
94	5	5	3	5	5	4	4	4	35
95	4	3	3	4	3	4	4	3	28
96	5	3	3	4	4	4	3	3	29
97	5	4	3	4	3	4	4	4	31

**Jawaban Pernyataan Responden Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)**

Jumlah Responden	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	Y 6	Y 7	Y 8	Total
1	4	4	4	4	5	4	5	4	34
2	4	4	5	4	4	4	4	4	33
3	3	4	2	4	4	4	4	4	29
4	5	5	3	5	5	5	5	4	37
5	4	3	3	3	3	2	3	2	23
6	5	3	3	3	4	2	4	4	28
7	4	5	2	5	4	5	5	4	34
8	4	5	5	5	5	5	5	4	38
9	3	3	3	3	3	3	2	2	22
10	4	4	5	4	4	4	4	4	33
11	4	5	4	4	3	4	3	4	31
12	4	5	3	3	5	4	5	4	33
13	4	4	4	4	4	4	4	4	32
14	4	4	1	4	5	4	5	5	32
15	4	4	4	4	4	4	4	4	32
16	3	4	4	4	4	4	4	4	31
17	4	4	4	3	5	4	5	4	33
18	3	4	2	4	4	4	4	2	27
19	4	4	2	4	3	4	3	4	28
20	4	4	4	4	5	4	5	4	34
21	4	4	4	4	4	4	4	4	32
22	4	4	3	3	4	4	4	4	30
23	4	4	3	4	4	4	4	4	31
24	4	4	5	4	4	4	4	4	33
25	4	5	3	4	4	3	4	3	30
26	4	4	4	3	4	4	4	3	30
27	4	5	2	5	4	5	4	5	34
28	5	5	4	4	5	4	5	5	37
29	4	4	4	3	4	4	4	4	31
30	4	4	4	4	4	2	4	4	30
31	3	4	2	4	4	4	4	4	29
32	4	5	2	4	3	4	3	4	29
33	4	4	2	3	4	3	4	3	27
34	4	4	4	4	4	3	4	3	30
35	4	4	3	3	4	4	4	4	30
36	4	4	3	4	3	4	3	4	29
37	4	4	3	4	4	4	4	4	31

38	4	4	2	3	4	4	4	2	27
39	4	4	2	5	4	4	4	4	31
40	3	4	2	4	3	4	3	4	27
41	4	4	3	3	4	4	4	4	30
42	3	4	2	4	4	3	4	3	27
43	4	4	4	3	4	3	4	4	30
44	4	5	4	4	5	4	5	4	35
45	2	4	2	2	2	3	2	3	20
46	4	5	3	4	5	4	5	4	34
47	4	4	4	4	4	3	4	3	30
48	4	4	4	4	3	3	3	3	28
49	4	4	4	4	4	4	4	4	32
50	4	3	4	2	3	4	3	4	27
51	4	4	4	4	5	4	3	3	31
52	4	5	3	4	4	3	4	3	30
53	4	4	4	3	5	4	5	4	33
54	1	5	3	3	3	3	5	4	27
55	5	4	3	4	4	4	4	3	31
56	4	5	3	3	3	3	3	3	27
57	4	4	2	3	4	4	4	4	29
58	3	4	4	3	4	4	4	4	30
59	4	5	3	4	4	4	4	4	32
60	4	5	2	5	4	5	4	5	34
61	4	4	4	4	4	4	4	4	32
62	4	5	3	4	4	4	4	4	32
63	4	5	3	5	4	5	4	5	35
64	3	5	3	3	3	5	3	5	30
65	2	2	1	2	2	2	3	3	17
66	4	5	4	4	5	4	5	4	35
67	4	4	4	3	4	3	4	4	30
68	5	4	3	4	4	4	4	4	32
69	4	4	2	3	3	4	4	4	28
70	4	5	3	3	5	4	4	4	32
71	3	4	2	4	4	4	4	4	29
72	4	4	3	4	4	4	4	4	31
73	4	5	3	4	4	4	4	4	32
74	4	5	3	4	4	4	4	4	32
75	4	4	3	4	4	4	4	4	31
76	3	4	2	5	4	4	4	4	30



77	4	5	3	4	4	4	4	4	32
78	4	5	3	4	3	4	4	4	31
79	4	4	3	3	4	4	3	4	29
80	4	4	4	4	4	4	3	4	31
81	4	3	3	3	3	3	3	3	25
82	4	4	4	5	4	5	4	4	34
83	5	4	4	5	5	4	5	4	36
84	3	4	2	4	4	4	4	4	29
85	4	4	4	3	5	4	5	4	33
86	3	4	2	5	4	4	4	5	31
87	4	4	3	4	4	4	4	4	31
88	4	5	4	4	5	4	5	4	35
89	4	4	3	3	4	4	5	4	31
90	4	5	4	4	5	4	5	4	35
91	4	3	3	5	5	4	2	4	30
92	3	4	2	5	4	3	3	5	29
93	5	5	4	4	4	5	4	5	36
94	4	3	4	4	4	4	4	5	32
95	4	3	4	5	5	4	4	4	33
96	4	4	5	3	3	5	5	4	33
97	4	4	3	4	4	4	5	4	32

### Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>)

#### Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Total
X1.1 Pearson Correlation	1	.442**	.321**	.325**	.264**	.363**	.338**	.442**	.321**	.368**	.640**
Sig. (2-tailed)		.000	.001	.001	.009	.000	.001	.000	.001	.000	.000
N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.2 Pearson Correlation	.442**	1	.118	.129	.567**	.138	.147	1.000**	.118	.087	.594**
Sig. (2-tailed)	.000		.249	.208	.000	.179	.151	.000	.249	.398	.000
N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.3 Pearson Correlation	.321**	.118	1	.331**	.183	.785**	.526**	.118	1.000**	.409**	.756**
Sig. (2-tailed)	.001	.249		.001	.073	.000	.000	.249	.000	.000	.000
N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.4 Pearson Correlation	.325**	.129	.331**	1	.081	.435**	.742**	.129	.331**	.376**	.488**
Sig. (2-tailed)	.001	.208	.001		.432	.000	.000	.208	.001	.000	.000
N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.5 Pearson Correlation	.264**	.567**	.183	.081	1	.141	.176	.567**	.183	.182	.539**
Sig. (2-tailed)	.009	.000	.073	.432		.167	.084	.000	.073	.075	.000
N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.6 Pearson Correlation	.363**	.138	.785**	.435**	.141	1	.400**	.138	.785**	.367**	.702**
Sig. (2-tailed)	.000	.179	.000	.000	.167		.000	.179	.000	.000	.000
N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.7 Pearson Correlation	.338**	.147	.526**	.742**	.176	.400**	1	.147	.526**	.457**	.638**
Sig. (2-tailed)	.001	.151	.000	.000	.084	.000		.151	.000	.000	.000
N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.8 Pearson Correlation	.442**	1.000**	.118	.129	.567**	.138	.147	1	.118	.087	.594**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.249	.208	.000	.179	.151		.249	.398	.000
N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.9 Pearson Correlation	.321**	.118	1.000**	.331**	.183	.785**	.526**	.118	1	.409**	.756**
Sig. (2-tailed)	.001	.249	.000	.001	.073	.000	.000	.249		.000	.000

N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.10 Pearson Correlation	.368**	.087	.409**	.376**	.182	.367**	.457**	.087	.409**	1	.589**
Sig. (2-tailed)	.000	.398	.000	.000	.075	.000	.000	.398	.000		.000
N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Total Pearson Correlation	.640**	.594**	.756**	.488**	.539**	.702**	.638**	.594**	.756**	.589**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97

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

### Uji Validitas Harga (X<sub>2</sub>)

#### Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Total
X2.1 Pearson Correlation	1	.118	.261**	.442**	.567**	.138	.144	.087	.586**
Sig. (2-tailed)		.249	.010	.000	.000	.179	.159	.398	.000
N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.2 Pearson Correlation	.118	1	.105	.321**	.183	.785**	.166	.409**	.641**
Sig. (2-tailed)	.249		.305	.001	.073	.000	.104	.000	.000
N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.3 Pearson Correlation	.261**	.105	1	.350**	.157	.121	.000	.103	.505**
Sig. (2-tailed)	.010	.305		.000	.125	.238	.998	.316	.000
N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.4 Pearson Correlation	.442**	.321**	.350**	1	.264**	.363**	.214*	.368**	.714**
Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.009	.000	.035	.000	.000
N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.5 Pearson Correlation	.567**	.183	.157	.264**	1	.141	.209*	.182	.566**
Sig. (2-tailed)	.000	.073	.125	.009		.167	.040	.075	.000
N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.6 Pearson Correlation	.138	.785**	.121	.363**	.141	1	.179	.367**	.640**
Sig. (2-tailed)	.179	.000	.238	.000	.167		.080	.000	.000
N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.7 Pearson Correlation	.144	.166	.000	.214*	.209*	.179	1	.214*	.432**
Sig. (2-tailed)	.159	.104	.998	.035	.040	.080		.036	.000
N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.8 Pearson Correlation	.087	.409**	.103	.368**	.182	.367**	.214*	1	.587**



Total Pearson Correlation	.574**	.560**	.495**	.573**	.741**	.668**	.684**	.582**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	97	97	97	97	97	97	97	97	97

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

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

### Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.841	10

### Uji Reliabilitas Harga (X<sub>2</sub>)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.714	8

### Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.747	8

### Uji Statistik Deskriptif

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	97	23	48	40.61	3.690
Harga	97	16	38	31.21	3.072
Kepuasan Pelanggan	97	17	38	30.77	3.343
Valid N (listwise)	97				

## Uji Normalitas

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.05288901
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.055
	Negative	-.037
Test Statistic		.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

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

## Uji Linearitas

### Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan

#### ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Kualitas Pelayanan	Between Groups	(Combined)	708.958	15	47.264	10.516	.000
		Linearity	631.282	1	631.282	140.457	.000
		Deviation from Linearity	77.676	14	5.548	1.234	.268
Within Groups			364.053	81	4.494		
Total			1073.010	96			

## Uji Linearitas

### Harga dengan Kepuasan Pelanggan

#### ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Harga	Between Groups	(Combined)	696.709	14	49.765	10.844	.000
		Linearity	650.322	1	650.322	141.712	.000

	Deviation from Linearity	46.386	13	3.568	.778	.681
	Within Groups	376.301	82	4.589		
	Total	1073.010	96			

### Uji Multikolinearitas

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

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	.154	6.491
	Harga	.154	6.491

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

### Uji Heteroskedastisitas

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.200	1.494		2.142	.035
	Kualitas Pelayanan	-.064	.093	-.179	-.686	.494
	Harga	.031	.112	.072	.276	.783

a. Dependent Variable: Abs\_RES

### Uji t

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.494	2.340		1.066	.289
	Kualitas Pelayanan	.300	.146	.331	2.051	.043
	Harga	.516	.176	.474	2.938	.004

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

**Uji F**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	668.432	2	334.216	77.652	.000 <sup>b</sup>
	Residual	404.578	94	4.304		
	Total	1073.010	96			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

**Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.789 <sup>a</sup>	.623	.615	2.075

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

**Analisis Regresi Linear Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.494	2.340		1.066	.289
	Kualitas Pelayanan	.300	.146	.331	2.051	.043
	Harga	.516	.176	.474	2.938	.004

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan



## DOKUMENTASI

Dokumentasi dengan Ibu Aisyah pemilik 3B Cafe



Dokumentasi dengan Bapak Edi Candra pemilik 3B Cafe



## LAMPIRAN

Dokumentasi pengisian angket oleh saudara Abdi



Dokumentasi pengisian angket oleh saudara Yhenti dan Masrifa



## LAMPIRAN

Dokumentasi pengisian angket oleh Bapak Nahdi



Dokumentasi pengisian angket oleh saudara Rifki



## LAMPIRAN

Dokumentasi pengisian angket oleh saudari Aina Letti



Dokumentasi pengisian angket oleh saudara Nanda dan Saudari Putri



## LAMPIRAN

Dokumentasi pengisian angket oleh saudara Ikhsan



Dokumentasi pengisian angket oleh Bapak Marhan



## LAMPIRAN

Dokumentasi pengisian angket oleh saudara Rifnal



Dokumentasi pengisian angket oleh saudara Elson

