

**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN
KONSUMEN DI KAFE *LIMITLESS* MEDAN**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi
Universitas Medan Area**

Disusun oleh:

ARI PERMANA MTD

14.860.0156



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2019**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 12/19/19

Access From (repository.uma.ac.id)

LEMBAR PERSETUJUAN


JUDUL SKRIPSI : HUBUNGAN KUALITAS PELAYAN DENGAN
KEPUASAN KONSUMEN DI KAFE
LIMITLESS MEDAN

NAMA MAHASISWA : ARI PERMANA MTD
NPM : 14.860.0156
BAGIAN : PSIKOLOGI INDUSTRI & ORGANISASI

MENYETUJUI

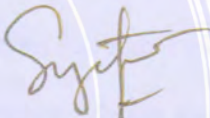
Komisi Pembimbing

Pembimbing I



Hasanuddin, P.hD

Pembimbing I



Syafrizaldi, S.Psi, M.Psi

MENGETAHUI

Ka. Bagian



Farida Hanum Siregar, S.Psi, M.Psi



Dekan

Prof. Dr. Abdul Munir, M.Pd

Tanggal Lulus: Kamis, 10 Januari 2019

LEMBAR PENGESAHAN

Dipertahankan di Depan Penguji Skripsi Fakultas Psikologi
Universitas Medan Area dan Diterima Untuk Memenuhi Sebagian
Dari Syarat-Syarat Guna Memperoleh Derajat
Sarjana (S1) Psikologi

Pada Tanggal:

10 Januari 2019



DEWAN PENGUJI

1. Nini Sri Wahyuni, S.Psi, M.Pd, M.Psi
2. Azhar Azis, S.Psi, MA
3. Hasanuddin, P.hD
4. Syafrizaldi, S.Psi, M.Psi

Tanda Tangan

Three handwritten signatures in brown ink are shown, each written over a horizontal line. The signatures correspond to the names listed in the 'DEWAN PENGUJI' section.

LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, Kamis, 10 Januari 2019



Ari Permana Mtd

14.860.0156

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : ARI PERMANA MTD
NPM : 14.860.0156
Program Studi : Psikologi
Fakultas : Psikologi
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi

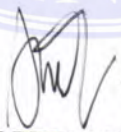
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya saya yang berjudul **Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Di Kafe Limitless Medan** Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database) merawat dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi/Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada Tanggal : 10 Januari 2019

Yang menyatakan



(ARI PERMANA MTD)

UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS PSIKOLOGI

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7368878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20223
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Medan, 11 Agustus 2018

Nomor : 1616 /FPSI/01.10/VIII/2018
Lampiran : -
Hal : Pengambilan Data

Yth, Pemilik Kafe Limitless Medan
Jl. Perhubungan Laut Dendang
Di
Tempat

Dengan hormat, bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami:

Nama : Ari Permana Mtd
NPM : 14 860 0156
Program Studi : Ilmu Psikologi
Fakultas : Psikologi

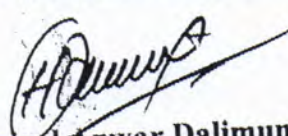
Untuk melaksanakan pengambilan data di Kafe Limitless Medan Jl. Perhubungan Laut Dendang guna penyusunan skripsi yang berjudul "Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen di Kafe Limitless Medan".

Perlu kami informasikan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, yang merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian Sarjana Psikologi di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Sehubungan dengan hal tersebut kami mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan dan Surat Keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data di Café yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Wakil Dekan Bidang Akademik,


Harul Anwar Dalimunthe, S.Psi, M.Si

Tembusan

Mahasiswa Ybs

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 12/19/19

Access From (repository.uma.ac.id)



KAFE LIMITLESS MEDAN
Jln. Perhubungan, Dusun V, No. 169 Laut Dendang, Medan
Kode Pos 20371 || Contact Person: 0815-3494-4551

Medan, 18 Agustus 2018

No : 001/Limitless/SK/2018

Lamp : -

Hal : Surat Keterangan Telah selesai Melakukan Pengambilan Data Untuk Skripsi di Kafe Limitless Medan

Kepada Yth:
Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Medan Area
DiMedan

Sehubungan dengan surat saudara tanggal 18 Agustus 2018 No.1616/FPSI/01.10/VIII/2018 tentang pengambilan data, dengan ini diberitahukan bahwa:

Nama : Ari Permana Mtd

NPM : 14 860 0156

Program Studi : Ilmu Psikologi

Dimana mahasiswa tersebut telah selesai melakukan pengambilan data sejak tanggal 11 Agustus – 18 Agustus 2018 di Kafe *Limitless* Medan guna menyusun SKRIPSI yang berjudul "Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen di Kafe *Limitless* Medan".

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya, akhir kata saya ucapkan Terimakasih.

Medan, 18 Agustus 2018
Owner Kafe Limitless Medan



Riyon Pratama

HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN DI KAFE *LIMITLESS* MEDAN

ARI PERMANA MTD

14.860.0156

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen di Kafe *Limitless* Medan. Kepuasan Konsumen adalah mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Pertemuan antara kedua kepentingan ini akan menentukan seberapa besar tingkat kepuasan konsumen pada suatu produk. Kepercayaan akan sikap terhadap merek, kualitas layanan, dan masih banyak lagi kepercayaan yang lain yang menjadi motivasi dari perusahaan untuk mengembangkan produknya. Tinggi rendahnya kepuasan konsumen dapat dilihat dari skala kepuasan konsumen yang disusun peneliti berdasarkan aspek-aspek kepuasan konsumen yaitu *Expectation* (Harapan), *Performance* (Kinerja), *Comparisme* (Perbandingan), *Confirmation/disconfirmation* (Penegasan), dan *Discrepancy* (Ketidaksesuaian). Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah ada hubungan positif yang signifikan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen. Subjek penelitian yang diambil sebanyak 50 orang. Teknik pengambilan sampel adalah *Incidental sampling*. Alat ukur yang digunakan adalah skala Kualitas Pelayanan dan skala Kepuasan Konsumen dengan menggunakan bentuk skala Likert. Pengolahan data penelitian ini dengan menggunakan teknik korelasi product moment dari pearson. Hasil penelitian menunjukkan adanya korelasi sebesar 0,690 dengan $p < 0,000$, hal ini berarti ada korelasi positif yang signifikan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen di Kafe *Limitless* Medan. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas pelayanan, maka semakin tinggi kepuasan konsumen, sebaliknya semakin rendah kualitas pelayanan, maka semakin rendah kepuasan konsumen. Adapun koefisien determinasi dari korelasi tersebut adalah sebesar $R^2 = 0,476$ artinya Kualitas Pelayanan memberikan sumbangan efektif terhadap Kepercayaan diri sebesar (47,6 %) sedangkan sisanya (52,4 %) ditentukan oleh faktor lain yang mempengaruhi dalam penelitian ini yang tidak terlihat diantaranya Kualitas Produk, Emosional, Harga, Biaya.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan , Kepuasan Konsumen, Kafe Limitless Medan

RELATIONSHIP QUALITY OF SERVICE WITH CONSUMER SATISFACTION IN MEDAN LIFELESS CAFE

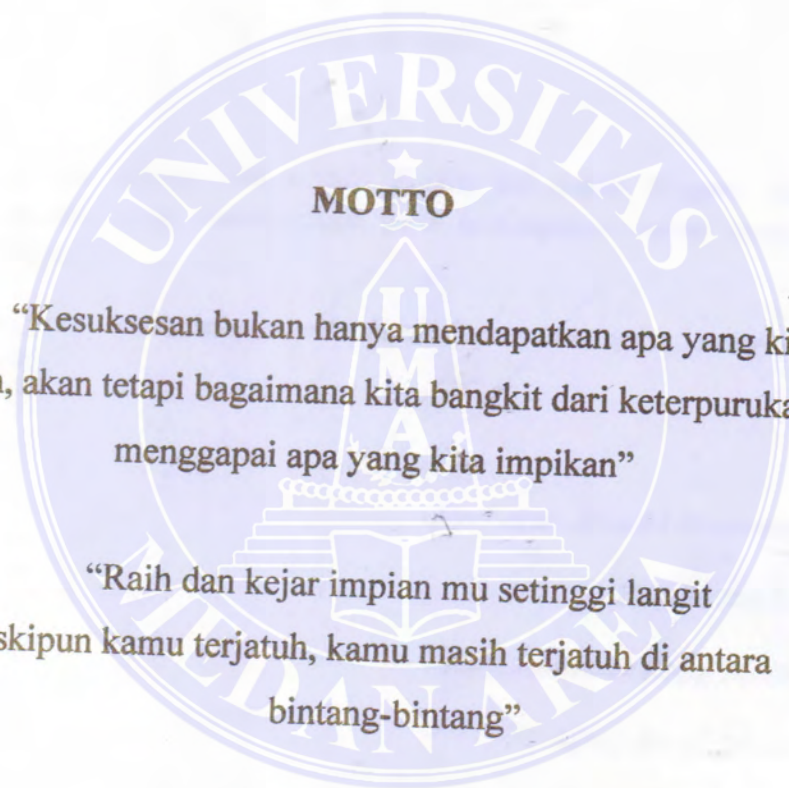
ARI PERMANA MTD

14.860.0156

ABSTRACT

This study aims to determine the Relationship between Service Quality and Consumer Satisfaction in Cafe Limitless Medan. Consumer satisfaction includes the difference between expectations and perceived performance or results. The meeting between these two interests will determine how much the level of customer satisfaction with a product. Trust in attitudes towards brands, service quality, and many other beliefs that motivate companies to develop their products. High and low of consumer satisfaction can be seen from the consumer satisfaction scale compiled by researchers based on aspects of consumer satisfaction, namely Expectation, Performance, Comparism, Confirmation / Disconfirmation, and Discrepancy. The hypothesis proposed in this study is that there is a significant positive relationship between Service Quality and Consumer Satisfaction. Research subjects taken as many as 50 people. The sampling technique is incidental sampling. Measuring instruments used are the Service Quality scale and the Consumer Satisfaction scale using a Likert scale. This research data processing using Pearson product moment correlation techniques. The results showed a correlation of 0.690 with $p < 0,000$, this means there was a significant positive correlation between Service Quality and Consumer Satisfaction in Medan Limitless Cafes. This means that the higher the quality of service, the higher the customer satisfaction, conversely the lower the quality of service, the lower the customer satisfaction. The coefficient of determination of the correlation is $R^2 = 0.476$ meaning that Service Quality contributes effectively to Confidence (47.6%) while the rest (52.4%) is determined by other factors that influence in this study that are not visible including Product Quality , Emotional, Price, Cost.

Keywords: Service Quality, Consumer Satisfaction, Medan Limitless Cafes



MOTTO

“Kesuksesan bukan hanya mendapatkan apa yang kita inginkan, akan tetapi bagaimana kita bangkit dari keterpurukan dan menggapai apa yang kita impikan”

“Raih dan kejar impian mu setinggi langit
Meskipun kamu terjatuh, kamu masih terjatuh di antara
bintang-bintang”

PERSEMBAHAN

Saya persembahkan karya tulis ilmiah ini untuk Negara Kesatuan Republik Indonesia yang memberikan saya kesempatan untuk mengenyam Pendidikan Tinggi.

Serta kepada yang senantiasa mendoakanku, mendukungku, menyanggiku dan mencintaiku,

Ayahanda Hendri Matondang SH

Ibunda Sri Hardani

Adik Abwabar Rezqi Matondang

Abdu Arrofi Matondang

Kekasih Ku Maisarah

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur Alhamdulillah peneliti ucapkan atas kehadiran ALLAH YANG MAHA ESA, atas segala rahmat dan karunia-Nya, kesabaran, kemudahan dan kelancaran bagi peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini sampai selesai.

Peneliti menyadari bahwa keberhasilan dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan serta kerja sama yang baik dari berbagai pihak, oleh karena itu sudah sepantasnya dengan segala kerendahan hati peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Yayasan H. Agus Salim Universitas Medan Area.
2. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc. selaku Rektor Universitas Medan Area.
3. Bapak Prof. Dr. Abdul Munir, M.Pd selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.
4. Bapak Hairul Anwar Dalimunthe, S.Psi. MSi selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.
5. Bapak Syafrizaldi, S.Psi, M.Psi selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area dan juga selaku dosen pembimbing II (dua) yang selalu memberikan bimbingan dan arahan serta motivasi dengan penuh kesabaran kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi.
6. Bapak Hasanudin, P.hd selaku dosen pembimbing I (satu) yang selalu memberikan bimbingan dan arahan serta motivasi dengan penuh kesabaran kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi.

7. Bapak Drs. Mulia Siregar, S.Psi. M.Psi selaku dosen wali yang telah membimbing peneliti selama kuliah di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.
8. Ibu Nini Sri Wahyuni, S.Psi, M.Pd, M.Psi selaku ketua sidang yang telah meluangkan waktunya untuk hadir pada saat saya sidang.
9. Bapak Azhar Azis, S.Psi, MA selaku sekretaris sidang yang telah meluangkan waktunya untuk hadir pada saat saya sidang.
10. Seluruh dosen Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang telah memberikan ilmu dan mengajarkan peneliti banyak hal mengenai psikologi selama peneliti mengikuti perkuliahan.
11. Seluruh Staff Tata Usaha Fakultas Psikologi Universitas Medan Area : Buk Tris, Kak Citra yang juga telah banyak membantu peneliti dalam urusan administrasi.
12. Abangda Riyan Pratama selaku Pemilik Kafe Limitless Medan yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk melakukan penelitian sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
13. Rekan Nur Annisa Putri yang telah membantu peneliti dalam menyebarkan skala di Kafe Limitless Medan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
14. Buat Abang-abang dan kakak-kakak pelanggan Kafe Limitless yang telah meluangkan waktu dalam mengisi alat ukur penelitian, sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini.
15. Yang teristimewa Ayahanda (Hendri Matondang SH) dan Ibunda (Sri Hardani) tercinta yang peneliti banggakan yang telah memberikan kasih

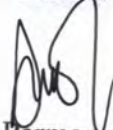
sayang dan semangat kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

16. Adikku Abdu Arrofi Matondang & sang Pemilik Hati ini Maisarah yang telah mengingatkan dan memberikan semangat untuk terus menyelesaikan skripsi ini.
17. Buat sahabat-sahabat terbaikku Servina Siregar, Samuel Hutagaol, Imam Mahmudha, Ika Sianturi, Nur Annisa Putri, Bona Hasiolan P. situmeang, Guntur Alamsyah serta teman-teman seperjuangan stambuk 2014 terutama kelas B, terima kasih telah menemaniku selama di masa perkuliahan.
18. Dan seluruh keluarga dan rekan-rekan lainnya yang belum disebutkan satu persatu oleh peneliti yang selalu memberikan dukungan dan mendoakan keberhasilan peneliti.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini terdapat kesalahan baik isi maupun tata tulisnya. Untuk itu peneliti mengharap saran dan sumbangan pikiran untuk kelengkapan karya tulis selanjutnya. Akhir kata semoga Allah selalu melimpahkan taufik dan hidayah Nya serta membalas segala amal baik semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan dan pengetahuan kita semua khususnya bagi peneliti pribadi.

Medan, 10 Januari 2019

Peneliti



Ari Permana Mtd

14.860.0156

DAFTAR ISI

LEMBARAN PERSETUJUAN	i
LEMBARAN PENGESAHAN	ii
LEMBARAN PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
UCAPAN TERIMAKASIH	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	8
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian	9
F. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN TEORITIS	11
A. Konsumen	11
1. Pengertian Konsumen	11
2. Peranan Konsumen	13
3. Tipe Konsumen	13
B. Kualitas Pelayanan	14

1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	14
2. Aspek-aspek Kualitas Pelayanan.....	17
3. Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan	20
C. Kepuasan Konsumen	22
1. Pengertian Kepuasan Konsumen	22
2. Aspek-aspek Kepuasan Konsumen	23
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan konsumen	25
D. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen	28
E. Kerangka Konseptual	32
F. HIPOTESIS.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Tipe Penelitian.....	33
B. Identifikasi Variabel Penelitian	33
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	34
D. Subjek Penelitian	35
E. Teknik Pengumpulan Data.....	36
1. Validitas	37
2. Reliabilitas.....	38
F. Analisis Data	39
1. Uji Normalitas	40
2. Uji Linearitas.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
A. Orientasi Kancah Penelitian	41
B. Persiapan Penelitian.....	43
C. Pelaksanaan Penelitian	46
D. Hasil Penelitian.....	51

E. Pembahasan	56
BAB V PENUTUP.....	59
A. Simpulan	59
B. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....	62



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Distribusi Penyebaran <i>Item</i> Kualitas Pelayanan	44
Tabel 2. Distribusi Penyebaran <i>Item</i> Kepuasan Konsumen	45
Tabel 3. Distribusi <i>Item</i> Skala Kualitas Pelayanan Setelah Uji Coba.....	48
Tabel 4. Distribusi <i>Item</i> Skala Kepuasan Konsumen Setelah Uji Coba	50
Tabel 5. Hasil Perhitungan Uji Normalitas	52
Tabel 6. Hasil Perhitungan Uji Linieritas	53
Tabel 7. Perhitungan Analisis <i>r Pearson Product Moment</i>	54
Tabel 8. Hasil Perhitungan Nilai Rata-Rata Hipotetik dan Empirik.....	56



DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN
- LAMPIRAN 2 SKORING DATA PENELITIAN
- LAMPIRAN 3 UJI RELIABELITAS DAN VALIDITAS
- LAMPIRAN 4 UJI NORMALITAS
- LAMPIRAN 5 UJI LINEARITAS
- LAMPIRAN 6 UJI HIPOTESIS
- LAMPIRAN 7 SURAT KETERANGAN PENELITIAN
- LAMPIRAN 8 SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era *modern* saat ini perkembangan bisnis kafe di Indonesia khususnya di kota-kota besar semakin berkembang dengan pesat. Banyak bermunculan pelaku bisnis baru yang membuka usaha kafe dengan berbagai konsep atau ide-ide kreatif dan unik yang dibuat semenarik mungkin untuk memikat pelanggan dari berbagai kalangan baik kalangan bawah, menengah dan kalangan atas. Beberapa lokasi di kota kecil bahkan juga banyak bermunculan kafe, ini tidak terlepas dari dukungan pemerintah setempat yang mempermudah perizinan mendirikan usaha.

Telah banyak bermunculan kafe dengan berbagai keunikan yang ditawarkan. Walaupun pada awalnya kemunculan bisnis kuliner berkonsep kafe dianggap asing karena identik dengan kemewahan dan harga yang relatif mahal, namun seiring waktu masyarakat dapat menerimanya.

Kafe berarti semacam tempat sederhana, tetapi cukup menarik di mana seseorang bisa makan, makanan ringan sambil mengisi waktu luang istirahat atau memang memerlukan tempat khusus untuk pertemuan dengan keluarga atau rekan bisnis. Dengan ini kafe berbeda dengan warung makanan pada umumnya. Sekarang seiring perubahan zaman kafe mulai *modern*, kita bisa lihat mulai dari peralatan sederhana hingga peralatan *modern*, semua berlomba-lomba untuk memanjakan para nikmat kafe. Anda mungkin bisa merasakan nuansa berbeda dari kafe satu ke kafe lainnya, Terutama dekorasi ruangan kelas sederhana sampai kelas istana di coba para pemilik kafe untuk membuat nyaman para pelanggannya

bak seorang raja sungguhan, para pemilik kafe pun harus kreatif terutama menu yang disajikan dan tak heran kalau mereka rela merogoh kocek lebih untuk membayar salary para *chef* dan baristanya. Tak heran juga mereka berani menyewa konsultan yang lebih mengerti di bisnis ini terutama mereka yang baru merintis usaha bisnis ini dari nol. Kafe (*cafe*) adalah tempat untuk bersantai dan berbincang-bincang dimana pengunjung dapat memesan minuman dan makanan. Kafe termasuk tipe restoran namun lebih mengutamakan suasana rileks, hiburan dan kenyamanan pengunjung sehingga menyediakan tempat duduk yang nyaman dan alunan musik yang dibutuhkan dalam membentuk suatu kenyamanan kepada pelanggan.

Ketika banyak bermunculan kafe baru ini akan mengakibatkan tingginya tingkat persaingan, kafe yang tidak kuat akan dengan mudah dikalahkan oleh pesaingnya. Dilihat dari sisi konsumen saat ini, mereka memiliki banyak alternatif varian dan lebih selektif dalam memilih kafe yang akan dikunjungi. Ketika konsumen menganggap suatu kafe tidak memuaskan, maka kafe tersebut akan sangat mudah untuk ditinggalkan.

Khususnya di kota Medan terdapat beberapa kafe yang pasang surut karena tidak siap menghadapi persaingan, banyak pengunjung yang datang khususnya anak muda tidak hanya untuk keperluan kuliner semata bahkan kafe itu sendiri bisa di jadikan tempat berswafoto bersama teman atau kelompok tertentu, konsumen tidak hanya mencari produk saja yang berupa makanan dan minuman, tetapi juga menginginkan pengalaman yang berbeda yaitu kafe yang memiliki konsep unik dan menarik akan lebih menjadi *trend* di kota Medan. Maka dari itu pelaku bisnis harus mampu mempersiapkan strategi yang tepat untuk memikat

konsumen agar konsumen tetap puas dan nyaman dengan pelayanan yang diberikan kafe atau sebagai pihak pelaku usaha kafe tersebut.

Adapun fenomena yang terjadi di Kafe *Limitless*, saat konsumen masuk ke dalam kafe pada umumnya konsumen langsung duduk dan menunggu pelayan datang untuk mencatat pesanan. Namun yang terjadi di kafe *limitless* konsumen menunggu pesanan begitu lama karena di kafe tersebut minim pekerja. Kafe *Limitless* memiliki satu *owners* saja dan dua pelayan yang terdiri dari satu koki dan *waitres*, namun *owner* juga merangkap sebagai *bartender* di kafe tersebut, sama halnya dengan koki yang merangkap sebagai *waitres* serta satu orang yang khusus menjadi *waitres* saja. meskipun begitu konsumen di kafe *limitless* tersebut selalu ramai di datangi pengunjung pada awalnya, tetapi lambat laun hal ini menyebabkan kafe tersebut seakan lama dalam hal pelayanan seperti membuatkan hidangan kepada konsumen maupun menyajikan minuman karena sedikitnya atau minimnya pekerja. dimana kafe *limitless* juga masih menggunakan sistem manual saat proses pembayaran sehingga hal ini tidak bersifat efisien dalam proses pembayaran, Hal tersebut dapat menurunkan kualitas pelayanan yang ada di kafe tersebut.

Masalah kualitas pelayanan sangat berpengaruh pada banyak nya konsumen yang datang untuk menikmati suasana kafe dengan makanan, minuman yang di jual oleh pihak kafe, ini memerlukan seorang karyawan dan dekorasi lingkungan kafe yang mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik pada konsumen sehingga konsumen mau datang dan mengajak teman - teman untuk datang di kafe tersebut. karna memiliki suatu kualitas pelayanan yang baik

mampu memberikan kenyamanan dan kepuasan kepada konsumen tentang pelayanan di kafe.

Pelayanan kafe *Limitless* belum dikatakan baik karna karyawan masih tergolong sedikit atau minim sehingga membuat konsumen menunggu cukup lama dan mudah merasa bosan, tempat nongkrong tersebut berada di jalan Perhubungan Medan. Kafe *Limitless* tepat berada di pinggir pasar sehingga memudahkan akses bagi konsumen yang ingin berkunjung ke kafe tersebut dan membuat kafe tersebut selalu ramai di kunjungi oleh pelanggan. hal ini lah yang menjadi tantangan bagi pihak *owner* pemilik kafe untuk selalu menjaga kualitas pelayanan kepada pelanggannya.

Pelayanan adalah sebuah kata bagi penyedia jasa yang harus dikerjakan dengan baik, oleh karena itu setiap pelaku usaha harus memiliki strategi yang khusus untuk mengelola jasa dengan baik. Strategi khusus yang dimaksudkan mengenai tentang hal apa yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, hal itu berkaitan dengan kualitas pelayanan dimana kualitas pelayanan merupakan aspek terpenting untuk mencapai kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan suatu fenomena yang unik, sebab dimensi dan indikatornya dapat berbeda diantara orang-orang yang terlibat dalam pelayanan. Beberapa penelitian telah dilakukan untuk meneliti bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Hasanah (2006), bahwa faktor yang menciptakan kepuasan pelanggan adalah keramahan dan kesopanan pramusaji, kelayakan dan kebersihan *toilet* serta *wastafel*, sarana parkir dan nyaman ruangan makanan. Dalam hal ini perusahaan perlu meningkatkan

kecepatan penanganan keluhan pelanggan, dimana akhirnya bisa membuat pelanggan menjadi lebih puas.

Kualitas pelayanan menurut Sugiarto (2002), adalah suatu tindakan seseorang terhadap orang lain melalui penyajian produk atau jasa sesuai dengan ukuran yang berlaku pada produk atau jasa tersebut untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan orang yang di layani.

Jika kualitas pelayanan yang diberikan pelaku usaha kepada konsumen baik, maka akan membuat konsumen beranggapan pelaku usaha telah profesional dalam memberikan pelayanannya. Begitu pula sebaliknya jika konsumen beranggapan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen buruk, maka konsumen akan beranggapan kalau perusahaan kurang profesional dalam memberikan layanan kepada konsumen. Hal ini sejalan teori yang di kemukakan oleh Riyan Afriyansah (2011), menganalisa bahwa kualitas pelayanan menjadi salah satu ukuran atas keberhasilan dalam memberikan penilaian secara obyektif dalam usaha menciptakan kepuasan konsumen.

Pelayanan jasa merupakan sebuah pelayanan yang tidak berwujud yang ditawarkan suatu pihak ke pihak lain atau kepada konsumen. Pelayanan jasa tersebut tidak dapat dilihat, akan tetapi pelayanan jasa tersebut hanya dapat dirasakan manfaatnya oleh setiap konsumen yang menggunakan jasa tersebut. Pada dasarnya jasa merupakan aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik, yang biasanya di konsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah, seperti kenyamanan

atau kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa yang di berikan oleh pihak pemberi jasa.

Dalam pelayanan jasa yang di berikan oleh penyedia jasa, memiliki nilai terhadap kualitas pelayanan jasa yang di berikan kepada konsumen. Setiap konsumen mengharapkan pelayanan jasa yang terbaik. Pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara harapan pelayanan yang akan di terima oleh konsumen dengan pelayanan di telah berikan oleh penyedia jasa

Penelitian John Hendra Istianto dan Maria (2011), mengemukakan secara teori bahwa kualitas pelayanan yang diberikan yaitu dengan memberikan kepuasan melalui kualitas cita rasa (*taste*) yang dipertahankan dan sesuai dengan selera konsumen, serta pemilihan lokasi yang tepat dan disertai pelayanan yang baik. Adapun hasil analisis menunjukkan bahwa secara keseluruhan variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, namun dalam menangani keluhan pelanggan kurang cepat hal ini perlu ditingkatkan dengan baik dan perlu memberikan pelatihan kepada karyawan dalam meningkatkan kualitas jasanya.

Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai (Tjiptono 2002), sedangkan Kotler (2002) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya. Dari pengertian diatas dapat dipahami bahwa peran kualitas pelayanan yang baik merupakan hal sangat penting dan sangat berpengaruh, tanpa adanya pelayanan yang tepat produk akan kurang diminati oleh konsumen.

Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan pelanggan atau ketidakpuasan pelanggan semakin besar. Persaingan yang semakin ketat khususnya untuk bisnis kafe, dimana banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap pelaku usaha kafe harus menempatkan orientasi kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama dan diyakini sebagai kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa dengan harga bersaing.

Kotler (2002) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Pada umumnya harapan dari pelanggan merupakan perkiraan/keyakinan pelanggan tentang apa yang diterimanya bila mereka membeli atau mengkonsumsi suatu produk. Kepuasan ini mendatangkan keuntungan karena biaya mendapatkan pelanggan baru lima kali lebih tinggi dari pada mempertahankan yang sudah ada.

Berdasarkan fenomena di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian **“HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN DI KAFE LIMITLESS MEDAN”**.

B. Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini peneliti ingin meneliti tentang hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen di kafe *limitless* Medan. Konsumen pada umumnya mengharapkan pelayanan yang berkualitas dalam setiap jasa pelayanan yang di berikan oleh pelaku usaha, terkhusus dalam pelayanan di kafe *limitless*

Medan. Jika kualitas pelayanan yang diberikan pelaku usaha kepada konsumen baik, maka akan membuat konsumen beranggapan pelaku usaha telah profesional dalam memberikan pelayanannya. Begitu pula sebaliknya jika konsumen beranggapan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen buruk, maka konsumen akan beranggapan kalau perusahaan kurang profesional dalam memberikan layanan kepada konsumen.

Hal ini terlihat dari pelayanan yang diberikan kafe *Limitless*, kurangnya karyawan yang bekerja di kafe *limitless* membuat konsumen lama menunggu pesanan sehingga konsumen merasa bosan ditambah metode pembayaran yang masih manual menjadikan tidak efisiennya pelayanan yang ada di kafe tersebut. Berjalan dengan hal di atas, pihak kafe yang memiliki masalah kurangnya karyawan menjadi masalah tersendiri dimana pekerjaan menjadi merangkap seperti *owner* yang merangkap sebagai bartender, koki merangkap sebagai *waitres* dan *waitres* khusus sehingga tidak dapat memberikan pelayanan secara maksimal kepada konsumen.

Berdasarkan fenomena diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti **“Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen di Kafe Limitless Medan”**.

C. Batasan Masalah

Meninjau dari identifikasi masalah yang di uraikan diatas, maka peneliti membatasi penelitian yang hanya menekankan pada “Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen di Kafe Limitless Medan”. Kualitas pelayanan menurut Sugiarto (2002), adalah suatu tindakan seseorang terhadap

orang lain melalui penyajian produk atau jasa sesuai dengan ukuran yang berlaku pada produk atau jasa tersebut untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan orang yang di layani. Kristianto (2011) mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Pertemuan antara kedua kepentingan ini akan menentukan seberapa besar tingkat kepuasan konsumen pada suatu produk.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat diambil suatu rumusan masalah apakah ada “Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen?”.

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui “Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen di Kafe Limitless Medan”.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini dapat menjadi bahan masukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan pada umumnya, khususnya dalam psikologi industri dan organisasi.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang didapat dari penelitian ini adalah dapat memberikan gambaran secara umum kepada masyarakat mengenai “Hubungan Kualitas

Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen di Kafe Limitless di Medan”. Sehingga pelaku usaha membuat suatu management karyawan yang baik, memberikan kenyamanan pada konsumen, pelatihan dan memberikan arahan kepada karyawan dalam mengatasi persoalan yang dihadapi tentang kualitas pelayanan terbaik pada konsumen.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsumen

1. Pengertian Konsumen

Menurut Dewi (2013), konsumen adalah seseorang yang menggunakan produk dan atau jasa yang dipasarkan. Sedangkan kepuasan konsumen adalah sejauh mana harapan para pembelian seorang konsumen dipenuhi atau bahkan dilebihi oleh sebuah produk. Jika harapan konsumen tersebut dipenuhi maka ia akan merasa puas, dan jika melebihi harapan konsumen, maka konsumen akan merasa senang.

Black's Law Dictionary mendefinisikan konsumen sebagai berikut “*a person who buys goods or service for personal, family, or house holduse, with no intention or resale; a natural person who use products for personal rather than business purpose*”. Artinya bahwa konsumen adalah orang yang membeli barang atau jasa untuk kepentingan pribadi, keluarga, atau rumah tangganya, dengan tidak ada niat atau dijual kembali; orang pribadi yang menggunakan produk untuk pribadi daripada tujuan bisnis.

Menurut Sri Handayani (2012) konsumen (sebagai alih bahasa dari *consumen*), secara harfiah berarti " seseorang yang membeli barang atau menggunakan jasa" atau "seseorang atau sesuatu perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu" juga "sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang", ada pula yang

memberikan arti lain yaitu konsumen adalah "setiap orang yang menggunakan barang atau jasa dalam berbagai perundang-undangan negara".

Sejalan dengan Sri Handayani, Az. Nasution (dalam Kristiyanti, 2009) juga menjelaskan beberapa batasan tentang konsumen, yakni:

- a. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu.
- b. Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang/jasa lain atau untuk diperdagangkan (tujuan komersial).

Konsumen merupakan faktor penting di dalam perusahaan, karena dengan adanya konsumen maka perusahaan dapat menjual, memasarkan dan menawarkan produknya. Dalam UUD No.8 Tahun 1999; L.N. Tahun 1999 No.42 menjelaskan tentang perlindungan konsumen menyebutkan bahwa pengertian konsumen (Pasal 1 angka 2) adalah sebagai berikut: "Setiap orang pemakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain mau pun mahluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan".

Selain itu dijelaskan pula dalam UU ini, bahwa pengertian konsumen sesungguhnya dapat terbagi dalam tiga bagian yaitu: Konsumen dalam arti umum, yaitu pemakai, pengguna atau pemanfaat barang atau jasa untuk tujuan tertentu. Konsumen antara, yaitu pemakai, pengguna atau pemanfaat barang dan jasa untuk diproduksi (Produsen) menjadi barang atau jasa lain atau untuk memperdagangkannya (distributor) dengan tujuan komersial, konsumen antara ini sama dengan pelaku usaha, dan Konsumen akhir, yaitu pemakai, pengguna atau

pemanfaat barang dan jasa konsumen untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri, keluarga, atau rumah tangganya dan tidak untuk diperdagangkan kembali.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa konsumen merupakan setiap pemakai barang atau jasa yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dan tidak untuk diperdagangkan kembali.

2. Peranan Konsumen

Menurut Fandi Tjiptono (2005) peranan konsumen terdiri atas hal-hal sebagai berikut:

- a. *User*, adalah orang yang benar-benar (secara aktual) mengkonsumsi atau menggunakan produk atau mendapatkan manfaat dari produk atau jasa yang dibeli.
- b. *Payer*, adalah orang yang mendanai atau membiayai pembelian.
- c. *Buyer*, adalah orang yang berpartisipasi dalam pengadaan produk dari pasar.

Masing-masing peranan diatas bias dilakukan oleh satu orang, bisa pula oleh individu yang berbeda. Jadi seseorang bisa menjadi *user*, sekaligus *spayer*, dan *buyer*. Selain itu, bisa juga individu menjadi *payer*, menjadi *user*, dan menjadi *buyer*. Itu semua tergantung kepada konteks atau situasi pembelian.

3. Tipe Konsumen

Pemahaman atas proses aktivitas mental dan fisik konsumen ini mengarah pada pengidentifikasian pihak mana saja yang terlibat dalam proses tersebut, siapa saja yang memainkan masing-masing peran yang ada. Adapun tipe dan perilaku dari konsumen menurut Fandi Tjiptono (2005) adalah sebagai berikut:

- a) Konsumen akhir atau konsumen rumah tangga, yaitu konsumen yang melakukan pembelian untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, atau keperluan hadiah bagi teman maupun saudara, tanpa bermaksud untuk memperjualbelikannya. Dengan kata lain, pembelian dilakukan semata-mata untuk keperluan konsumsi sendiri.
- b) Konsumen bisnis (disebut pula konsumen organisasional, konsumen industrial, atau konsumen antara) adalah jenis konsumen yang melakukan pembelian untuk keperluan pemrosesan lebih lanjut, kemudian dijual (produsen), disewakan kepada pihak lain, dijual kepada pihak lain (pedagang), digunakan untuk keperluan layanan sosial dan kepentingan public (pasar pemerintah dan organisasi). Dengan demikian, tipe konsumen ini meliputi organisasi bisnis maupun organisasi nirlaba (seperti rumah sakit, sekolah, instansi, pemerintah, Lembaga Swadaya Masyarakat, dan sebagainya).

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa konsumen adalah seseorang yang membeli atau menggunakan produk barang atau jasa untuk kepentingan pribadi, keluarga, atau rumah tangganya. Tipe konsumen adalah konsumen akhir dan konsumen bisnis.

B. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Pelayanan menurut Dirgantoro (2001), yaitu aktivitas yang berhubungan dengan penyedia pelayanan untuk meningkatkan atau mempertahankan nilai produk seperti pemasangan, reparasi, pelatihan, pasokan suku cadang,

penyesuaian produk. Menurut Kotler (2007), pelayanan atau *service* adalah sebuah tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Istilah pelayanan menurut Norman dalam buku Pelayanan Prima yang dikutip Sutopo dan Adi Suryanto (2003), adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen (pihak yang dilayani) yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan dua istilah yang perlu diketahui, yaitu konsep melayani dan pelayanan. Pengertian melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan oleh seseorang. Sedangkan pengertian pelayanan adalah usaha untuk melayani kebutuhan orang lain (Kamus Besar Bahasa Indonesia), atau perorangan kepada konsumen (yang dilayani), yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kualitas didefinisikan sebagai “Tingkat baik buruknya sesuatu”. Kata kualitas memiliki banyak definisi yang berada dan bervariasi mulai dari yang konvensional hingga yang lebih strategis. Definisi konvensional dari kualitas biasanya menggambarkan karakteristik suatu produk: kinerja (*performance*), keandalan (*reliability*), mudah dalam penggunaan (*easy of use*), dan estetika (*esthetics*). Sedangkan definisi strategi dinyatakan bahwa kualitas adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan (*meeting the needs of costumers*). Oleh

karenanya, kualitas disini merupakan proses atau upaya menjaga janji pelayanan agar pihak yang dilayani merasa puas.

Menurut Tjiptono (2005), Kualitas adalah menjaga janji pelayanan agar pihak yang dilayani merasa puas dan diuntungkan. Meningkatkan kualitas merupakan pekerjaan semua orang adalah pelanggan, tanggung jawab untuk kualitas produk dan pengawasan kualitas tidak dapat didelegasikan kepada satu orang. Kualitas didefinisikan sebagai penilaian konsumen terhadap keseluruhan keunggulan produk, sedangkan kualitas pelayanan yang dirasakan merupakan pertimbangan global yang berhubungan dengan superioritas dari pelayanan.

Tjiptono (2005), menyimpulkan bahwa citra kualitas pelayanan yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi konsumen. Hal ini disebabkan karena konsumen yang mengkonsumsi serta yang menikmati jasa layanan sehingga mereka yang seharusnya menentukan kualitas jasa tersebut. Persepsi konsumen terhadap keunggulan suatu jasa layanan.

Menurut Parasuraman, Zeithaml dan L.L Berry (dalam Tjiptono 2007), Kualitas pelayanan adalah perbedaan antara harapan pelanggan akan suatu pelayanan dengan persepsi mereka akan pelayanan yang mereka terima. Saat harapan pelanggan lebih rendah dari persepsi terhadap pelayanan yang diperoleh, maka hal tersebut menjadi kejutan yang menyenangkan bagi pelanggan. Pada saat harapan pelanggan sesuai dengan persepsi terhadap pelayanan yang diperoleh maka pelanggan akan merasa puas. Namun, pada saat harapan pelanggan lebih

besar daripada persepsi terhadap pelayanan yang diperoleh maka pelanggan tidak puas terhadap pelayanan.

Kotler (dalam Murwanti & Nursiam, 2004) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai keseluruhan ciri dan karakteristik produk atau jasa yang mendukung kemampuan untuk memuaskan kebutuhan. Definisi ini menekankan pada fokus pelanggan. Menurut Parasuraman, dkk (dalam Setiawati & Murwanti, 2006) kualitas pelayanan adalah perbandingan antara pelayanan yang diharapkan konsumen dengan pelayanan yang di terimanya.

Kualitas pelayanan menurut Sugiarto (2002), adalah suatu tindakan seseorang terhadap orang lain melalui penyajian produk atau jasa sesuai dengan ukuran yang berlaku pada produk atau jasa tersebut untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan orang yang di layani. Sementara, menurut Wyckof dan Lovelock (dalam Sugiarto, 2002) kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

2. Aspek-aspek Kualitas Pelayanan

Seperti yang dikemukakan Kotler (dalam Harun, 2009) bahwa kualitas harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi consume. Lovelock, haynes dkk (Unzicker,1999) kualitas pelayanan dipengaruhi oleh menunggu dan persepsi. Namun, hubungan ini telah ditemukan dimediasi atau dikelola oleh variabel situasi beberapa, misalnya, musik dan visual isyarat), menunggu durasi dan antrian Informasi, sosial pengaruh), dan mempengaruhi. Terdapat lima aspek kualitas jasa yang dapat dirincikan sebagai berikut :

- a. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
- b. Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.
- c. Keyakinan (*confidence*), yaitu pengetahuan dan kesopanan pegawai serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan atau “*assurance*”.
- d. Empati (*emphaty*), yaitu syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan.
- e. Berwujud (*tangible*), yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan media komunikasi.

Menurut Garvin (Tjiptono, 2008) kualitas pelayanan terdiri atas delapan aspek berikut yang satu sama lainnya berkaitan erat:

a. Kinerja (*performance*)

Kinerja berkaitan dengan efisiensi pencapaian tujuan utama sebuah pelayanan jasa. Umumnya kinerja yang lebih bagus identik dengan kualitas yang lebih baik.

b. Fitur (*features*)

Fitur berkaitan dengan atribut pelayanan jasa yang melengkapi kinerja dasar sebuah pelayanan jasa.

c. Reliabilitas (*reliability*)

Reliabilitas merupakan kemampuan sebuah pelayanan jasa untuk tetap berfungsi secara konsisten selama usia desainnya. Sebuah pelayanan jasa akan dikatakan *reliable* (andal) apabila kemungkinan kerusakan atau gagal dipakai selama usia desainnya sangat rendah.

d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to specifications*)

Kesesuaian dengan spesifikasi yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi sebuah pelayanan jasa memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya, misalnya dalam hal ukuran, kecepatan, kapasitas, daya tahan. Dalam dunia manufaktur, aspek ini sangat populer terutama karena mudah dikuantifikasikan.

e. Daya tahan (*durability*)

Daya tahan berkaitan dengan tingkat kemampuan sebuah pelayanan jasa mentolerir tekanan, stres atau trauma tanpa mengalami kerusakan berarti.

f. Kemudahan mereparasi (*Service ability*)

Sebuah pelayanan jasa dikatakan sangat *service able* apabila bias direparasi secara mudah dan murah. Apabila reparasi tersebut cepat dan mudah diakses, pelayanan jasa bersangkutan dikatakan memiliki *service ability* tinggi.

g. Estetika

Estetika yaitu daya tarik pelayanan jasa terhadap panca indra, misalnya bentuk fisik, warna, dan sebagainya.

h. Persepsi kualitas (*Perceived quality*)

Persepsi kualitas berkaitan dengan citra dan reputasi pelayanan jasa serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut atau fitur pelayanan jasa yang akan dibeli, maka pembeli mempersepsikan kualitasnya dari aspek harga, nama merek, iklan, reputasi perusahaan, maupun negara pembuatnya (*country of origin, country-of-manufacture, country-of-assembly, atau country-of brand*). Karena sifatnya perseptual, maka setiap orang kemungkinan akan memiliki opini yang berbeda.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa aspek kualitas pelayanan yaitu, keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), keyakinan (*confidence*),

3. Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan

Beach dan Bushirle (dalam Mabruroh, 2003), mengatakan bahwa kualitas pelayanan dapat di pengaruhi oleh beberapa faktor yaitu:

- a) Penampilan
- b) Keahlian
- c) Suara dan kebiasaan di dalam berbicara
- d) Tata cara dan tingkah laku.

Sugiarto (2002) mengemukakan beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan antara lain:

- a. Memusatkan perhatian konsumen.

Hal ini dilakukan dengan mendengarkan konsumen dengan penuh perhatian, menanggapi pembicaraan dengan dengan konsumen, dan menempatkan kepentingan konsumen pada nomor satu.

- b. Memberikan pelayanan yang efisien.

Adalah dimana pelayanan dilakukan dengan tuntas dan tidak bertele-tele, mempergunakan waktu seakurat mungkin.

- c. Meningkatkan perasaan harga diri tamu.

Meningkatkan perasaan harga diri tamu dapat dilakukan dengan mengenali kehadiran konsumen, memuji dengan tulus dan memberikan penghargaan kepada konsumen.

- d. Membina hubungan dengan konsumen.

Membina hubungan berarti menjaga hubungan baik dengan konsumen. Bisa dengan mendengarkan apa yang disampaikan oleh konsumen, kemudian menunjukkan simpati kepada konsumen.

- e. Memberikan penjelasan dan keterangan.

Adalah ketika jasa pelayanan memberikan secara baik dan benar kepada konsumen.

f. Menentukan apa yang diinginkan konsumen.

Dapat dilakukan dengan cara menanyakan kembali apa yang diinginkan konsumen dan menarik inti dari apa yang dikatakan.

g. Memberikan penjelasan tentang jasa pelayanan yang dapat diberikan perusahaan.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, maka dapat disimpulkan kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

C. Kepuasan Konsumen

1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Engel dkk, mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai evaluasi pascakonsumsi bahwa sesuatu alternative yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan. Penilaian memenuhi atau tidak memenuhi standar kepuasan konsumen tergantung dari pascakonsumsi.

Wilkie (dalam Tjiptono, 2007), mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau layanan. Pengalaman konsumsi tentunya akan dapat lebih mendeskripsikan berbagai informasi produk dalam sentuhan-sentuhan yang lebih personal dan manusiawi. Kotler (2002) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Menurut Day (Kristianto, 2011) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respons pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (disconfirmation) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Harapan konsumen akan semakin berkembang seiring dengan banyaknya informasi yang didapatkan pascakonsumsi.

Kristianto (2011) mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Pertemuan antara kedua kepentingan ini akan menentukan seberapa besar tingkat kepuasan konsumen pada suatu produk.

Berdasarkan berbagai pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan evaluasi yg dilakukan konsumen pasca konsumsi mencakup harapan dan kinerja.

2. Aspek-aspek Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler (2002), mengemukakan pendapat tentang aspek-aspek kepuasan konsumen, meliputi:

a) *Expectation* (harapan)

Hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen diawali pada tahap sebelum pembelian, yaitu ketika konsumen menyusun harapan tentang apa yang akan diterima dari produk atau produk.

b) *Perfomance* (kinerja)

Selama kegiatan konsumsi, konsumen merasakan kinerja dan manfaat dari produk secara aktual dilihat dari dimensi kepentingan konsumen.

c) *Comparisme* (kesesuaian)

Setelah mengkonsumsi, baik harapan sebelum pembelian dan persepsi kinerja aktual dibandingkan oleh konsumen.

d) *Confirmation* atau *Disconfirmation* (penegasan)

Penegasan dari harapan konsumen, apakah harapan pra-pembelian dengan persepsi pembelian sama atau tidak.

e) *Discrepancy* (ketidaksesuaian)

Jika tingkat kinerja tidak sama, pengakuan ketidak-samaan menentukan perbedaan satu sama lain. Diskonfirmasi yang negatif menentukan kinerja yang aktual ada dibawah tingkat harapan maka semakin besar ketidak-puasan konsumen.

Supranto (2001), mengatakan bahwa aspek kepuasan konsumen antara lain :

- a. Ketanggapan pelayanan (*responsiveness of service*)
- b. Kecepatan transaksi (*speed of transaction*)
- c. Keberadaan pelayanan (*availability of service*)
- d. Profesionalisme (*profesionalisme*)

Sabarguna (2004), menyatakan ada beberapa aspek kepuasan konsumen yaitu:

- a. Aspek kenyamanan, meliputi lokasi perusahaan, kebersihan, dan kenyamanan.
- b. Aspek hubungan konsumen dengan karyawan, meliputi keramahan karyawan, informasi yang diberikan oleh karyawan, komunikatif, responsif, suportif, dan cekatan dalam melayani konsumen.
- c. Aspek kompetensi teknis petugas, meliputi keberanian bertindak dan pengalaman.
- d. Aspek biaya, meliputi mahalnnya produk, terjangkau tidaknya oleh konsumen.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan konsumen

Lupiyoadi (2001) menyebutkan lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, antara lain:

a. Kualitas Produk

Konsumen akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Produk dikatakan berkualitas bagi seseorang.

b. Kualitas Pelayanan

Konsumen akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.

c. Emosional

Konsumen merasa puas ketika orang memuji dia karena menggunakan merek yang mahal.

d. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.

e. Biaya

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

Menurut Irawan (2009) terdapat lima faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan (konsumen), yaitu:

1. Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Konsumen rasional selalu menuntut produk yang berkualitas pada setiap pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh produk tersebut. Dalam hal ini kualitas produk yang baik akan membarikan nilai tambah di benak konsumen.

2. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan di bidang jasa akan membuat pelanggan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang mereka harapkan. Pelanggan yang puas akan menunjukkan kemungkinan untuk kembali membeli produk atau jasa yang sama. Pelanggan yang puas cenderung akan memberikan persepsi terhadap produk atau jasa sebuah perusahaan.

3. Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial atau self-esteem yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek tertentu.

4. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya. Elemen ini mempengaruhi konsumen dari segi biaya yang dikeluarkan, biasanya semakin mahal harga suatu produk atau jasa, maka pelanggan atau konsumen memiliki nilai ekspektasi yang lebih tinggi.

5. Kemudahan

Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Berdasarkan uraian diatas bahwa dapat disimpulkan kepuasan konsumen adalah suatu respon atau tanggapan emosional pelanggan terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau layanan dan kinerja yang dirasakan setelah memakainya.

D. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen

Di era modern ini persaingan didunia bisnis kafe sangat ketat, salah satu cara untuk mendapatkan konsumen yang loyal adalah dengan memuaskan kebutuhan konsumen secara konsisten dari waktu ke waktu. (Ferrinadewi, 2005) banyak cara yang dapat digunakan pelaku bisnis untuk memuaskan kebutuhan konsumen.

Kristianto (2011), mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Pertemuan antara kedua kepentingan ini akan menentukan seberapa besar tingkat kepuasan konsumen pada suatu produk. Kepercayaan konsumen merupakan hal yang ingin didapat oleh berbagai perusahaan dari para konsumennya. Kepercayaan akan sikap terhadap merek, kualitas layanan, dan masih banyak lagi kepercayaan yang lain yang menjadi motivasi dari perusahaan untuk mengembangkan produknya. Namun, kepercayaan konsumen bukan hal yang mudah untuk kita dapatkan serta menanamkan pemikiran yang positif pada kognitif konsumen bukan hal yang gampang.

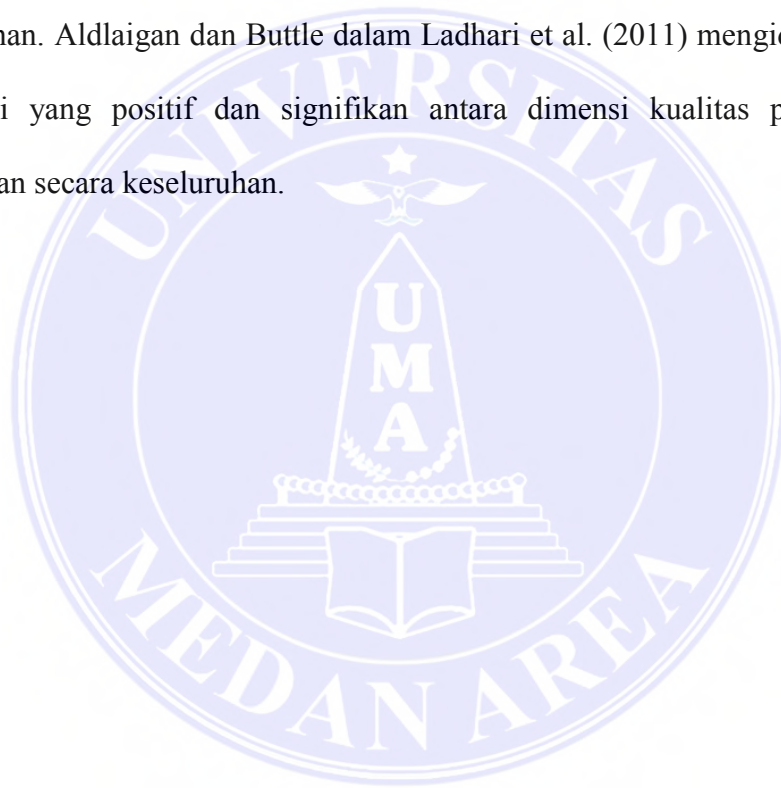
Wilkie (1994) menyatakan bahwa terdapat lima elemen kepuasan konsumen, yaitu (1) *Expectations* merupakan harapan yang dibangun konsumen selama fase pra-pembelian; (2) *Performance* yaitu bagaimana konsumen menyadari dan menerima kinerja pelayanan jasa tersebut; (3) *Comparison* yaitu perbandingan yang dilakukan konsumen setelah mengkonsumsi pelayanan jasa; (4) *Confirmation/disconfirmation* merupakan hasil perbandingan yang akan menghasilkan *confirmation of expectation* atau menghasilkan *disconfirmation of expectation*; (5) *Disrepancy*, mengindikasikan bagaimana perbedaan antara level kinerja dengan harapan. Ketika kinerja aktual berada dibawah harapan, kesenjangan yang lebih luas akan mengakibatkan tingginya level ketidak-puasan.

Salah satu indikator yang cukup handal yang dapat mempengaruhi konsumen adalah kualitas pelayanan. kualitas pelayanan sendiri adalah persepsi keseluruhan kinerja pelayanan perusahaan dan sering berubah-ubah. Seperti yang dikemukakan Kotler (2002) bahwa kualitas harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen. Terdapat lima aspek kualitas pelayanan sebagai berikut : a) Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya. b) Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. c) Keyakinan (*confidence*), yaitu pengetahuan dan kesopanan pegawai serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan atau “*assurance*”. d) Empati (*emphaty*), yaitu syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan. e) Berwujud (*tangible*), yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan media komunikasi. Sedangkan penelitian Tjiptono (2004) menunjukkan bahwa ke lima aspek kualitas pelayanan

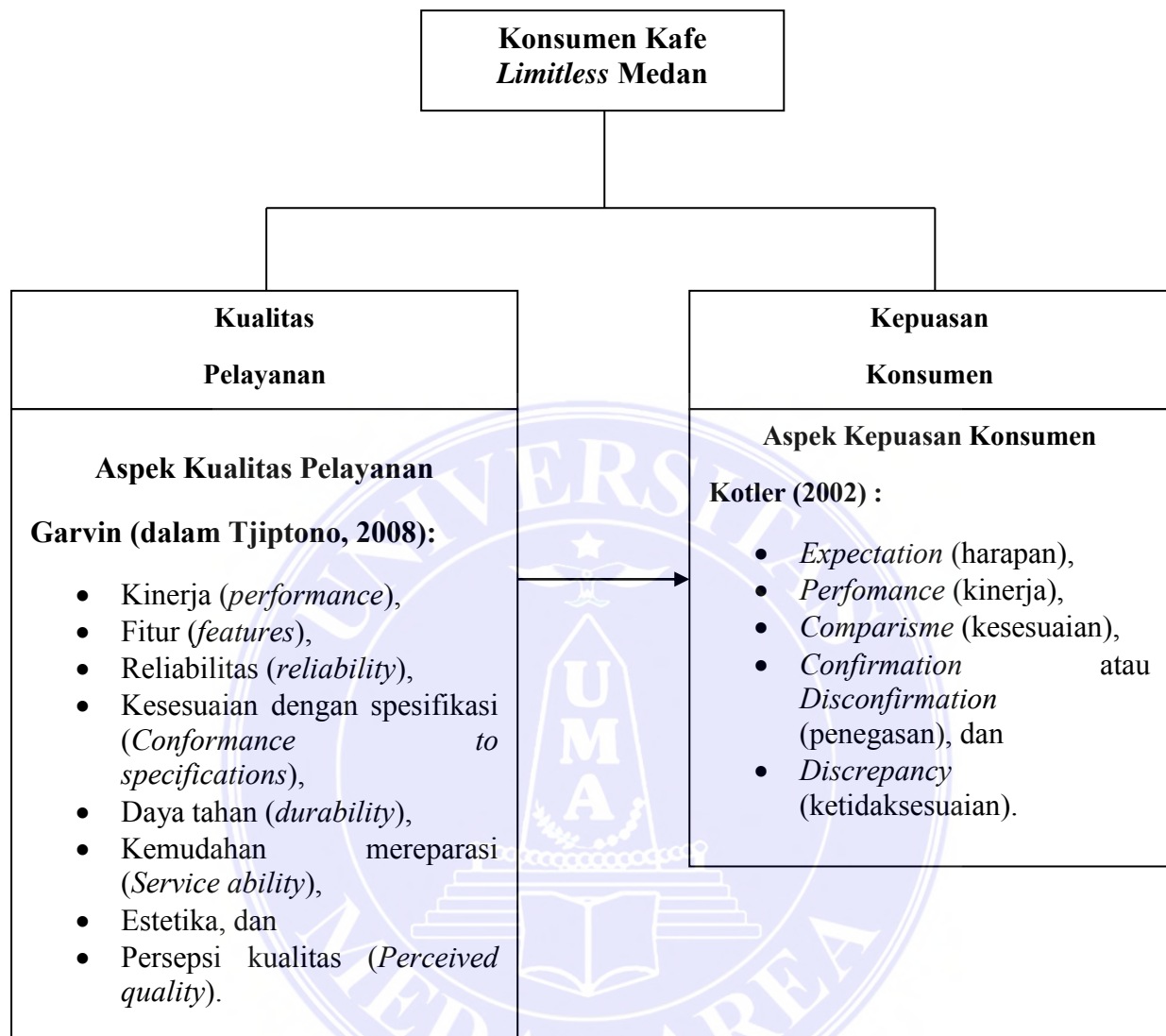
yaitu: (a) *Realibility* (Keandalan), pelayanan dikatakan tinggi jika kemampuan memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati. (b) *Responsiveness* (Daya tanggap), para karyawan berkenaan senantiasa bersedia dan mampu untuk membantu para konsumen dan merespons permintaan konsumen, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat. (c) *Assurance* (jaminan), pelayanan jasa dikatakan tinggi jika perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan perusahaan dapat menciptakan rasa aman bagi para konsumennya. (d) *Empaty* (perhatian), pelayanan jasa dikatakan tinggi jika penyedia jasa dapat memahami masalah para konsumennya dan bertindak demi kepentingan konsumen. (e) *Tangibels* (bukti langsung), pelayanan jasa dikaitkan baik jika daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan juga baik. Masing-masing memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Tjiptono, 2004).

Kotler dan Amstrong (dalam Sudibyo, 2014) menyatakan bahwa semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan pelanggan juga semakin tinggi. Pelanggan umumnya mengharapkan produk atau jasa yang dikonsumsi dapat diterima dan dinikmati dengan pelayanan yang baik dan memuaskan. Hal ini mengharuskan perusahaan untuk memperhatikan kualitas dari layanan (*service*) dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaannya / institusi.

Menurut penelitian Sanka (2012), menyatakan ada korelasi positif dan signifikan antara dimensi kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Zafar et al. (2012) juga menyatakan ada hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Menurut Bedi dalam Ming et al. (2010) pengiriman layanan yang berkualitas tinggi adalah suatu keharusan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Penelitian tersebut sejalan dengan Naeem dan Saif (2009) yang menemukan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil dari kualitas pelayanan. Aldlaigan dan Buttle dalam Ladhari et al. (2011) mengidentifikasi ada korelasi yang positif dan signifikan antara dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan secara keseluruhan.



E. Kerangka Konseptual



F. Hipotesis

Hipotesis yang di ajukan dalam penelitian ini “bahwa terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin tinggi kepuasan konsumen sebaliknya semakin rendah kualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin rendah kepuasan konsumen.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Agar penelitian ini lebih terarah serta sesuai dengan tujuan yang diinginkan, penulis menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengolah data-data yang diperoleh dari lokasi penelitian, dimana data menurut Sugiyono (2006), merupakan data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Pendekatan Kuantitatif yaitu pencairan data/informasi dari realitas permasalahan yang ada dengan mengacu pada pembuktian konsep/teori yang digunakan. Desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistic korelasional. Menurut Hariyadi (2003), penelitian korelasional bertujuan menyelidiki hubungan antara satu variable dengan satu atau lebih variable lainnya berdasarkan koefisien korelasi. Data kuantitatif yang dikumpulkan dalam penelitian korelasional, nantinya diolah dengan rumus-rumus statistic baik secara manual atau pun dengan menggunakan SPSS. Setelah data kuantitati didapat dan diolah dengan rumus statistik maka akan dihasilkan angka-angka yang nantinya akan disertai analisisnya berupa data kualitatif untuk menjelaskan angka-angka tersebut.

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Azwar (2003), identifikasi variable merupakan langkah untuk menetapkan variabel-variabel utama dalam penelitian dan menentukan fungsi nya masing-masing.

Variabel yang ada dalam penelitian ini adalah:

- a. Variabel bebas adalah suatu variable yang variasi nya mempengaruhi variable lain. Sehingga dapat dikatakan bahwa variable bebas adalah variable yang pengaruh nya terhadap variable lain yang ingin diketahui pengaruh nya terhadap variable lain (Azwar, 2003). Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan.
- b. Variabel tergantung adalah variable penelitian yang di ukur untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variable lain (Azwar, 2003). Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen.

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional bertujuan untuk menghindari terjadi nya salah penafsiran. Adapun definisi operasional variabel-variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang di lakukan oleh wirausahawan guna memenuhi harapan konsumen. Kualitas pelayanan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala kualitas pelayanan yang disusun peneliti aspek kualitas pelayanan dari Garvin (dalam Tjiptono, 2002), Kinerja (performance), Fitur (features), Reliabilitas (reliability), Kesesuaian dengan spesifikasi (Conformance to specifications), Daya tahan (durability), Kemudahan mereparasi (Service ability), Estetika, dan Persepsi kualitas (Perceived quality).

b. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang di harapkan. Kepuasan konsumen dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala kepuasan konsumen yang disusun peneliti aspek kepuasan konsumen dari Kotler (2002), yaitu Expectation (harapan), Performance (kinerja), Comparison (kesesuaian), Confirmation atau Disconfirmation (penegasan), dan Discrepancy (ketidaksesuaian).

D. Subjek Penelitian

1. Populasi

Populasi bukanlah hanya orang tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu dan sampel merupakan bagian dari populasi tersebut. Populasi menurut Sugiono (2006) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen kafe *Limitless* berjumlah 50 orang. Adapun data berdasarkan daily sell yang di kerjakan oleh pengelola kafe.

2. Sampel dan Teknik Pengambilan

Sampel menurut Sugiono (2006), adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik total sampling dan incidental sampling. Total sampling adalah teknik pengambilan sampel dimana jumlah sampel sama dengan populasi (Sugiyono, 2007). Alasan mengambil total sampling karena menurut Sugiyono (2010), jumlah populasi yang kurang dari 100 seluruh populasi dijadikan sampel penelitian semuanya. *Incidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan / incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang cocok sebagai sumber data. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 50 orang.

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data yang diteliti. Skala adalah perbandingan antara kategori sebuah objek yang di beri bobot nilai berbeda. Skala yang di gunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam angket dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survey. . Skala ini merupakan skala tertutup dengan menggunakan empat kategori jawaban yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS) dan Sangat Tidak Sesuai (STS) dan skalanya memiliki dua macam item *favorable* dan *unfavorable*.

Penilaian jawaban untuk item *favorable* adalah 4 untuk pilihan jawaban Sangat Sesuai (SS), 3 untuk pilihan jawaban Sesuai (S), 2 untuk pilihan jawaban Tidak Sesuai (TS), dan 1 untuk pilihan jawaban Sangat Tidak Sesuai (STS). Sedangkan penilaian jawaban *Unfavorable* adalah 1 untuk pilihan jawaban Sangat Sesuai (SS), 2 untuk pilihan jawaban Sesuai (S), 3 untuk pilihan jawaban Tidak Sesuai (TS), dan 4 untuk pilihan jawaban Sangat Tidak Sesuai (STS).

Kualitas pelayanan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala kualitas pelayanan yang disusun peneliti aspek kualitas pelayanan dari Garvin (Tjiptono, 2008), Kinerja (*performance*), Fitur (*features*), Reliabilitas (*reliability*), Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to specifications*), Daya tahan (*durability*), Kemudahan mereparasi (*Service ability*), Estetika, dan Persepsi kualitas (*Perceived quality*).

Kepuasan konsumen dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala kepuasan konsumen yang disusun peneliti aspek kepuasan konsumen dari Kotler (2002), yaitu *Expectation* (harapan), *Perfomance* (kinerja), *Comparisme* (kesesuaian), *Confirmation* atau *Disconfirmation* (penegasan), dan *Discrepancy* (ketidaksesuaian).

1. Validitas

Uji validitas dilakukan dengan analisis butir kuesioner menggunakan rumus korelasi *Product Moment Pearson* melalui program komputer SPSS. Yaitu dengan mendeklamasikan antara skor yang diperoleh pada masing-masing item dengan skor total alat ukur, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy - \frac{(\sum x)(\sum y)}{N}}{\sqrt{\left\{ \sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N} \right\} \left\{ \sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{N} \right\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X (skor subjek tiap item) dengan variabel Y (total skor subjek dari keseluruhan item)

$\sum XY$ = Jumlah hasil perkalian antara variabel X dan Y

$\sum X$ = Jumlah skor keseluruhan subjek setiap item

$\sum Y$ = Jumlah skor keseluruhan item pada subjek

$\sum X^2$ = Jumlah kwadrat skor X

$\sum Y^2$ = Jumlah kwadrat skor Y

N = Jumlah subjek

Suatu item dikatakan valid jika korelasi skor yang diperoleh pada masing-masing item dengan item total memiliki batasan $r_{bt} \geq 0,30$, dengan taraf signifikansi sebesar 95% dan taraf kesalahan 0,05.

2. Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat dapat dipercaya atau diandalkan (Notoatmodjo, 2010). Pengukuran reliabilitas instrumen dilakukan dengan *Alpha Cronbach* dengan bantuan SPSS Versi 21.0 For Windows.

Reliabilitas alat ukur digunakan untuk mencari dan mengetahui sejauh mana instrumen pengukuran dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relative sama selama dalam diri subjek yang diukur memang belum berubah (Azwar, 2015). Analisis reliabilitas pada skala cinderella complex menggunakan rumus koefisien Alpha Cronbach's sebagai berikut:

$$\alpha = \left[\frac{1 - S_1^2 = S_2^2}{S_x^2} \right]$$

Keterangan:

α : koefisiensi Alpha Cronbach's
 1 : konstanta bilangan
 S_{12} dan S_{22} : Varians skor belahan 1 dan varians skor belahan 2
 S_x^2 : Varians skor skala

Azwar (2015) mengatakan bahwa reliabilitas dapat dinyatakan dengan koefisien reliabilitas (r) dengan rentang 0 sampai dengan 1. Semakin angka reliabilitas mendekati nilai 1, maka semakin tinggi reliabilitas alat ukur tersebut. Sebaliknya, jika koefisien semakin mendekati angka 0, maka alat ukur semakin rendah reliabilitasnya. Suatu alat ukur dikatakan memiliki reliabilitas yang baik jika r berada dalam rentang 0,7 hingga 0,9.

F. Analisis Data

Analisis data merupakan bagian yang sangat penting dalam metode ilmiah, karena analisis data dapat memberikan arti dan makna yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian (Nazir, 2003). Analisis data dilakukan untuk mengetahui perbedaan masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan statistik korelasi *product moment* dari Karl Pearson (Arikunto 2010).

Adapun rumus *product moment* dari Karl Pearson adalah :

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{(\sum x^2)(\sum y^2)}$$

Keterangan :

- r_{xy} = Koefisien korelasi antara skor subyek pada item dengan skor total subyek
 $\sum xy$ = Jumlah hasil perkalian skor x dengan skor y
 $\sum y$ = Jumlah dari setiap total
 $\sum x$ = Jumlah skor total item

Sebelum melakukan analisis data, semua data yang diperoleh dari subjek penelitian terlebih dahulu dilakukan uji asumsi, yang meliputi:

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas yaitu dilakukan untuk mengetahui adakah hubungan antara distribusi sebaran variabel terikat dan variabel bebas dalam penelitian ini bersifat normal atau tidak. Suatu distribusi data dikatakan normal apabila nilai $p > 0,05$ dan dilihat melalui nilai Kolmogorov-Smirnov.

Adapun rumus yang digunakan adalah:

$$X_h^2 = \frac{(f_o - f_h)^2}{f_h}$$

Keterangan:

- χ^2 = Chi kuadrat hitung
 f_o = Frekuensi data dalam interval
 f_h = Frekuensi yang diharapkan

2. Uji Linearitas

Yaitu untuk mengetahui apakah data dari variabel terikat (kepuasan konsumen) memiliki hubungan yang linear dengan variabel bebas (kualitas pelayanan).

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil-hasil yang telah diperoleh dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen tepatnya di Kafe Limitless Medan, dimana $r_{xy}=0,690$; $p = 0,000 < 0,05$. Artinya semakin tinggi Kualitas Pelayanan, maka semakin tinggi Kepuasan Konsumen, sebaliknya semakin rendah Kualitas Pelayanan, maka semakin rendah Kepuasan Konsumen di Kafe Limitless Medan. Dengan demikian, maka hipotesis yang diajukan dinyatakan “diterima”.
2. Adapun koefisien determinan (r^2) dari hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) adalah sebesar 0,476. Ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen.
3. Kualitas Pelayanan sebesar 47,6% mempengaruhi Kepuasan Konsumen. Artinya, ada 52,4% faktor lain yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen.
4. Melihat hasil penelitian ini diketahui juga bahwa Kualitas Pelayanan secara umum dinyatakan tinggi dan Kepuasan Konsumen secara umum dinyatakan tinggi. Hal ini didasarkan pada nilai rata-rata empirik bahwa Kualitas Pelayanan tergolong tinggi, yang ditunjukkan oleh nilai rata-rata

empirik Kualitas Pelayanan (108,04) lebih besar daripada nilai rata-rata hipotetiknya (82,5).

5. Kepuasan Konsumen tergolong tinggi yang ditunjukkan oleh nilai rata-rata empirik (86,00) lebih besar dari pada nilai rata-rata hipotetiknya (57,5).

B. Saran

Sejalan dengan kesimpulan yang telah dibuat, maka berikut ini dapat diberikan beberapa saran, antara lain:

1. Saran Kepada Konsumen Kafe Limitless (Subjek Penelitian)

Kepada konsumen diharapkan terbuka kepada pihak kafe demi meningkatkan kualitas pelayanan di kafe Limitless. Dengan adanya keterbukaan dari konsumen kepada pihak kafe di harapkan kualitas pelayanan di kafe Limitless semakin di tingkatkan demi mencapai kepuasan konsumen.

2. Saran Kepada Pihak Kafe Limitless.

Diharapkan agar Pihak Kafe Limitless menambah karyawan guna menunjang kualitas pelayanan kepada konsumen dan meningkatkan pelayanan dengan memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen, desain atau suasana kafe yang menarik serta pihak kafe limitless dapat menerima segala keluhan dan saran dari konsumen agar pelayanan dapat terus ditingkatkan.

3. Saran Kepada Peneliti Selanjutnya.

Peneliti selanjutnya dapat melengkapi dan menyempurnakan penelitian ini dengan menambahkan variabel yang berbeda dari faktor-faktor Kepuasan Konsumen, seperti kualitas produk, emosional, harga, biaya. penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu acuan untuk peneliti selanjutnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, A. 2003. Metodologi Penelitian Kedokteran dan Kesehatan Masyarakat. Jakarta: Binarupa Aksara
- Arikunto, S. 2010. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Berry dan Parasuraman (2003) jurnal "pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan" vol. 21 24-30 (januari 2003)
- Celina Tri Siwi Kristiyanti. (2009). Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Sinar Grafika.
- Dirgantoro, Crown. (2001). Manajemen Stratejik: Konsep, Kasus, dan Implementasi. Jakarta:PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Durianto, Darmadi., Sugiarto., & Sitinjak, Toni. (2001). Strategi Menaklukkan Pasar melalui Riset Equitas dan Perilaku Merek. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Engel dkk. 2002. Perilaku konsumen. Alih bahasa Drs. F.X. Budiyanto. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fandy Tjiptono, 2005, Pemasaran Jasa, Edisi Pertama, Yogyakarta; Penerbit Bayu Media Publishing
- Harun. 2009. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Pengguna Game Pointblank.
- Indriani, Eni. 2018. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Serta Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Paket Wisara Pada PT. WAHYU PRIMA BINTANG TOUR & TRAVEL SAMARINDA. eJournal Administrasi Bisnis, 2018, 6 (1): 288-301 ISSN 2355-5408 , ejournal.adbisnis.fisip-ummul.ac.id © Copyright 2018

- Ir. Endar, Sugiarto, Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2002.
- Kotler. 2000. Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks
- Kristianto, L.P, 2011. Psikologi Pemasaran, Yogyakarta: CAPS
- Lupiyadi, R & Hamdani, A. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat
- Mabruroh. 2003. "Membangun kepuasan konsumen dan akses loyalitas". Benefit, Vol. 7 No. 2, Desember 2003, hal. 167 – 175.
- Nazir, M. 2003. Metode Penelitian. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Philip Kotler, 2002, Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta
- Rambat Lupiyoadi. (2001). Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktek). Edisi Pertama. Penerbit Salemba Empat, Depok.
- Sabarguna, B. S. 2004. Pemasaran Rumah Sakit. Yogyakarta: Konsorsium Rumah Sakit Islam Jateng-DIY
- Setiyawai, A. 2009. Studi Kepuasan Pelanggan Untuk Mencapai Loyalitas Pelanggan. Tesis. Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro Semarang
- Sri Handayani. (2012). Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dalam Pelayanan Air Bersih pada PDAM Tirtasari Binjai. Jurnal Non Eksakta (Volume 4 Nomor 1). Hlm. 2.
- Sri Murwanti dan Nursiam. 2004, "Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Mahasiswa Perguruan Tinggi di Surakarta (Studi Kasus Pada Perguruan Tinggi Universitas Sebelas Maret dan Universitas Muhammadiyah Surakarta)", Surakarta: UMS.

Sugiarto. E. 2002. Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa. Jakarta: PT Gramedia

Pustaka Utama

Sugiyono. 2010. Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.

Bandung: Alfabeta

Supranto, J. 2001. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan

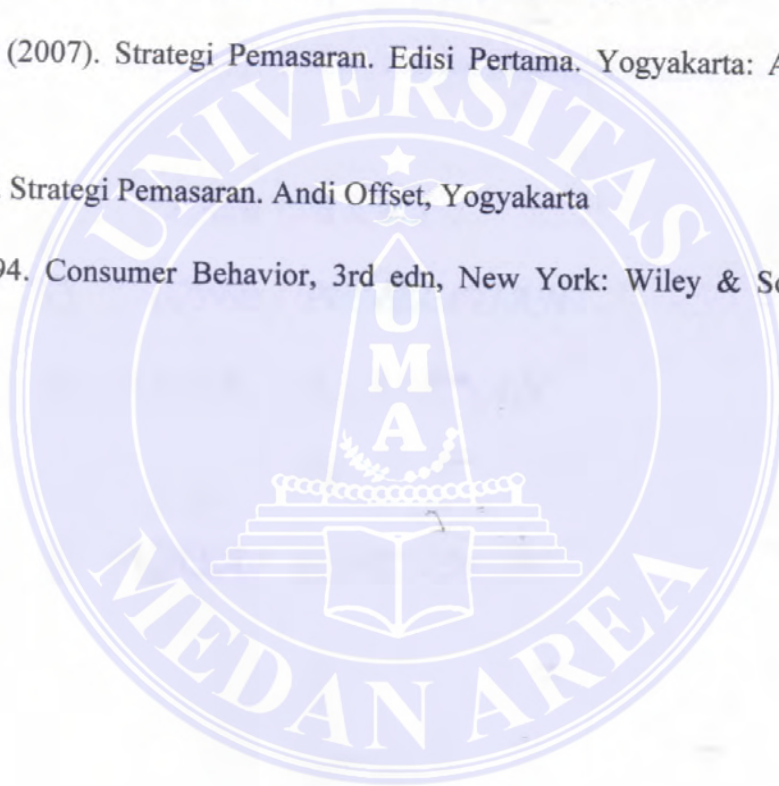
Pangsa Pasar. Jakarta: Rinika Cipta

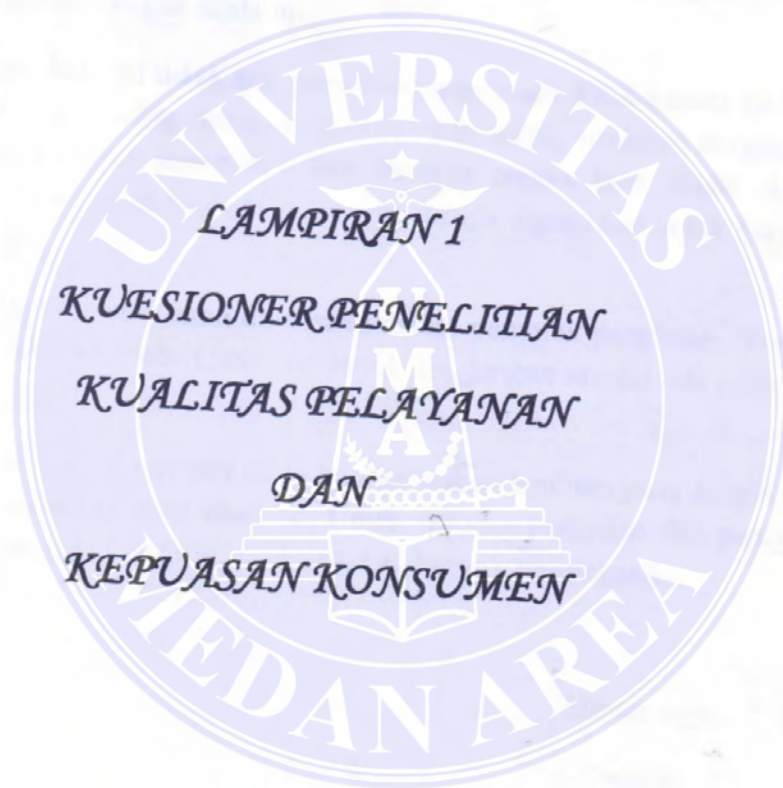
Tjiptono, F. 2004. Manajemen Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Andy Offset

Tjiptono, Fandy. (2007). Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F. 2008. Strategi Pemasaran. Andi Offset, Yogyakarta

Wilkie, W.L. 1994. Consumer Behavior, 3rd edn, New York: Wiley & Sons, Inc,s.





SKALA PENGUKURAN PSIKOLOGI

Fakultas Psikologi
Universitas Medan Area

BAGIAN I PENGANTAR

Salam Hormat,

Dalam rangka kegiatan penelitian dari mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area, kami memohon kesediaan bapak/ibu, saudara/i untuk meluangkan waktu sejenak untuk mengisi skala ini.

Dalam pengisian skala ini **tidak ada jawaban yang salah**. Oleh karena itu mohon pilihlah jawaban yang paling sesuai dengan diri bapak/ibu, saudara/i dengan **jujur dan apa adanya tanpa mendiskusikan dengan teman lain**. Kami menjaga kerahasiaan jawaban bapak/ibu, saudara/i dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian semata.

Cara mengisi skala tersebut akan dijelaskan dalam petunjuk pengisian. Jika telah selesai, mohon periksa kembali jawaban bapak/ibu, jangan sampai ada pernyataan yang terlewat.

Bantuan bapak/ibu dalam mengisi skala ini merupakan bantuan yang sangat besar artinya bagi keberhasilan penelitian ini. Untuk itu atas perhatian dan partisipasi yang bapak/ibu, saudara/i berikan, saya ucapkan banyak terimakasih.

Hormat saya,

Peneliti

Ari Permana Mtd

14.860.0156

BAGIAN II DATA DIRI

Isilah data diri bapak/ibu, saudara/i dengan benar pada kolom yang telah disediakan. Kami menjamin kerahasiaan identitas yang bapak/ibu, saudara/i berikan hanya untuk keperluan penelitian, tidak untuk keperluan lainnya.

Nama Inisial	
Usia Tahun

BAGIAN III PETUNJUK PENGISIAN SKALA

Berikut ini saya sajikan dua skala psikologi. Jawablah semua pernyataan dalam skala tersebut dengan cara memilih salah satu pilihan jawaban yang tersedia di sebelah kanan pernyataan dengan cara memberikan tanda silang (X) pada jawaban yang bapak/ibu pilih. Pilihan jawabannya adalah:

- SS : jika pernyataan **SANGAT SESUAI** dengan yang bapak/ibu lakukan atau rasakan.
- S : jika pernyataan **SESUAI** dengan yang bapak/ibu lakukan atau rasakan.
- TS : jika pernyataan **TIDAK SESUAI** dengan yang bapak/ibu lakukan atau rasakan.
- STS : jika pernyataan **SANGAT TIDAK SESUAI** dengan yang bapak/ibu lakukan atau rasakan.

Setiap orang memiliki jawaban yang berbeda-beda. Tidak ada jawaban yang salah dalam setiap pernyataan, sehingga kami mohon untuk diisi secara jujur dan apa adanya sesuai dengan keadaan diri bapak/ibu yang sesungguhnya. Kami akan menjaga kerahasiaan jawaban bapak/ibu. Selamat mengerjakan!

SKALA I

Nama/inisial :

Usia :

Pilihlah salah satu diantara:

- a. SS jika sangat setuju
- b. S jika setuju
- c. TS jika tidak setuju
- d. STS jika sangat tidak setuju

Berilah tanda (√) pada salah satu pilihan yang paling sesuai menggambarkan keadaan diri anda.

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Pelayan bertindak cepat dalam melayani konsumen.				
2	Pelayan berusaha menyajikan makanan dengan cepat.				
3	Terkadang saya harus menunggu lama untuk pesanan saya.				
4	Terkadang pelayan lambat dalam melayani konsumen, sehingga konsumen menunggu cukup lama.				
5	Saya merasa puas dengan fasilitas yang ada di kafe.				
6	Saat mengantarkan makanan bahkan minuman pelayan menggunakan peralatan yang sesuai.				
7	Pelayan mengantarkan pesanan hanya menggunakan tangan tanpa ada alas.				
8	Lantai kafe terlihat kotor karena ada sampah.				
9	Pelayan mendahulukan pesanan sesuai antrian.				
10	Pelayan tidak membedakan dalam melayani pesanan, seperti sikit dan banyak nya pesanan konsumen.				
11	Pelayan mengutamakan pesanan makanan dari pada saya yang sudah lebih dulu memesan minuman.				

12	Pelayan terkadang lupa dengan pesanan konsumen karena terlalu sibuk.				
13	Ketika ada konsumen yang memecahkan gelas, pelayan dengan sigap membersihkannya.				
14	Pelayan cepat tanggap dalam penanganan keluhan yang di sampaikan pelanggan.				
15	Saya merasa kurang suka pada pelayanan karena sangat lambat.				
16	Pelayan tidak memperdulikan saat ada gelas konsumen yang pecah.				
17	Saya tidak terlalu lama menunggu pesanan saya.				
18	Gambar makanan di menu sesuai dengan pesanan yang datang.				
19	Terkadang saya kecewa dengan pelayanan karena makanan yang saya pesan tidak sesuai dengan gambar di menu.				
20	Saya menunggu lama pesanan yang saya pesan.				
21	Porsi makanan dan minuman yang di sediakan sesuai dengan harapan saya.				
22	Makanan di berikan kepada konsumen dalam kondisi hangat yang menggugah nafsu makan.				
23	Makanan yang di berikan kepada konsumen dalam kondisi dingin dan menurunkan selera makan.				
24	Porsi makanan dan minuman tidak sesuai dengan harapan.				
25	Pelayan tetap cepat dan tanggap melayani konsumen walaupun kondisi kafe ramai.				
26	Pelayan terlihat bersemangat melayani konsumen walaupun sudah larut malam.				
27	Ketika di malam hari pelayan terlihat lesuh dalam melayani.				
28	Kondisi kafe yang ramai membuat pelayan selalu lambat mengantar setiap pesanan.				
29	Kafe selalu berinovasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen.				
30	Karyawan secara sigap memperbaiki fasilitas yang rusak.				
31	Fasilitas kafe yang rusak tidak di perbaiki dengan cepat.				

32	Kafe terlihat memberikan fasilitas yang seadanya kepada konsumen.				
33	<i>Furniture</i> yang di sediakan memberikan kenyamanan dan daya tarik.				
34	Warna interior kafe memberikan daya tarik dan memanjakan mata.				
35	Warna interior kafe cenderung membosankan.				
36	Terkadang konsumen kurang nyaman dengan <i>furniture</i> yang di sediakan.				
37	Kafe memberikan kualitas makanan dan minuman yang terbaik.				
38	Karyawan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik.				
39	Terkadang karyawan terlihat kurang baik dalam melayani konsumen.				
40	Kafe tidak memperhatikan kualitas makanan dan minuman yang di sajikan.				
41	Kafe menjamin mutu makanan dan minuman yang di sajikan.				
42	Kafe menjamin mutu pelayanan terbaik untuk konsumen.				
43	Terkadang pelayan kafe tidak melihat kebutuhan konsumen.				
44	Kafe tidak menerima keluhan konsumen dengan makanan dan minuman yang di sajikan.				

SKALA PENGUKURAN PSIKOLOGI

Fakultas Psikologi
Universitas Medan Area

BAGIAN I PENGANTAR

Salam Hormat,

Dalam rangka kegiatan penelitian dari mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area, kami memohon kesediaan bapak/ibu, saudara/i untuk meluangkan waktu sejenak untuk mengisi skala ini.

Dalam pengisian skala ini **tidak ada jawaban yang salah**. Oleh karena itu mohon pilihlah jawaban yang paling sesuai dengan diri bapak/ibu, saudara/i dengan **jujur dan apa adanya tanpa mendiskusikan dengan teman lain**. Kami menjaga kerahasiaan jawaban bapak/ibu, saudara/i dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian semata.

Cara mengisi skala tersebut akan dijelaskan dalam petunjuk pengisian. Jika telah selesai, mohon periksa kembali jawaban bapak/ibu, jangan sampai ada pernyataan yang terlewat.

Bantuan bapak/ibu dalam mengisi skala ini merupakan bantuan yang sangat besar artinya bagi keberhasilan penelitian ini. Untuk itu atas perhatian dan partisipasi yang bapak/ibu, saudara/i berikan, saya ucapkan banyak terimakasih.

Hormat saya,

Peneliti

Ari Permana Mtd
14.860.156

BAGIAN II DATA DIRI

Isilah data diri bapak/ibu, saudara/i dengan benar pada kolom yang telah disediakan. Kami menjamin kerahasiaan identitas yang bapak/ibu, saudara/i berikan hanya untuk keperluan penelitian, tidak untuk keperluan lainnya.

Nama Inisial	
Usia Tahun

BAGIAN III PETUNJUK PENGISIAN SKALA

Berikut ini saya sajikan dua skala psikologi. Jawablah semua pernyataan dalam skala tersebut dengan cara memilih salah satu pilihan jawaban yang tersedia di sebelah kanan pernyataan dengan cara memberikan tanda silang (X) pada jawaban yang bapak/ibu pilih. Pilihan jawabannya adalah:

- SS : jika pernyataan **SANGAT SESUAI** dengan yang bapak/ibu lakukan atau rasakan.
- S : jika pernyataan **SESUAI** dengan yang bapak/ibu lakukan atau rasakan.
- TS : jika pernyataan **TIDAK SESUAI** dengan yang bapak/ibu lakukan atau rasakan.
- STS : jika pernyataan **SANGAT TIDAK SESUAI** dengan yang bapak/ibu lakukan atau rasakan.

Setiap orang memiliki jawaban yang berbeda-beda. Tidak ada jawaban yang salah dalam setiap pernyataan, sehingga kami mohon untuk diisi secara jujur dan apa adanya sesuai dengan keadaan diri bapak/ibu yang sesungguhnya. Kami akan menjaga kerahasiaan jawaban bapak/ibu. Selamat mengerjakan!

SKALA II

Nama/inisial :

Usia :

Pilihlah salah satu diantara:

- a. SS jika sangat setuju
- b. S jika setuju
- c. TS jika tidak setuju
- d. STS jika sangat tidak setuju

Berilah tanda (√) pada salah satu pilihan yang paling sesuai menggambarkan keadaan diri anda.

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Makanan dan minuman yang di pesan sesuai dengan yang saya harapkan.				
2	Saya merasa puas dengan makanan dan minuman yang saya pesan.				
3	Saya kurang puas dengan makanan dan minuman yang saya pesan.				
4	Terkadang makanan dan minuman yang di pesan tidak sesuai dengan selera saya.				
5	Saya menginginkan hal yang sebanding dengan apa yang saya bayar.				
6	Saya menginginkan dilayani dengan baik oleh pelayan kafe.				
7	Terkadang saya merasa pelayan kafe tidak melayani saya dengan baik.				
8	Saya tidak mendapatkan apa yang saya inginkan.				
9	Saya puas dengan pelayanan karyawan, karena mampu melayani saya meskipun kondisi kafe ramai.				
10	Saya melihat karyawan memiliki kemampuan yang baik dalam melayani saya.				
11	Terkadang saya melihat karyawan tidak memiliki kemampuan yang baik dalam melayani konsumen.				

12	Saya kecewa dengan pelayan yang tidak mampu melayani kebutuhan saya.				
13	Pelayan tidak membedakan dalam melayani konsumen.				
14	Pelayan selalu berusaha dengan optimal dalam melayani saya.				
15	Terkadang pelayan hanya melayani dengan seadanya saja.				
16	Pelayan melayani sesuai dengan antrian yang lebih dulu memesan.				
17	Saya senang dengan pelayanan yang di berikan oleh karyawan.				
18	Saya puas karena pesanan saya cepat di antar.				
19	Saya kecewa karena saya terlalu lama menunggu pesanan.				
20	Terkadang pelayan kafe seperti malas dalam melayani setiap konsumen.				
21	Makanan dan minuman yang saya pesan sama dengan gambar yang tercantum di menu.				
22	Tampilan yang terdapat di menu menginginkan saya untuk memesan menu tersebut.				
23	Ketika saya memesan makanan, ternyata rasa makanan tersebut tidak enak, Sehingga nafsu saya berkurang.				
24	Saya kesal karena pesanan saya tidak seperti gambar yang tercantum di menu.				
25	Saya merasa dilayani secara spesial dibandingkan dengan konsumen yang lain.				
26	Terkadang saya merasa pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan apa yang saya bayarkan.				
27	Saya merasa apa yang saya bayarkan sesuai dengan yang saya terima.				
28	Terkadang saya melihat konsumen lain dilayani lebih baik dari pada saya.				



ORANG	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
1	4	4	3	3	2	4	4	1	3	2	4	3	1	4	4	4	1	4	4
2	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3
3	4	4	3	4	2	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	3	3	4
4	4	4	2	3	4	4	3	1	3	2	3	3	1	3	3	4	4	4	3
5	4	4	2	3	3	2	2	2	2	1	4	4	2	2	3	1	3	1	3
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
7	4	3	3	3	4	4	2	1	3	2	2	4	3	4	3	1	3	1	2
8	4	4	3	4	2	2	4	1	4	1	3	3	3	2	2	2	1	2	2
9	4	4	2	3	4	4	3	1	3	2	3	3	1	3	3	4	4	4	3
10	4	4	3	3	2	4	4	1	3	2	4	3	1	4	4	4	1	4	4
11	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3
12	4	4	3	4	2	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	2	3	4
13	4	4	2	3	4	4	3	1	3	2	3	3	1	3	3	4	4	4	3
14	4	4	2	3	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2
15	2	4	2	3	4	4	3	3	3	2	4	4	3	4	3	4	2	3	3
16	4	2	4	2	2	3	3	2	2	2	4	3	3	4	2	4	2	3	2
17	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	2	2	2	3	2	2	2	4
18	2	4	2	2	3	3	3	1	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2
19	4	3	4	2	2	2	2	3	3	4	3	4	3	4	3	2	3	2	2
20	2	2	2	2	4	4	4	2	2	2	3	2	1	4	2	3	2	3	3
21	2	3	2	2	3	2	2	2	2	1	3	2	2	4	2	4	1	2	2
22	2	3	2	3	4	2	2	2	2	2	3	3	4	3	3	2	3	4	3
23	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	3	4	3	4	3
24	2	2	2	2	4	4	4	2	2	2	4	4	4	3	3	4	3	4	3
25	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	2	1	4	1	4	1	4	1
26	1	3	1	2	3	3	3	3	3	3	4	2	1	3	1	4	2	1	1
27	4	4	4	3	3	3	3	2	2	2	4	2	1	3	1	2	2	3	4
28	1	4	1	2	3	2	2	2	2	2	4	2	1	4	1	4	2	1	3
29	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4
30	4	4	4	4	3	4	4	2	2	2	4	3	3	2	2	2	2	3	3
31	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
32	4	3	4	4	3	4	4	3	3	2	4	2	4	4	1	4	2	2	3
33	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	1	4	2	1	4	2	4	4
34	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	2	2	3	2	2	2	4	4
35	1	4	1	4	4	4	4	3	3	4	4	2	1	3	2	3	2	4	4
36	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	2	1	3	2	3	2	4
37	4	4	3	4	2	2	2	2	4	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2
38	4	4	2	3	4	4	3	1	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2
39	4	4	3	3	2	4	4	1	3	2	4	3	1	4	4	4	1	4	4
40	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3
41	4	4	3	4	2	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4
42	4	4	2	3	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
44	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4

45	4	4	3	4	2	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4
46	4	4	2	3	4	4	3	1	3	2	3	3	1	3	3	4	4	4	3
47	4	4	3	3	2	4	4	1	3	2	4	3	1	4	4	4	1	4	4
48	4	4	3	3	2	4	4	1	3	2	4	3	1	4	4	4	1	4	4
49	4	4	3	4	2	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4
50	4	4	2	3	4	4	3	1	3	2	3	3	1	3	3	4	4	4	3



ITEM

	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44
1	1	3	1	3	4	1	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	1	4	4	4	4
2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3
3	2	2	4	4	4	2	2	2	4	4	3	3	3	2	4	2	3	3	4	4	4	4	4	3
4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	4	3
5	3	3	1	3	2	2	1	3	3	2	3	1	3	2	2	2	2	4	4	2	2	3	1	1
6	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2
7	2	3	1	3	4	3	1	3	4	3	3	3	2	2	2	4	2	2	4	3	4	3	1	3
8	2	3	1	1	4	1	1	4	4	1	2	1	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2
9	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	4	3
10	1	3	1	1	4	1	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	1	3	3	4	3
11	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	1	4	4	4
12	4	2	2	2	2	3	2	2	2	2	4	4	3	2	4	2	2	3	4	3	3	3	4	3
13	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	3
14	2	3	3	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	4	4	4	4	3	4	2
15	2	3	4	4	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4	4	1	4	4	3	4	3	4	2
16	4	4	4	3	2	2	3	2	3	3	4	4	4	3	4	2	4	3	3	4	2	4	3	4
17	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	4	2	2	2	3	2	2	2
18	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2
19	4	4	4	3	3	3	2	3	4	3	2	2	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	2	3
20	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	4	2	2	2	3	2	3
21	4	4	4	3	3	3	2	3	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2
22	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	1	4	2	3	3	3
23	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	4	4	4	4	3	2	2	4	2	4	4
24	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	2	4	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3
25	3	2	2	4	4	3	4	3	3	2	4	4	2	2	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4
26	4	4	4	4	1	1	4	2	3	4	4	4	2	2	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3
27	1	1	1	4	1	1	2	1	2	4	3	3	3	3	4	3	3	4	2	1	3	1	4	2
28	4	4	4	2	1	1	3	2	2	2	3	3	2	2	4	4	3	4	2	1	3	1	2	4
29	1	1	1	1	1	1	3	1	2	1	2	2	4	4	4	1	1	4	2	1	4	1	4	2
30	3	3	3	2	4	4	4	3	3	2	4	4	1	1	4	1	1	3	3	3	4	4	4	2
31	2	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	4	3	3	2	2	2	3
32	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	3	4	4
33	4	4	4	4	1	4	3	2	4	4	4	3	2	4	4	4	4	2	4	4	4	1	4	4
34	4	4	4	4	4	1	4	3	2	4	4	4	3	2	4	4	4	4	1	4	2	1	4	4
35	3	3	3	4	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	2	2	4
36	1	1	1	2	4	2	3	1	4	2	4	4	4	3	3	3	4	2	1	3	2	3	3	3
37	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2
38	3	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	1	4	4	4	4	4
39	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3
40	4	4	4	4	1	4	4	3	1	3	1	1	4	4	3	1	3	4	4	4	4	4	4	3
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
42	4	1	3	4	3	4	3	4	3	3	4	2	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	
4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	4	3
3	!	3	1	1	4	1	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	1	4	4	4	4	
3	1	3	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	1	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	4	4	4	4	
4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	4	3



JMLAH

136

135

147

137

117

127

119

114

137

134

135

140

137

133

134

132

119

112

139

113

118

115

147

137

123

113

117

14

137

122

150

145

145

139

124

147

116

114

113

140

110

148

111

113



UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 12/19/19

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)

168
137
134
143
168
137



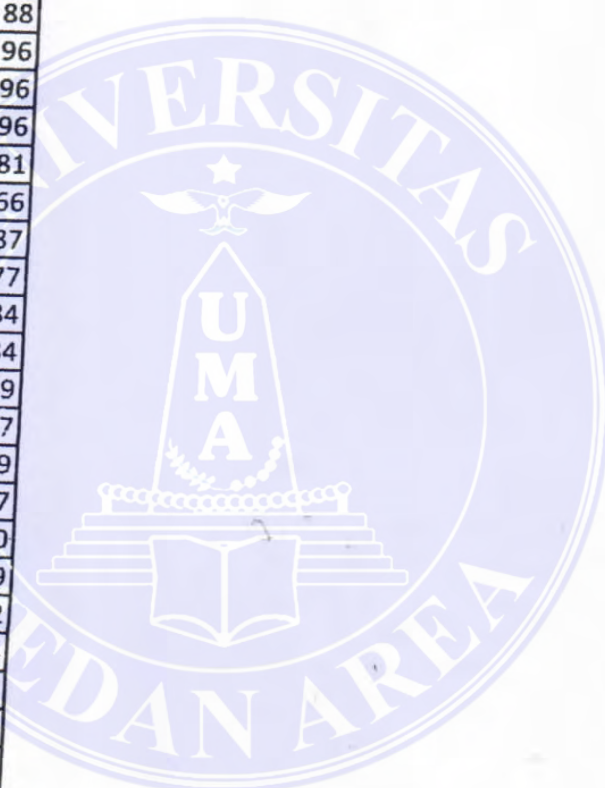
KEPUASAN KONSUMEN

URANG	ITEM																				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
1	4	4	3	1	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3
2	2	2	4	4	3	3	1	3	4	2	4	3	4	2	1	4	3	2	3	3	3
3	3	3	2	4	3	4	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	2
4	3	4	3	3	4	3	4	4	2	3	2	3	3	4	4	3	4	2	2	3	3
5	1	2	3	2	2	3	2	2	1	2	3	1	2	2	2	1	1	3	1	4	2
6	1	3	3	4	2	3	1	4	4	3	4	2	4	1	2	3	3	3	3	3	1
7	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3
8	2	1	2	3	2	1	2	1	2	2	3	1	2	4	4	2	2	3	3	3	1
9	3	1	3	4	2	1	3	1	2	2	1	2	2	1	3	1	2	3	3	3	3
10	3	3	3	3	2	3	2	3	2	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4
11	2	3	2	3	2	1	2	4	2	2	3	2	2	2	4	3	2	4	3	4	3
12	2	4	4	4	3	3	4	3	1	4	4	1	4	2	4	2	3	3	4	3	3
13	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3
14	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	2	3	4	2
15	4	3	3	4	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	2	4	3	2	4	4	4
16	4	4	2	4	3	2	4	3	4	4	2	3	1	2	4	4	1	2	2	4	2
17	3	1	3	3	3	1	1	3	3	3	2	2	3	1	3	2	2	2	3	3	3
18	4	4	4	3	2	4	3	2	4	4	4	3	4	4	3	2	4	2	3	4	2
19	2	2	4	4	3	3	2	3	4	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3
20	3	3	2	1	3	4	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	2
21	3	4	3	3	2	3	3	4	3	4	2	3	4	2	4	3	3	3	2	3	3
22	4	4	3	3	2	3	4	2	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2
23	2	1	3	4	2	1	1	3	2	3	2	2	2	2	3	1	2	3	1	3	1
24	2	1	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	2	4	3	4	4	4	4	3
25	3	4	2	2	1	1	3	1	3	4	4	1	2	4	2	1	3	3	2	3	1
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3
27	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
28	3	3	3	2	1	2	1	1	3	3	2	2	4	2	2	2	2	2	1	4	3
29	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	2	4	1	2	4	4	1	3	2	4	2
30	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3
31	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	2	4	4	3	3	4	4	3
32	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	4	3
33	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	4
34	4	4	3	2	3	3	2	3	3	3	4	3	3	2	4	2	2	3	3	4	3
35	2	1	4	3	4	2	1	3	2	3	3	2	4	2	2	1	2	3	2	4	4
36	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3
37	3	1	3	3	4	3	2	4	3	3	4	4	3	2	2	4	3	3	3	4	2
38	3	4	3	2	3	4	3	3	2	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3
39	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
40	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	2
41	4	4	3	4	2	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
42	4	4	2	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3
43	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	2	2	3	4	3	3	2
44	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3

45	4	4	3	4	2	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	2	2	3	3
46	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
47	4	4	3	4	2	4	4	1	3	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2
48	4	4	3	3	2	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	3	1
49	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3
50	4	4	3	4	2	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	2	2	3	3



13	24	25	26	27	28	JUMLAH
3	4	3	3	4	4	92
3	4	2	4	3	1	78
3	4	3	3	4	3	90
3	2	4	3	4	4	89
2	1	2	2	2	3	57
2	4	3	2	4	2	78
2	3	3	3	2	1	78
2	4	2	4	2	2	64
2	3	3	2	2	2	63
4	3	2	4	3	2	85
2	3	2	3	3	2	72
4	3	4	4	3	3	88
3	3	3	3	4	3	96
4	4	3	3	4	2	96
4	3	2	4	4	2	96
1	2	4	4	1	4	81
3	3	3	2	2	1	66
1	4	3	3	2	2	87
3	2	3	2	3	2	77
3	4	3	3	3	3	84
4	2	3	3	3	2	84
4	3	3	3	3	3	89
1	1	3	4	1	1	57
2	2	2	3	2	4	89
2	4	2	1	3	4	67
3	3	2	3	3	3	80
4	3	3	3	3	3	89
2	2	2	2	2	1	62
2	2	3	4	1	4	84
3	3	3	4	3	2	93
3	3	4	4	3	4	92
3	2	3	3	3	2	71
3	2	3	3	3	3	86
3	1	3	3	3	2	79
2	2	4	2	2	2	73
3	2	1	3	3	3	81
2	2	4	3	3	4	85
4	3	4	3	4	4	94
3	3	3	3	3	3	88
3	3	4	3	3	3	89
4	4	1	4	4	4	103
4	1	1	4	4	4	98
3	3	3	4	4	4	88
4	4	3	4	4	4	106



4	4	4	4	4	3	99
3	4	3	4	4	4	102
3	3	4	1	4	4	95
3	4	4	4	4	4	99
2	4	4	3	4	4	106
4	4	4	4	4	3	99

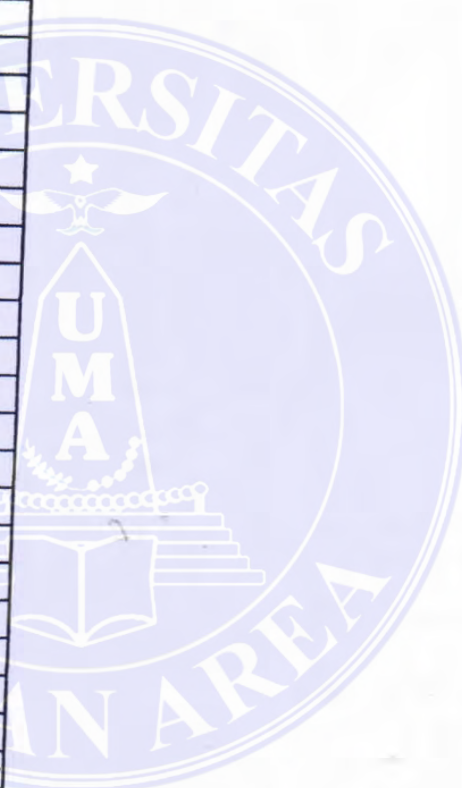


1	3	4	6	7	8	9	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
4	3	3	4	4	1	3	3	1	4	4	4	1	4	4	3	1	3	1	3	4	1	3	4
3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	2	2	3	3	3	2	3	3
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	2	2	4	4	4	2	2	2
4	2	3	4	3	1	3	3	1	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3
4	2	3	2	2	2	2	4	2	2	3	1	3	1	3	4	3	3	1	3	2	2	1	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
4	3	3	4	2	1	3	4	3	4	3	1	3	1	2	2	2	3	1	3	4	3	1	3
4	3	4	2	4	1	4	3	3	2	2	2	1	2	2	2	2	3	1	1	4	1	1	4
4	2	3	4	3	1	3	3	1	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3
4	3	3	4	4	1	3	3	1	4	4	4	1	4	4	3	1	3	1	1	4	1	3	4
3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	2	2	3	3	3	2	3	3
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	4	2	2	2	2	3	2	2
4	2	3	4	3	1	3	3	1	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3
4	2	3	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	2	2	2	3	3	2	2	2	4	2
2	2	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	2	3	3	1	2	3	4	4	3	3	3	2
4	4	2	3	3	2	2	3	3	4	2	4	2	3	2	2	4	4	4	3	2	2	3	2
2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	4	3	2	3	2	2	2	2	3	2
2	2	2	3	3	1	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3
4	4	2	2	2	3	3	4	3	4	3	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	2	3
2	2	2	4	4	2	2	2	1	4	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	4	1	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2
2	2	3	2	2	2	2	3	4	3	3	2	3	4	3	3	2	2	2	1	2	3	2	2
3	3	1	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3
2	2	2	4	4	2	2	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	2	2	4	4	3	4	3
4	4	3	4	4	3	3	2	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	1	1	4	2
1	1	2	3	3	3	3	2	1	3	1	4	2	1	1	2	1	1	1	4	1	1	2	1
4	4	3	3	3	2	2	2	1	3	1	2	2	3	4	2	4	4	4	2	1	1	3	2
1	1	2	2	2	2	2	2	1	4	1	4	2	1	3	2	1	1	1	1	1	1	3	1
3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	2	4	4	4	3
4	4	4	4	4	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	4	2	2	2	2	3	4	3	3
4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	1	4	2	2	3	4	4	4	4	3	4	1	4	3
4	4	4	4	4	3	3	1	4	2	1	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	1	4	3
3	3	4	4	4	3	3	2	2	3	2	2	2	4	4	2	3	3	3	4	2	2	3	2
1	1	4	4	4	3	3	2	1	3	2	3	2	4	4	4	1	1	1	2	4	2	3	1
4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	1	4	1	3	4	3	1	4
4	3	4	2	2	2	4	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2
4	2	3	4	3	1	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	4	2	4	4
4	3	3	4	4	1	3	3	1	4	4	4	1	4	4	3	1	3	1	1	4	4	4	4
3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	2	2	3	3	3	4	3	3
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4
4	2	3	4	4	2	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	1	1	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	1	4	1	3	4	3	4	3

4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	2	3	4	3	1	3	3	1	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3
4	3	3	4	4	1	3	3	1	4	4	4	1	4	4	3	1	3	1	1	4	1	3	4
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	3	1	3	1	1	4	4	4	4	4
4	2	3	4	3	1	3	3	1	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3



30	31	32	37	39	40	41	42	43	44	TOTAL
4	3	4	3	3	1	4	4	4	4	107
3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	108
4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	122
3	3	4	3	3	1	3	3	4	3	110
2	3	1	2	4	2	2	3	1	1	82
2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	100
3	3	3	2	4	3	4	3	1	3	96
1	2	1	2	3	3	2	2	2	2	82
3	3	4	3	3	1	3	3	4	3	110
4	3	4	3	3	1	4	4	4	4	105
3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	108
2	4	4	2	4	4	4	4	4	3	115
3	3	4	3	3	1	3	3	4	3	110
2	2	2	2	4	4	4	3	4	2	105
2	3	3	1	4	3	4	3	4	2	102
3	3	4	2	3	3	4	2	4	3	103
2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	82
3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	80
3	2	2	4	4	3	4	3	2	3	108
2	2	2	2	2	1	4	2	3	3	80
3	2	2	4	2	2	4	2	4	4	82
1	2	2	2	3	4	3	3	2	3	87
4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	118
2	4	4	3	4	4	3	3	4	3	111
4	4	3	2	1	4	1	4	3		104
3	3	3	2	1	3	1	4	2		73
3	3	3	2	1	3	1	2	4		88
2	2	1	2	1	4	1	4	2		64
4	4	1	3	3	4	4	4	2		116
3	2	2	3	3	2	2	2	3		97
4	4	1	4	4	4	3	4	4		126
4	4	4	2	4	4	1	4	4		117
4	4	4	1	4	2	1	4	3		112
4	4	4	2	2	3	2	2	4		104
4	4	3	2	1	3	2	3	3		91
2	4	4	4	3	4	3	4	3		116
2	2	2	2	2	3	2	3	2		85
2	2	2	2	2	2	3	2	2		86
4	4	4	3	1	4	4	4	4		112
3	2	3	4	3	3	3	4	3		111
3	1	1	4	4	4	4	4	3		124
4	3	4	4	4	4	3	4	4		116
3	3	2	3	3	3	3	3	3		104
3	4	4	4	3	4	3	4	4		121



4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	138
3	3	4	3	3	1	3	3	4	3	110
4	3	4	3	3	1	4	4	4	4	105
4	4	4	4	3	1	4	4	4	4	112
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	138
3	3	4	3	3	1	3	3	4	3	110



KEPUASAN

1	2	5	6	7	8	9	11	12	13	14	16	17	19	22	23	24	25	27	28	TOTAL
4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	2	3	4	3	4	3	4	4	69
2	2	3	3	1	3	4	4	3	4	2	4	3	3	1	3	4	2	3	1	55
3	3	3	4	2	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	65
3	4	4	3	4	4	2	2	3	3	4	3	4	2	3	3	2	4	4	4	65
I	Z	Z	3	Z	Z	I	3	I	Z	Z	I	I	I	3	Z	I	Z	Z	3	37
1	3	2	3	1	4	4	4	2	4	1	3	3	3	4	2	4	3	4	2	57
3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	1	55
2	1	2	1	2	1	2	3	1	2	4	2	2	3	2	2	4	2	2	2	42
3	1	2	1	3	1	2	1	2	2	1	1	2	3	3	2	3	3	2	2	40
3	3	2	3	2	3	2	4	4	3	3	4	3	3	2	4	3	2	3	2	58
2	3	2	1	2	4	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	47
2	4	3	3	4	3	1	4	1	4	2	2	3	4	2	4	3	4	3	3	59
4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	70
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	4	4	3	4	2	71
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	2	4	2	69
4	3	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	2	4	2	55
4	4	3	2	4	3	4	2	3	1	2	4	1	2	4	1	2	4	1	4	44
3	1	3	1	1	3	3	2	2	3	1	2	2	3	2	3	3	3	2	1	62
4	4	2	4	3	2	4	4	3	4	4	2	4	3	3	1	4	3	2	2	53
2	2	3	3	2	3	4	2	3	3	2	2	3	2	4	3	2	3	3	2	63
3	3	3	4	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	58
3	4	2	3	3	4	3	2	3	4	2	3	3	2	3	4	2	3	3	2	64
4	4	2	3	4	2	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	64
2	1	2	1	1	3	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1	3	1	1	33
2	1	3	4	4	3	4	4	3	4	2	3	4	4	3	2	2	2	2	4	60
3	4	1	1	3	1	3	4	1	2	4	1	3	2	1	2	4	2	3	4	49
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	57
3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	63
3	3	1	2	1	1	3	2	2	4	2	2	2	1	2	3	2	2	2	1	41
4	4	4	4	3	4	4	2	4	1	2	4	1	2	3	1	2	3	1	4	57
4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	2	67
3	2	4	3	3	3	3	3	4	3	2	4	3	4	4	3	3	4	3	4	65
2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	48
3	2	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	61
4	4	3	3	2	3	3	4	3	3	2	2	2	3	1	3	3	1	3	2	54
2	1	4	2	1	3	2	3	2	4	2	1	2	2	3	4	2	2	2	2	46
3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	1	3	2	3	3	57
3	1	4	3	2	4	3	4	4	3	2	4	3	3	4	3	2	2	3	4	61
3	4	3	4	3	3	2	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	68
3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	62
3	4	4	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	64
4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	77
4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	1	4	4	73
4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	4	2	3	3	4	4	65

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	78
4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	74
4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	75
4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	71
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	75
4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	78
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	74





LAMPIRAN 3

UJI RELIABELITAS DAN VALIDITAS

SKALA KUALITAS PELAYANAN

DAN

SKALA KEPUASAN KONSUMEN

Reliability

Scale: Skala Kualitas Pelayanan

Case Processing Summary

	N	%
Valid	50	100,0
Cases Excluded ^a	0	,0
Total	50	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,934	44

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
kp1	3,02	,622	50
kp2	2,94	,890	50
kp3	3,02	,654	50
kp4	2,96	,968	50

kp5	2,90	,886	50
kp6	3,00	,728	50
kp7	2,98	,937	50
kp8	3,00	,728	50
kp9	2,86	,606	50
kp10	2,96	,856	50
kp11	2,96	,699	50
kp12	2,90	,886	50
kp13	2,70	,863	50
kp14	2,90	1,035	50
kp15	3,08	,724	50
kp16	2,90	,763	50
kp17	2,96	,669	50
kp18	2,86	1,030	50
kp19	2,88	1,081	50
kp20	2,98	,769	50
kp21	2,88	,718	50
kp22	2,62	,753	50
kp23	2,86	1,069	50
kp24	2,78	,708	50
kp25	2,98	,892	50
kp26	2,88	,689	50
kp27	2,84	,738	50
kp28	2,98	,958	50
kp29	2,82	,800	50

kp30	3,12	,746	50
kp31	3,06	,890	50
kp32	3,14	,700	50
kp33	2,90	,707	50
kp34	2,94	,843	50
kp35	2,94	,682	50
kp36	2,84	,738	50
kp37	3,08	,778	50
kp38	2,82	,850	50
kp39	2,88	1,062	50
kp40	3,08	,778	50
kp41	2,88	,961	50
kp42	3,00	,639	50
kp43	2,72	,640	50
kp44	2,80	,926	50

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
kp1	125,58	327,391	,554	,932
kp2	125,66	316,351	,730	,930
kp3	125,58	327,881	,504	,933
kp4	125,64	316,970	,648	,931
kp5	125,70	330,010	,293	,934
kp6	125,60	332,653	,266	,934

kp7	125,62	318,240	,632	,931
kp8	125,60	333,388	,238	,934
kp9	125,74	330,278	,435	,933
kp10	125,64	317,215	,731	,930
kp11	125,64	331,623	,320	,934
kp12	125,70	327,112	,385	,933
kp13	125,90	323,316	,521	,932
kp14	125,70	309,643	,811	,929
kp15	125,52	326,704	,497	,933
kp16	125,70	321,194	,676	,931
kp17	125,64	338,031	,072	,935
kp18	125,74	314,400	,678	,931
kp19	125,72	310,655	,746	,930
kp20	125,62	328,444	,402	,933
kp21	125,72	322,818	,655	,931
kp22	125,98	323,285	,605	,932
kp23	125,74	314,604	,646	,931
kp24	125,82	328,681	,431	,933
kp25	125,62	315,098	,769	,930
kp26	125,72	321,920	,722	,931
kp27	125,76	338,553	,042	,936
kp28	125,62	321,873	,508	,932
kp29	125,78	330,298	,320	,934
kp30	125,48	324,826	,553	,932
kp31	125,54	336,907	,078	,936

kp32	125,46	341,029	-,049	,936
kp33	125,70	333,724	,233	,934
kp34	125,66	317,658	,728	,931
kp35	125,66	321,168	,761	,931
kp36	125,76	338,553	,042	,936
kp37	125,52	336,785	,100	,935
kp38	125,78	329,114	,338	,934
kp39	125,72	310,083	,776	,930
kp40	125,52	327,153	,444	,933
kp41	125,72	320,083	,559	,932
kp42	125,60	333,510	,371	,934
kp43	125,88	332,393	,219	,934
kp44	125,80	318,327	,638	,931

Mean hipotetik $(33 \times 4) + (33 \times 1) : 2 = 82,5$

Reliability

Scale: Skala Kepuasan Konsumen

Case Processing Summary

	N	%
Valid	50	100,0
Cases Excluded ^a	0	,0
Total	50	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,876	28

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
kk1	2,84	,889	50
kk2	2,88	1,100	50
kk3	3,02	,654	50
kk4	3,08	,752	50
kk5	2,84	,889	50
kk6	2,80	,990	50

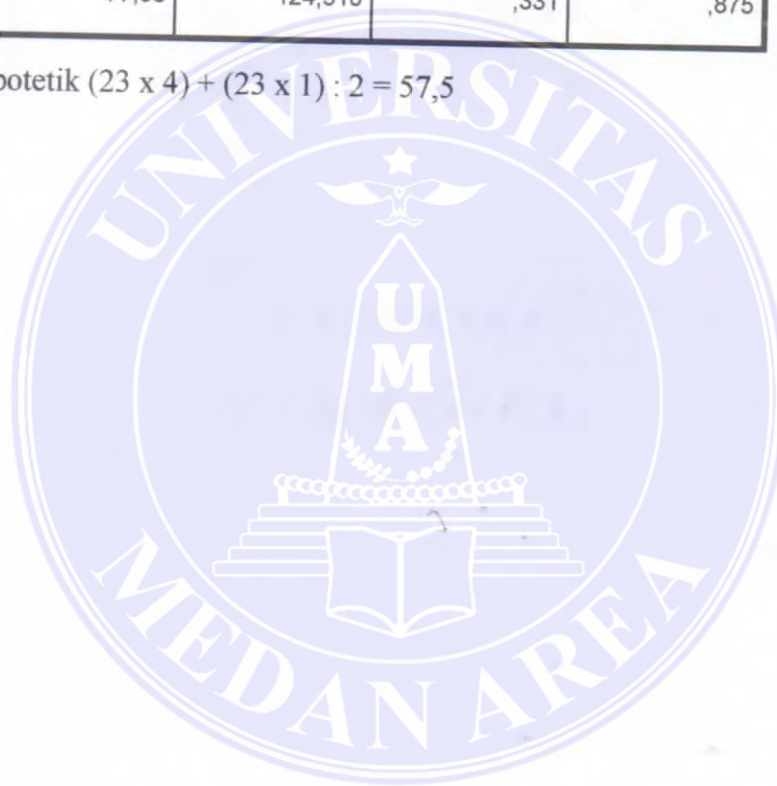
kk7	2,58	,950	50
kk8	2,98	,937	50
kk9	2,84	,912	50
kk10	3,16	,710	50
kk11	3,16	,866	50
kk12	2,66	,939	50
kk13	3,04	,880	50
kk14	2,74	1,006	50
kk15	3,04	,807	50
kk16	2,70	,953	50
kk17	2,64	,827	50
kk18	2,92	,601	50
kk19	2,82	,825	50
kk20	3,48	,505	50
kk21	2,62	,830	50
kk22	2,86	,857	50
kk23	2,74	,922	50
kk24	2,96	,832	50
kk25	2,70	,678	50
kk26	3,06	,843	50
kk27	2,82	,825	50
kk28	2,54	,930	50

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
kk1	77,68	120,957	,537	,869
kk2	77,64	118,276	,534	,869
kk3	77,50	128,092	,252	,876
kk4	77,44	132,047	-,021	,882
kk5	77,68	121,038	,533	,869
kk6	77,72	116,042	,714	,864
kk7	77,94	120,751	,508	,870
kk8	77,54	121,070	,500	,870
kk9	77,68	123,406	,396	,873
kk10	77,96	122,072	,617	,868
kk11	77,96	122,847	,451	,871
kk12	77,86	118,449	,632	,866
kk13	77,48	122,377	,468	,871
kk14	77,78	121,849	,423	,872
kk15	77,48	128,459	,172	,878
kk16	77,82	117,824	,654	,866
kk17	77,88	121,251	,567	,869
kk18	77,60	131,673	,016	,879
kk19	77,70	120,582	,606	,868
kk20	77,04	131,019	,085	,878

kk21	77,90	127,071	,340	,876
kk22	77,66	124,719	,355	,874
kk23	77,78	122,665	,428	,872
kk24	77,56	126,292	,382	,875
kk25	77,82	126,844	,324	,874
kk26	77,46	125,723	,308	,875
kk27	77,70	121,235	,569	,869
kk28	77,98	124,510	,331	,875

Mean Hipotetik $(23 \times 4) + (23 \times 1) : 2 = 57,5$





NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen
N		50	50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	108,04	86,00
	Std. Deviation	17,957	11,240
Most Extreme Differences	Absolute	,155	,152
	Positive	,101	,083
	Negative	-,155	-,152
Kolmogorov-Smirnov Z		1,094	1,073
Asymp. Sig. (2-tailed)		,182	,200

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Means

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
KepuasanKonsumen * KualitasPelayanan	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%

Report

KepuasanKonsumen

KualitasPelayanan	Mean	N	Std. Deviation
59	51,00	2	,000
71	46,00	2	,000
77	59,00	1	
88	50,00	2	,000
90	55,00	1	
91	44,00	1	
93	77,00	1	
98	60,00	2	11,314
101	73,00	1	
104	81,00	1	
105	69,00	1	
106	61,75	4	9,500
107	67,00	2	,000
110	77,75	4	7,544

111	78,00	2	2,828
113	73,50	2	,707
116	73,00	2	,000
117	69,67	3	4,726
118	66,00	2	,000
120	79,00	2	2,828
123	84,00	1	
124	71,00	3	5,196
125	71,00	1	
126	68,00	1	
129	81,00	3	5,196
130	74,00	2	,000
131	61,00	1	
Total	68,00	50	11,240

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KepuasanKonsumen * KualitasPelayanan	(Combined)	5451,333	26	209,667	6,528	,000
	Linearity	2944,701	1	2944,701	91,690	,000
	Deviation from Linearity	2506,632	25	100,265	3,122	,124
	Within Groups	738,667	23	32,116		
	Total	6190,000	49			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
KepuasanKonsumen * KualitasPelayanan	,690	,476	,938	,881

CORRELATIONS

/VARIABLES=KualitasPelayanan KepuasanKonsumen

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.





Correlations

Correlations

		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	,690**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	50	50
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	,690**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	50	50

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



LAMPIRAN 7

SURAT KETERANGAN PENELITIAN



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS PSIKOLOGI

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 ☎ (061) 7368012 Medan 20223
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 ☎ (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 1616 /FPSI/01.10/VIII/2018

Lampiran : -

Hal : Pengambilan Data

Medan, 11 Agustus 2018

Yth, Pemilik Kafe Limitless Medan
Jl. Perhubungan Laut Dendang
Di
Tempat

Dengan hormat, bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami:

Nama : Ari Permana Mtd
NPM : 14 860 0156
Program Studi : Ilmu Psikologi
Fakultas : Psikologi

Untuk melaksanakan pengambilan data di Kafe Limitless Medan Jl. Perhubungan Laut Dendang guna penyusunan skripsi yang berjudul "*Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen di Kafe Limitless Medan*".

Perlu kami informasikan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, yang merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian Sarjana Psikologi di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Sehubungan dengan hal tersebut kami mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan dan Surat Keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data di Café yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya yang baik diucapkan terima kasih.

Wakil Dekan Bidang Akademik,

Hani Anwar Dalimunthe, S.Psi, M.Si

Tembusan

Mahasiswa Ybs

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 12/19/19

Access From (repository.uma.ac.id)





KAFE LIMITLESS MEDAN

Jln. Perhubungan, Dusun V, No. 169 Laut Dendang, Medan
Kode Pos 20371 || Contact Person: 0815-3494-4551

Medan, 18 Agustus 2018

No : 001/Limitless/SK/2018
Lamp :-
Hal : Surat Keterangan Telah selesai Melakukan Pengambilan Data Untuk Skripsi di Kafe Limitless Medan

Kepada Yth:
Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Medan Area
Di Medan

Sehubungan dengan surat saudara tanggal 18 Agustus 2018 No.1616/FPSI/01.10/VIII/2018 tentang pengambilan data, dengan ini diberitahukan bahwa:

Nama : Ari Permana Mtd
NPM : 14 860 0156
Program Studi : Ilmu Psikologi

Dimana mahasiswa tersebut telah selesai melakukan pengambilan data sejak tanggal 11 Agustus – 18 Agustus 2018 di Kafe *Limitless* Medan guna menyusun SKRIPSI yang berjudul “Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen di Kafe *Limitless* Medan”.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya, akhir kata saya ucapkan Terimakasih.

Medan, 18 Agustus 2018
Owner Kafe Limitless Medan



Riyan Pratama