

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI RESTO AYAM
PENYET CABE HIJAU
SUNGAL MEDAN**

SKRIPSI

OLEH:

**SUCI REHCYTIA
168320079**



**PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

MEDAN

2020

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 14/1/21

Access From (repository.uma.ac.id)14/1/21

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Sunggal Medan**

Nama : **Suci Rehytia**

Npm : **168320079**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**

Disetujui Oleh :
Komisi
Pembimbing



(Dr. Wan Suryani, SE., M.Si)

Pembimbing I



(Eka Dewi Setia Tarigan, SE., M.Si)

Pembimbing II



(Dr. Ihsan Effendi, SE., M.Si)

Dekan



(Wan Rizca Amelia SE., M.Si)

Ka. Prodi Manajemen

Tanggal/Bulan/Tahun Lulus : 12/Mei/2020

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Sunggal Medan” adalah benar hasil karya saya sendiri dan judul yang dimaksudkan belum pernah dimuat, dipublikasikan, atau diteliti oleh mahasiswa lain dalam konteks penulisan skripsi untuk program S-1 Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area. Semua sumber data dan informasi telah dinyatakan jelas, benar apa adanya.

Medan 12 Mei 2020

Yang membuat Pernyataan,



Suci Rehcytia

168320079



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Sivitas Akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Suci Rehcytia
NPM : 168320079
Program Studi : Ekonomi & Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*non-exclusif royalty-free right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Sunggal Medan, beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*Database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar- benarnya.

Dibuat di : Medan

Pada Tanggal : 12 Mei 2020

Yang Menyatakan



Suci Rehcytia
168320079

Abstrak

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Sunggal Medan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Di Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Sunggal Medan”. Jenis penelitian ini adalah asosiatif yaitu suatu penelitian yang bersifat mencari tahu apakah ada hubungan antara dua variabel, dimana variabel diukur dengan skala *Likert*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada Resto Ayam Penyet Cabe Hijau dengan sampel sebanyak 100 responden selama 6 bulan terakhir dan menggunakan teknik rumus slovin. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS 21, dengan analisis deskriptif dan pengujian hipotesis analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa t_{hitung} pada variabel kualitas produk sebesar 3,112 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,984 dengan probabilitas t yakni sig 0,000 lebih kecil dari signifikansi 0,05. Berdasarkan nilai tersebut maka variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pada variabel kualitas pelayanan t_{hitung} sebesar 14,456 dan t_{tabel} sebesar 1,984 dengan probabilitas t yakni sebesar sig 0,000 lebih kecil dari batasan signifikansi 0,05, maka variabel kualitas pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil uji F maka diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 118,939 dengan sig 0,000 < 0,05 menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti kualitas produk dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Nilai R Square yang diperoleh sebesar 0,704 atau 70,4%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel X1 dan X2 dapat dijelaskan, sisanya 29,6% diluar variabel yang ada.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

Abstrack

The Effect of Product Quality and Service Quality on Consumer Satisfaction in Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Sunggal Medan

This study aims to find out “The Effect of Product Quality and Service Quality in Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Sunggal Medan”. This research type is associative that is a research that is looking for know whether there is a relationship between two variables, where variables are measured by a Likert scale. The population in this study were consumers in Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Sunggal Medan with a sample of 100 respondents for the past 6 months and using Slovin formula techniques. Data processing is done using SPSS 21 software, with descriptive analysis and hypothesis testing multiple linear regression analysis. Based on the results of the t test, it can be seen that the thinner on the product quality variable of 3.112 is greater than t table of 1.984 with a probability of t that is 0.000 sig smaller than the 0.05 significance. Based on these values, the product quality variable has a positive and significant effect on costumer satisfaction. On the tinune service quality variable is 14.456 and the table is 1.984 with a probability of t of 0.000 sig smaller than the 0.05 significance limit, than the service quality variable partially has a positive influence and significant to consumer satisfaction. Based on the results of the F test the Fimne value of 118,939 with sig 0.000 < 0.05 indicates that Ho was rejected and Ha was accepted, meaning that product quality and service quality partially had a positive and significant effect on customer satisfaction. R Square value obtained is 0.704 or 70.4%. This shows that variables X1 and X2 can be explained, the remaining 29,6% outside the existing variables.

Keywords : Product Quality, Service Quality, Consumer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat, rahmat, taufik dan hidayah-Nya serta shalawat beriring salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah yang penuh kebohongan ke zaman yang terang benderang dengan ilmu pengetahuan sehingga saya dapat menyelesaikan proposal ini dimana merupakan persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan dalam mencapai gelar sarjana ekonomi.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak, dan berkah dari Allah SWT sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi. Untuk itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr. Ihsan Effendi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Bapak Teddi Pribadi, SE, MM selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
4. Ibu Wan Risca Amelia, SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
5. Ibu Dr. Wan Suryani, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya membimbing penulis dan memberikan masukan-masukan dalam menyelesaikan proposal ini.

6. Ibu Eka Setia Dewi Tarigan, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya membimbing penulis dan memberikan masukan-masukan dalam menyelesaikan proposal ini.
7. Bapak Dahrul Siregar, SE, M.Si selaku Sekretaris Pembimbing penulis.
8. Ibu Yuni Syahputri, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing penulis.
9. Seluruh Dosen Universitas Medan Area yang selama ini telah memberikan ilmu pengetahuan, saran, dan arahan kepada penulis.
10. Seluruh Pegawai yang telah membantu proses pengurusan administrasi Universitas Medan Area.
11. Ayahanda tercinta M. Zulkarnain dan Ibunda tercinta Afdilla, yang merupakan inspirasi bagi penulis, berjuang dengan segala kemampuan mereka demi membesarkan, mendidik, memberikan dukungan semangat serta doa sehingga membawa penulis menjadi manusia yang lebih baik dan berguna bagi keluarga dan orang lain.
12. Kakak-kakak penulis, Bobby Arzunna dan Donny Arzunna yang selalu memberikan semangat tiada henti kepada penulis.
13. Teman-teman seperjuangan, Eki, Pristina, Husni, Risa, Vina, Cut, Yosi, Dio, Adam, Yuni, Vita, dari awal masuk kuliah sama-sama berjuang selama perkuliahan sampai di penyelesaian skripsi ini.
14. Teman-teman satu angkatan stambuk 2016 kelas A, B, C Regular Pagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen yang telah ikut membantu, dan memberikan saran kepada penulis, terima kasih banyak.

15. Bapak Joko Suhendro selaku Manajer Operasional Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Sunggal yang telah membantu memberikan arahan dan informasi kepada penulis.

16. Seluruh karyawan dan konsumen Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Sunggal Medan.

Dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan proposal ini banyak mengalami kendala. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini bermanfaat sebagai peningkatan pengetahuan dan wawasan bagi semua pihak.

Medan, Februari 2020

SUCI REHCYTIA
(168320079)

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	5
1.3. Rumusan Masalah.....	5
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1. Kepuasan Konsumen.....	8
2.1.1. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	8
2.1.2. Perilaku Konsumen.....	10
2.1.3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	10
2.2. Kualitas Produk.....	13
2.2.1. Pengertian Produk.....	13
2.2.2. Pengertian Kualitas Produk.....	13
2.2.3. Indikator Kualitas Produk.....	14
2.2.4. Tingkatan Produk.....	16
2.3. Kualitas Pelayanan.....	17
2.3.1. Pengertian Pelayanan.....	17
2.3.2. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	17
2.3.3. Indikator Kualitas Pelayanan.....	18
2.3.4. Jenis-jenis Pelayanan.....	19
2.4. Penelitian Terdahulu.....	22
2.5. Kerangka Konseptual.....	24

2.6. Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1. Jenis Penelitian.....	29
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian	29
3.3. Populasi dan Sampel	30
3.4. Definisi Operasional Variabel.....	32
3.5. Jenis dan Sumber Data	33
3.6. Teknik Pengumpulan Data	35
3.7. Metode Analisis Data.....	37
3.8. Uji Hipotesis.....	39
BAB IV PEMBAHASAN.....	43
4.1. Hasil Penelitian	43
4.1.1. Deskripsi Tempat Penelitian.....	43
4.1.2. Tujuan Dasar Pelayanan	44
4.1.3. Visi dan Misi.....	45
4.1.4. Struktur Organisasi	46
4.1.5. Penyajian Data Responden	46
4.1.6. Penyajian Data Angket Responden.....	49
4.2. Pembahasan.....	59
4.2.1. Uji Validitas.....	59
4.2.2. Uji Realibilitas	62
4.2.3. Uji Statistik	63
4.3. Pengujian Asumsi Klasik	64
4.4. Uji Hipotesis.....	69

4.5. Hasil Pembahasan	72
BAB V Kesimpulan dan Saran	76
5.1. Kesimpulan.....	76
5.2. Saran.....	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Jumlah Konsumen	4
Tabel 2.2. Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.2. Pelaksanaan Waktu Penelitian	30
Tabel 3.4. Definisi Operasional Variabel.....	32
Tabel 3.5. Bobot Nilai Kuesioner	35
Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden	47
Tabel 4.2. Usia Responden.....	48
Tabel 4.3. Pendidikan Terakhir Responden	48
Tabel 4.4. Pekerjaan Responden	49
Tabel 4.5. Tabulasi Data Responden Variabel Kualitas Produk (X1)	50
Tabel 4.6. Tabulasi Data Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	54
Tabel 4.7. Tabulasi Data Responden Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	57
Tabel 4.8. Estimasi Uji Validitas	60
Tabel 4.9. Hasil Uji Realibilitas Variabel X1, X2, dan Y	62
Tabel 4.10. Analisis Linear Berganda.....	63
Tabel 4.11. Uji Multikolinieritas.....	68
Tabel 4.12. Uji Parsial (Uji t).....	69
Tabel 4.13. Uji Simultan (Uji F)	71
Tabel 4.14. Koefisien Determinasi.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3. Kerangka Konseptual	27
Gambar 4.1. Struktur Organisasi.....	46
Gambar 4.2. Grafik Histogram.....	65
Gambar 4.3. Grafik Normal Probability	66
Gambar 4.4. <i>Scatterplot</i>	67



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di zaman globalisasi saat ini banyak sekali kemajuan dan perubahan dalam dunia bisnis modern ditandai dengan pola pikir masyarakat yang semakin berkembang, kemajuan teknologi, dan gaya hidup yang tidak lepas dari pengaruh globalisasi. Pengaruh dari perkembangan zaman ini menimbulkan banyak sekali bermunculan produk dan jasa yang menawarkan berbagai kelebihan dan keunikan dari masing-masing produk dan jasa tersebut, membuat konsumen mempunyai banyak alternatif pilihan dalam menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan.

Jumlah penduduk yang sangat besar membawa dampak penting bagi kehidupan masyarakat Indonesia salah satunya yaitu pemenuhan kebutuhan pangan yang sangat banyak untuk memenuhi konsumsi penduduk. Pemenuhan kebutuhan dan keinginan sangat ditentukan oleh tingkat kepentingan maupun kepuasan konsumen itu sendiri, semakin berkembangnya zaman dan semakin banyaknya aktivitas manusia diluar rumah yang sangat bervariasi, maka kesempatan orang yang bersifat cepat, praktis dan nyaman juga semakin tinggi. Hal ini membawa dampak positif bagi perusahaan untuk melihat peluang bisnis dan mempengaruhi konsumen yang bersifat konsumtif yaitu dengan menjalankan bisnis kuliner atau usaha di bidang makanan.

Saat ini persaingan bisnis kuliner semakin hari semakin berkembang, perusahaan saling bersaing dalam mengembangkan bisnis yang dijalannya termasuk

dalam hal mengedepankan keunggulan masing-masing dan berusaha untuk memuaskan konsumen yaitu perusahaan menawarkan produk dan jasa yang berkualitas agar konsumen dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Kepuasan konsumen sudah menjadi suatu keharusan untuk diperhatikan oleh setiap perusahaan dalam menjalankan usahanya. Kepuasan konsumen merupakan suatu indikator ke depan akan keberhasilan bisnis perusahaan, mengukur bagaimana baiknya tanggapan konsumen terhadap masa depan bisnis perusahaan (Assauri, 2012). Jika konsumen merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian secara berulang-ulang. Pelanggan yang puas juga cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain (Lupiyoadi dan Hamdani, 2011). Untuk dapat menghasilkan kepuasan terhadap konsumen, perusahaan harus memberikan produk dan pelayanan yang berkualitas dengan harga yang layak sesuai dengan apa yang di dapatkan.

Beberapa faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan. Menurut Kotler dan Armstrong (2010) kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut lainnya. Produk dengan kualitas yang bagus dan terpercaya akan senantiasa tertanam dibenak konsumen, karena konsumen akan bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk tersebut.

Kualitas pelayanan juga suatu hal yang berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan konsumen serta meningkatkan daya saing perusahaan. Menurut Lovelock, Wirtz, dan Mussry (2010), kualitas pelayanan adalah sesuatu yang secara konsisten

dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan/konsumen. Dengan adanya kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik, tentu juga akan mempengaruhi rasa kepercayaan konsumen. Kepercayaan timbul dari suatu produk yang lama sampai kedua belah pihak saling mempercayai. Apabila kepercayaan sudah terjalin di antara konsumen dan perusahaan maka usaha untuk membinanya akan lebih mudah.

Pada penelitian ini memfokuskan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Medan Sunggal karena merupakan salah satu resto yang cukup terkenal di Kota Medan. Hal menarik dari resto ini yaitu mengusung konsep Tropical Garden yang membuat resto ini terkesan sejuk, adem dan nyaman. Unsur kayu pada furniture dan banyaknya tanaman-tanaman tropical memperkuat rasa sejuk di resto ini. Bapak Wijaya sebagai pemilik resto sangat mencintai sejarah dan budaya Indonesia juga pecinta barang-barang antik, seperti koper, motor tua, wayang, uang kuno, sehingga beliau mengaplikasikannya di beberapa titik pada resto ini. Pada ruang utama, pengunjung akan disambut dengan ramah oleh pelayan sambil menikmati hamparan tanaman tropical, dengan kursi-kursi kayu vintage yang tersusun rapi bagaikan taman yang dipenuhi dengan tanaman hijau dan pohon rindang juga kolam mini dengan air pancur beserta jembatan menuju rumah tua yang unik. Pada bagian out door tersedia lesehan yang cocok untuk acara keluarga dan memiliki beberapa spot foto dengan tema yang kekinian dan menarik.

Juga tersedia berbagai menu makanan dan minuman bercita rasa enak dan segar di resto ini. Seluruh makanan di resto ini diolah dengan bumbu-bumbu khas Nusantara dan juga memiliki berbagai minuman dengan sentuhan buah-buahan tropical segar. Oleh karena itu kesan yang diberikan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau

menjadikan tempat tersebut lebih menarik dan menjadi acuan gengsi para konsumen, sehingga menimbulkan Kualitas Produk dan Pelayanan yang baik terhadap konsumen yang akhirnya berdampak pada peningkatan pendapatan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau.

Tetapi makanan pada resto ini kurang bervariasi, selain itu rasa pada makanan yang disajikan tidak selalu sama terkadang enak dan terkadang sedikit hambar. Pelayanan pada resto ini juga kurang memuaskan seperti pengunjung memerlukan waktu yang lama untuk menunggu pesannya datang. Berikut ini adalah data jumlah konsumen yang berkunjung di Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Sunggal :

Tabel 1.1.
Data Jumlah Konsumen

No	Bulan	Jumlah Pengunjung (Konsumen)
1	September	115.522
2	Oktober	114.353
3	November	113.241
4	Desember	113.232
5	Januari	112.422
6	Februari	112.231
Total		681.001

Berdasarkan data yang diperoleh, diketahui bahwa jumlah konsumen di Resto Ayam Penyet Cabe Hijau pada setiap bulan mengalami penurunan berturut-turut. Kondisi ini memperlihatkan adanya ketidakpuasan konsumen terhadap produk dan pelayanan yang diberikan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau.

Berdasarkan hal tersebut, maka penulis ingin menganalisis lebih jauh bagaimana pengaruh kualitas produk dan pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen dengan penelitian berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RESTO AYAM PENSET CABE HIJAU SUNGGAL MEDAN”**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah, yaitu sebagai berikut :

1. Banyaknya bermunculan pesaing restoran yang menawarkan produk makanan dan minuman sejenis dengan segmen pasar yang sama.
2. Rasa makanan yang disajikan tidak selalu sama terkadang enak dan terkadang sedikit hambar.
3. Ada beberapa makanan atau minuman yang habis sebelum restoran tutup sehingga membuat pengunjung merasa kecewa.
4. Pelayan yang kurang sigap dalam menghantarkan menu pesanan sehingga membuat pengunjung merasa bosan karena lama menunggu.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Sunggal Medan?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Sunggal Medan?
3. Apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersamaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Sunggal Medan?

1.4. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Sunggal Medan.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Sunggal Medan.
3. Untuk mengetahui apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersamaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Sunggal Medan.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan juga sebagai pelatihan dalam menerapkan ilmu manajemen pemasaran.

2. Bagi Resto Ayam Penyet Cabe Hijau

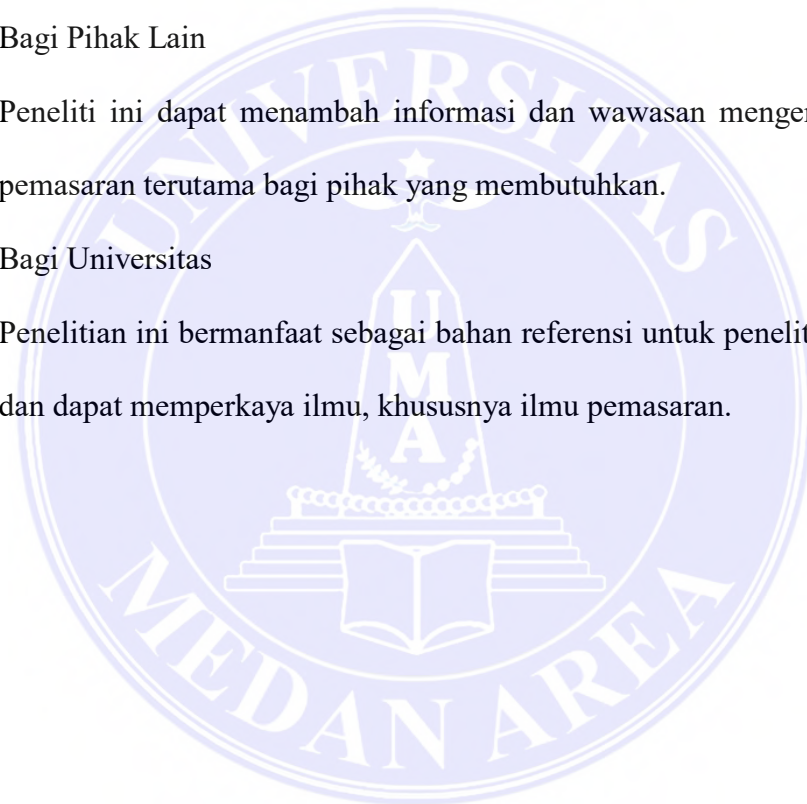
Penelitian ini diharapkan dapat mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen sehingga dapat meningkatkan lagi kepuasan konsumen.

3. Bagi Pihak Lain

Peneliti ini dapat menambah informasi dan wawasan mengenai manajemen pemasaran terutama bagi pihak yang membutuhkan.

4. Bagi Universitas

Penelitian ini bermanfaat sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dan dapat memperkaya ilmu, khususnya ilmu pemasaran.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Kepuasan Konsumen

2.1.1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen sudah menjadi suatu keharusan untuk diperhatikan oleh setiap perusahaan dalam menjalankan usahanya. Setiap perusahaan harus memiliki keunggulan masing-masing dan berusaha untuk memuaskan konsumen dengan menawarkan produk dan jasa yang diberikan perusahaan agar konsumen dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Menurut Kotler dan Keller (2012), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Sedangkan menurut Tjiptono (2014), kepuasan konsumen adalah respon emosional terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.

Berdasarkan penjelasan menurut para penulis tersebut, kepuasan konsumen yaitu suatu perasaan atau penilaian emosional dari konsumen atas penggunaan produk barang atau jasa ketika harapan dan kebutuhan terpenuhi dengan kata lain, jika apa yang diperoleh konsumen melebihi apa yang diharapkan maka konsumen akan merasa sangat puas, begitu juga sebaliknya.

Terdapat beberapa metode yang dapat dipergunakan untuk mengukur dan memantau kepuasan konsumen yaitu sebagai berikut :

1. Sistem Keluhan Dan Saran

Setiap perusahaan perlu memberikan kesempatan sebesar-besarnya pada pelanggan untuk menyampaikan keluhan, saran maupun pendapat guna untuk memperbaiki kekurangan atau kesalahan dari perusahaan.

2. *Survey* Kepuasan Pelanggan

Melalui *survey*, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan baik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus memberikan tanda bahwa perusahaan memperhatikan para pelanggannya.

3. *Ghost Shopping*

Yaitu metode yang dilakukan perusahaan dengan cara mempekerjakan beberapa orang dan berperan sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing untuk menyampaikan temuan mengenai kelemahan atau kelebihan dari produk perusahaan pesaing.

4. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau beralih ke perusahaan lain. Perusahaan ingin mengetahui apa penyebab terjadinya hal tersebut sekaligus mengetahui kekurangan dari produk barang dan jasa perusahaan.

2.1.2. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen menurut Peter (2013), yaitu sebagai dinamika interaksi antara pengaruh dan kesadaran, perilaku, dan lingkungan dimana manusia melakukan pertukaran aspek-aspek kehidupan. Sedangkan menurut Hasan (2013), perilaku konsumen adalah studi proses yang terlibat ketika individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, atau mengatur produk, jasa, idea atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Berdasarkan pengertian menurut para penulis tersebut, maka perilaku konsumen merupakan dinamika interaksi antara pengaruh dan kesadaran manusia melakukan pertukaran aspek kehidupan seperti membeli, memilih, menggunakan produk atau jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan.

2.1.3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen atau pengguna barang dan jasa tidak akan didapatkan begitu saja dan dengan kadar yang tidak sama antara pengguna jasa pelayanan yang satu dengan yang lainnya, hal ini menunjukkan adanya berbagai faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen yaitu sebagai berikut :

1. Faktor-faktor yang berhubungan dengan produk :

a. Kualitas Produk

Merupakan mutu dari semua komponen-komponen yang membentuk produk sehingga produk tersebut mempunyai nilai tambah.

b. Hubungan antara nilai sampai pada harga

Merupakan hubungan antara harga dan nilai produk yang ditentukan oleh perbedaan antara nilai yang diterima oleh pelanggan dengan harga yang di bayar oleh konsumen terhadap suatu produk yang dihasilkan oleh badan usaha.

c. Bentuk produk

Bentuk produk merupakan komponen-komponen fisik dari suatu produk yang menghasilkan suatu manfaat.

d. Keandalan

Merupakan kemampuan dari suatu perusahaan untuk menghasilkan produk sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh perusahaan.

2. Faktor-faktor yang berhubungan dengan pelayanan :

a. Jaminan

Merupakan suatu jaminan yang ditawarkan oleh perusahaan untuk pengembalian harga pembelian atau mengadakan perbaikan terhadap produk yang rusak setelah pembelian.

b. Respon dan cara pemecahan masalah

Merupakan sikap dari karyawan dalam menanggapi keluhan serta masalah yang dihadapi oleh pelanggan.

3. Faktor-faktor yang berhubungan dengan pembelian :

a. Pengalaman karyawan

Merupakan suatu hubungan antara pelanggan dengan karyawan, khususnya dalam hal komunikasi yang berhubungan dengan pembelian.

b. Kemudahan dan kenyamanan

Merupakan segala kemudahan dan kenyamanan yang diberikan oleh perusahaan terhadap produk yang dihasilkannya.

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

1. Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas jika setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik.

2. Harga

Untuk pelanggan yang *sensitive*, biasanya harga produk murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.

3. Kualitas Pelayanan

Kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Kualitas pelayanan merupakan faktor yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang populer adalah *servqual*.

4. Faktor Emosional

Pelanggan akan merasa puas (bangga) karena adanya faktor emosional yang diberikan oleh *brand* dari produk tersebut.

5. Kemudahan Untuk Mendapatkan Produk atau Jasa

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

2.2. Kualitas Produk

2.2.1. Pengertian Produk

Secara umum produk yaitu segala sesuatu yang dapat ditawarkan pasar untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai perubahan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Menurut Kotler dan Armstrong (2018), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, perolehan, penggunaan yang mungkin memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen.

Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa produk merupakan sesuatu yang ditawarkan oleh pasar untuk mendapatkan perhatian, penggunaan atau perolehan yang akan memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen.

2.2.2. Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan hal utama yang harus diperhatikan oleh suatu perusahaan dalam memasarkan atau memberikan kepada konsumen agar konsumen tidak merasa kecewa dengan produk yang dibelinya. Menurut Kotler dan Keller (2009), kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Sedangkan Menurut Kotler dan Armstrong (2010), kualitas produk adalah

kemampuan sebuah produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk beserta atribut lainnya.

Berdasarkan definisi menurut para penulis tersebut, dapat dipahami bahwa kualitas produk merupakan karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang merupakan gabungan dari keandalan, ketepatan, kemudahan, serta pemeliharaan dari suatu produk. Dengan adanya kualitas yang bagus dan terpercaya maka produk akan senantiasa tertanam karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas.

2.2.3. Indikator Kualitas Produk

Dalam kaitannya dengan produk, menurut Tjiptono (2014) ada delapan indikator kualitas produk, yaitu sebagai berikut :

1. Kinerja (*Performance*)

Merupakan karakteristik dari suatu produk. Misalnya kebersihan makanan di restoran, ketajaman gambar dan warna sebuah televisi, dan kecepatan pengiriman paket titipan kilat untuk jasa pengiriman.

2. Keistimewaan (*Features*)

Yaitu karakteristik pelengkap khusus yang dapat menambah pengalaman pemakaian produk. Contohnya *dessert* gratis sebagai hidangan penutup, atau koleksi tambahan aneka nada panggil pada telepon genggam.

3. Keandalan (*Reliability*)

Yaitu probabilitas terjadinya kegagalan atau kerusakan produk dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadi kerusakan maka semakin handal produk yang bersangkutan.

4. Kesesuaian (*Comformance*)

Yaitu tingkat kesesuaian produk dengan standar yang telah ditetapkan. Misalnya kesesuaian porsi makanan sesuai pesanan, atau ketepatan waktu keberangkatan pesawat.

5. Daya Tahan (*Durability*)

Yaitu jumlah pemakaian produk sebelum produk bersangkutan harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian normal yang dimungkinkan, maka semakin besar pula daya tahan produk.

6. Pelayanan (*Serviciebility*)

Meliputi kecepatan dan kemudahan untuk direparasi, serta kompetensi, kenyamanan, dan keramahan staf pelayan dalam pemeliharaan dan penanganan keluhan yang memuaskan.

7. Estetika (*Aesthetics*)

Yaitu menyangkut penampilan, rasa, aroma, dan daya tarik lainnya dari suatu produk.

8. Persepsi Terhadap Kualitas (*Perceived quality*)

Yaitu kualitas yang dinilai berdasarkan reputasi penjual.

2.2.4 Tingkatan Produk

Dalam pengembangan produk diperlukan pengetahuan bagi perusahaan mengenai tingkatan produk sebagai salah satu cara merespon serta mengikuti keinginan dan kebutuhan pasar. Berikut ini merupakan penjelasan lima tingkatan produk menurut Kotler dan Keller (2016) :

1. Menurut Inti (*Core Benefit*), yaitu manfaat yang sebenarnya dibutuhkan dan akan dikonsumsi oleh pelanggan dari setiap produk.
2. Produk Dasar (*Basic Product*), adalah produk dasar yang mampu memenuhi fungsi pokok produk yang paling dasar.
3. Produk Harapan (*Expected Product*), adalah produk formal yang ditawarkan dengan berbagai atribut dan kondisi secara normal (layak) diharapkan dan disepakati untuk dibeli dan serangkaian atribut-atribut produk serta kondisi yang diharapkan oleh pembeli pada saat membeli produk.
4. Produk Pelengkap (*Augment Product*), adalah berbagai atribut produk dilengkapi atau ditambahkan dengan berbagai manfaat, sehingga dapat memberikan tambahan kepuasan dan dapat dibedakan dengan produk pesaing.
5. Produk Potensial (*Potensial Product*), adalah segala macam tambahan dan perubahan yang mungkin dikembangkan untuk produk dimasa mendatang, atau semua argumentasi dan perubahan bentuk yang dialami oleh suatu produk dimasa yang akan datang.

Jadi pada dasarnya produk adalah sekumpulan nilai kepuasan yang kompleks dan ditempatkan oleh konsumen berdasarkan manfaat yang akan mereka terima dari produk tersebut.

2.3. Kualitas Pelayanan

2.3.1. Pengertian Pelayanan

Pelayanan menurut Yamit (2010), adalah sekelompok manfaat yang berdaya guna baik secara eksplisit maupun implisit atas kemudahan untuk mendapatkan barang maupun jasa pelayanan. Sedangkan menurut Kotler (2016), pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Meskipun terjadi perbedaan terhadap penjelasan jasa pelayanan, ada beberapa karakteristik jasa pelayanan yang memberikan jawaban terhadap pengertian jasa pelayanan yaitu tidak dapat diraba, tidak dapat disimpan, diproduksi dan dikonsumsi secara bersama, memasukinya lebih mudah, dan sangat dipengaruhi faktor dari luar.

2.3.2. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau servis yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahtamahan yang ditujukan melalui sikap

dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan pilihan konsumen atas pelayanan yang nyata diterima atau diperoleh dengan pelayanan yang sesungguhnya di harapkan konsumen.

Menurut Sunyoto (2013), kualitas pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang diinginkan dan diharapkan konsumen. Artinya kualitas pelayanan merupakan bentuk aktivitas penyajian produk atau jasa yang dilakukan perusahaan untuk memenuhi harapan dan keinginan konsumen.

2.3.3. Indikator Kualitas Pelayanan

Dapat diuraikan mengenai inikator-indikator kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Parasuraman (2001), yaitu sebagai berikut:

1. Bukti Langsung (*Tangible*)

Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan ekstitensinya kepada pihak eksternal, meliputi penampilan fasilitas fisik seperti tempat dan tata letak ruangan, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapihan dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi, dan penampilan karyawan.

2. Keandalan (*Reliability*)

Yaitu kemampuan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Pelayanan seperti memberikan informasi secara

tepat, membantu menyelesaikan masalah dalam pesanan konsumen, dan memberikan pelayanan secara handal.

3. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen, dengan penyampaian informasi yang jelas.

4. Jaminan (*Assurance*)

Meliputi pengetahuan, kesopanan santunan dan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan. Meliputi beberapa komponen yaitu komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.

5. Empati (*Empathy*)

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan perusahaan kepada konsumen seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan konsumen, dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumennya.

2.3.4. Jenis-jenis Pelayanan

Ada beberapa jenis bentuk pelayanan di sebuah restoran, dapat dibedakan dalam tiga kategori penyajian, yaitu sebagai berikut:

1. *Table Service*

Yaitu suatu sistem pelayanan restoran dimana para tamu duduk di kursi menghadap meja makan, kemudian makan maupun minuman diantarkan, disajikan kepada para tamu. Dalam hal ini yang menyajikan makanan dan minuman bisa Waiter maupun Waitress.

2. *Self Service*

Ialah suatu sistem pelayanan restoran dimana semua makanan secara lengkap (dari hidangan pembuka, soup, hidangan utama, hidangan penutup, dan sebagainya) telah ditata dan diatur dengan rapi di atas meja hidang atau meja prasmanan dan para tamu secara bebas mengambil sendiri hidangannya sesuai dengan selera.

3. *Carry Out Service*

Yaitu sistem pelayanan restoran di mana tamu datang untuk membeli makanan yang telah siap atau disiapkan terlebih dahulu, dibungkus dalam *box* (kotak) untuk dibawa pergi, sehingga makanan tidak dinikmati di tempat itu mungkin dibawa pulang untuk dinikmati.

Selain jenis-jenis, terdapat juga empat karakteristik yang dimiliki oleh pelayanan yaitu sebagai berikut:

1. Tidak Berwujud (*Intangibility*)

Jasa adalah suatu perbuatan, kinerja (*performance*), dan usaha yang hanya bisa dikonsumsi tetapi tidak bisa dimiliki. Jasa bersifat *intangible*, maksudnya

tidak dapat dirasa, dicium, didengar atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Dengan demikian, seseorang tidak dapat menilai kualitas jasa sebelum merasakan/mengonsumsi sendiri.

2. Berubah-ubah (*Variability*)

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *non-standardized output*, artinya terdapat banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut diproduksi.

3. Tidak Dapat Dipisahkan (*Inseparability*)

Barang biasanya di produksi kemudian dijual lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian di produksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Dalam hubungan penyediaan jasa, (*contact-personal*) merupakan unsur penting.

4. Tidak Tahan Lama (*Perishability*)

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan jelas-jelas tidak dapat disimpan. Daya tahan suatu jasa tidak akan menjadi masalah bila permintaan selalu ada dan tetap karena mudah untuk menyediakan pelayanan untuk permintaan tersebut.

2.4. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan tahap yang digunakan penulis sebagai dasar dalam penyusunan penelitian. Terdapat beberapa jurnal yang memiliki topik yang sama dengan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Tabel 2.4.
Penelitian Terdahulu

No	Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Rosa (2019)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan persamaan regresi $Y=15,009 + 0,294X_1 + 0,422X_2$. Kontribusi pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan adalah sebesar 44,8% sedangkan sisanya sebesar 55,2% dipengaruhi faktor lain. Kemudian diperoleh nilai f hitung lebih besar dari f tabel atau $(39,285 > 2,700)$, hal tersebut juga diperkuat dengan signifikansi $0,000 < 0,005$. Dengan demikian terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa.
2	Tias (2017)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu	Pada variabel kualitas produk (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 10,671 yang artinya nilai t hitung $> t$ tabel = $10,671 > 1,984$ yang berarti terdapat pengaruh

No	Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
			pelaksanaan X1 terhadap Y, sementara pada variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki nilai t hitung sebesar 9,905 yang artinya t hitung > t tabel = 9,905 > 1,984 yang berarti terdapat pengaruh pelaksanaan X2 terhadap Y. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) CV. Donat Madu.
3	Nia (2014)	Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel	Nilai t hitung pada variabel kualitas produk sebesar 6,080 dan nilai t tabel yaitu 1,664. Jadi, nilai 6,080 > 1,664, artinya terdapat pengaruh kualitas produk yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan sementara pada variabel kualitas pelayanan sebesar 3,081 dan nilai t tabel yaitu 1,664 jadi nilai 3,081 > 1,644, artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif terhadap pelanggan kartu prabayar Telkomsel di Kelurahan Bahu.
4	Annisa (2018)	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji KFC Basuki Rahmat Surabaya	Hasil menunjukkan bahwa kualitas produk tidak mempengaruhi secara parsial sementara variabel harga dan kualitas layanan mempengaruhi kepuasan konsumen secara parsial. Variabel kualitas layanan dengan nilai t hitung sebesar 3,562 lalu diikuti oleh variabel harga dengan nilai t hitung sebesar 2,050. Diperoleh nilai f hitung sebesar 9,432 dengan signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, maka disimpulkan kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di KFC Basuki Rahmat.

No	Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
5	Rina (2018)	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan, Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta	Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama dari variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan hasil yang diperoleh nilai f hitung sebesar 83,089 dengan nilai signifikansi F sebesar 0,000 atau kurang dari 0,05. Hasil pengujian regresi linear berganda menunjukkan bahwa R ² sebesar 72,2% menunjukkan besarnya sumbangan efektif dari ketiga variabel yaitu kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta.

2.5. Kerangka Konseptual

Kerangka Pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti, jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antar variabel independen dan dependen.

2.5.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Produk adalah setiap apa saja yang ditawarkan kepada pasar atau konsumen untuk mendapatkan perhatian, pembelian, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi atau dibutuhkan. Pada saat membeli suatu produk, konsumen akan membandingkan antara produk yang satu dengan produk yang lainnya dan akan lebih banyak memberikan perhatian pada produk yang memberikan manfaat. Hal ini dikarenakan dalam mencari suatu produk, konsumen tidak hanya ingin memenuhi kebutuhan saja, namun juga dapat memuaskan keinginannya oleh karena itu perusahaan harus memiliki kualitas produk yang baik agar konsumen menyukai produk yang dikeluarkan oleh perusahaan. Dalam penelitian Tias (2017) menyatakan bahwa mengenai kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dan semakin meningkatkan kepuasan konsumen. Hasil penelitian Nia (2014) juga mendukung penjelasan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kualitas produk secara simultan berpengaruh positif terhadap pelanggan.

Kepuasan konsumen merupakan posisi aktual dimana perasaan konsumen melampaui ekspektasi atau harapan yang didapatkan dari manfaat produk, sebaliknya jika konsumen tidak merasakan kinerja dari produk yang tidak sesuai dengan harapannya maka mereka akan mengalami perasaan yang tidak terpuaskan.

2.5.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Kemampuan perusahaan dalam memahami

kebutuhan konsumen dengan memberikan pelayanan yang berkualitas menjadi salah satu cara yang bermanfaat dalam meningkatkan jumlah pelanggan bagi perusahaan. Apabila pelayanan yang diberikan kurang memuaskan, maka konsumen akan merasa kecewa sehingga konsumen kurang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dan perusahaan tidak akan mendapat kepercayaan dari konsumen.

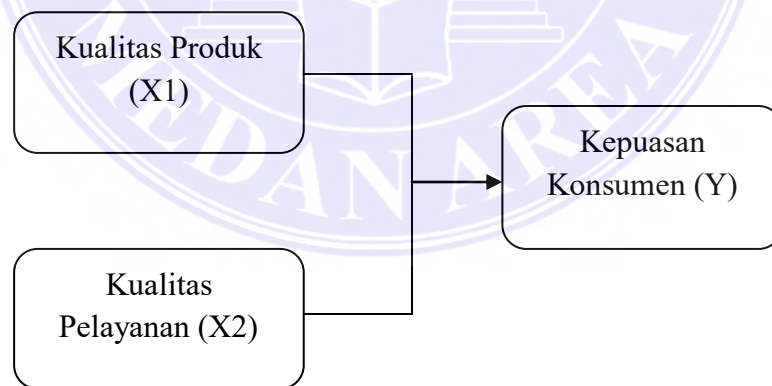
Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian Rosa (2019) yaitu dalam pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Pada penelitian Rina (2018) membuktikan bahwa hipotesis ketiga diterima yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dari sini dapat dilihat bahwa kepuasan konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk yang ditawarkan namun dipengaruhi juga oleh kinerja perusahaan berupa kualitas pelayanan.

2.5.3. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas produk adalah karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan gabungan dari keandalan, ketepatan, kemudahan, serta pemeliharaan dari suatu produk. Kualitas produk memiliki peranan penting karena kualitas produk adalah hal pertama yang dinilai konsumen dan menjadikan suatu pengalaman yang dapat menarik konsumen apabila merasa terpuaskan dengan produk tersebut karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas. Sedangkan kualitas

pelayanan merupakan bentuk aktivitas penyajian produk atau jasa yang dilakukan perusahaan untuk memenuhi harapan dan keinginan konsumen.

Faktor-faktor di atas sangat memiliki hubungan erat dengan kepuasan konsumen karena dapat mendorong konsumen menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Sementara perusahaan memiliki kesempatan untuk mengetahui lebih baik kebutuhan dan harapan konsumen. Adapun hasil penelitian dan analisis data Kartika (2017) bahwa kualitas produk dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian Ari (2017) pun mendukung pernyataan sebelumnya bahwa variabel kualitas produk dan variabel kualitas layanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan pemaparan yang dituangkan dalam penelitian yang relevan maka bentuk kerangka konseptual pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.5.
Kerangka Konseptual

2.6. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dan langkah ketiga dalam penelitian setelah penelitian mengemukakan landasan teori dan kerangka konseptual. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasari pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2017). Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dikemukakan sebelumnya, maka hipotesis penelitian ini adalah :

H₁ : Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Sunggal Medan.

H₂ : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Sunggal Medan.

H₃ : Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara bersamaan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Sunggal Medan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif data, yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang berupa angka. Dalam penelitian ini hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat akan dianalisis dengan menggunakan distribusi frekuensi dengan mendeskripsikan atau menjelaskan data yang mendukung variabel yang digunakan dalam penelitian.

3.2. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Medan Sunggal yang beralamatkan Jl. Sunggal No. 270, Kec. Medan Sunggal, Kota Medan, Sumatera Utara. Waktu penelitian ini dilakukan mulai dari bulan September sampai dengan Febuari 2020, hal ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.2.
Pelaksanaan Waktu Penelitian

No.	Kegiatan	2019 s/d 2020								
		Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei
1	Penyusunan Proposal									
2	Seminar Proposal									
3	Pengumpulan Data									
4	Analisis Data									
5	Seminar Hasil									
6	Pengajuan Meja Hijau									
7	Meja Hijau									

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah yang terdiri atas obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Penentuan populasi harus dimulai dengan penentuan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya yaitu yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Populasi dalam penelitian ini diambil dari jumlah konsumen atau pengunjung yang datang di Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Medan selama 6 bulan terakhir yaitu berjumlah 681.001 orang.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017). Pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan teknik *Probability Sampling*. Menurut Sugiyono (2017), *Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Besarnya ukuran sampel dalam penelitian ini akan ditentukan berdasarkan rumus *Slovin*, dengan rumus sebagai berikut:

$$n = N/(1+N(e^2))$$

Dimana :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = error level (tingkat kesalahan) digunakan 10% atau 0,1

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 681.001 orang dengan tingkat signifikansi 0,1, maka besarnya sampel pada penelitian ini adalah :

$$n = N/ (1+N(e^2))$$

$$n = 681.001/ (1 + 681.001(0.1^2))$$

n = 99,999853 dibulatkan menjadi 100 orang. Maka jumlah keseluruhan responden dalam penelitian ini adalah 100 orang.

3.4. Definisi Operasional Variabel

Penyusunan instrument penelitian agar lebih jelas maka perlu dibahas terlebih dahulu indikator-indikator yang terkandung dalam definisi operasional masing-masing variabel. Rumusan masing-masing variabel yang didapat dari kuesioner adalah data kuantitatif dengan menggunakan *skala likert*, yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.4.
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk adalah karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan gabungan dari keandalan, ketepatan, kemudahan, serta pemeliharaan dari suatu produk.	1. Kinerja 2. Keistimewaan 3. Kehandalan 4. Kesesuaian 5. Daya Tahan 6. Pelayanan 7. Estetika, 8. Persepsi Terhadap Kualitas (Tjiptono, 2014)	<i>Skala likert</i>
Kualitas Pelayanan (X2)	Kualitas Pelayanan adalah bentuk aktivitas penyajian produk atau jasa yang dilakukan perusahaan untuk memenuhi harapan dan keinginan konsumen.	1. Bukti Langsung 2. Kehandalan 3. Ketanggapan 4. Jaminan 5. Empati (Parasuraman, 2001)	<i>Skala likert</i>
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen menurut Irawan (2008), adalah hasil akumulasi dari konsumen dalam menggunakan produk dan jasa.	1. Kualitas Produk 2. Harga 3. Kualitas Layanan 4. Faktor Emosional 5. Kemudahan Untuk Mendapatkan Produk dan Jasa (Irawan, 2009)	<i>Skala likert</i>

3.5. Jenis dan Sumber Data

3.5.1. Jenis Data

Jenis data merupakan data atau keterangan yang diperlukan dalam penelitian, yang berfungsi sebagai penunjang hasil penelitian. Dalam penelitian ini untuk melakukan pengelompokan data diperlukan dalam dua golongan yaitu sebagai berikut :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan pemilik atau pengelola, dan informasi yang dikumpulkan dari jawaban informan melalui kuesioner yang diisi oleh pengunjung Resto Ayam Penyet Cabe Hijau.

b. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data yang diperoleh dari daftar pustaka melalui beberapa jurnal, buku, maupun artikel untuk mendapatkan data yang dibutuhkan oleh penelitian ini.

3.5.2. Sumber Data

Dalam mendapatkan informasi yang valid maka diperlukan suatu teknik pengumpulan data yang tepat. Mengumpulkan data adalah mengamati variabel yang akan diteliti dengan metode observasi, kuesioner dan dokumentasi.

a. Observasi

Penelitian yang dilakukan dengan cara mengamati langsung terhadap objek yang berhubungan dengan penelitian dan melakukan pencatatan informasi yang dibutuhkan.

b. Kuesioner

Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner atau angket pertanyaan kepada para responden dengan memberikan *list* jawaban yang tersedia. Kemudian responden memilih salah satu jawaban dengan nilai berupa angka yang telah disediakan. Bobot nilai dari kuesioner yang disediakan yaitu:

- a. Jawaban “Sangat Setuju”, diberi nilai 5
- b. Jawaban “Setuju”, diberi nilai 4
- c. Jawaban “Kurang Setuju”, diberi nilai 3
- d. Jawaban “Tidak Setuju”, diberi nilai 2
- e. Jawaban “Sangat Tidak Setuju”, diberi nilai 1

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini juga menggunakan *Skala Likert* untuk mengukur kualitas produk, kualitas pelayanan, sikap atau pendapat seseorang dan kelompok mengenai suatu peristiwa dan fenomena sosial berdasarkan definisi yang sudah ditetapkan.

Tabel 3.5.
Bobot Nilai Kuesioner

No	Pertanyaan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan bertanya atau wawancara secara langsung kepada karyawan atau pengunjung yang berada di Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Medan untuk memperoleh data mengenai gambaran umum perusahaan.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

3.6.1. Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Validitas menurut Sugiyono (2016), menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Suatu kuesioner dikatakan valid atau sah berarti

memiliki validitas yang tinggi, begitu juga sebaliknya jika kuesioner tidak valid berarti memiliki validitas yang rendah. Uji validitas dilakukan untuk mendukung yang akan diungkapkan dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Jika probabilitas yang dihitung $<$ probabilitas yang ditetapkan sebesar 0,1 ($\text{sig} < \alpha 0,1$) : maka instrument valid
2. Jika probabilitas yang dihitung $>$ probabilitas yang ditetapkan sebesar 0,1 ($\text{sig} > \alpha 0,1$) : maka instrument tidak valid

3.6.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011). Reliabilitas menunjukkan bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Dalam menghitung reliabilitas, peneliti menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*. Metode ini diukur berdasarkan *Alpha Cronbach* 0 sampai 1.

Jika skala tersebut dikelompokkan kedalam 5 kelas dengan rentang yang sama, maka ukuran kemantapan nilai *Cronbach's Alpha* dapat dijelaskan sebagai berikut:

Nilai *Alpha Cronbach* 0.00 s.d. 0.20 berarti kurang reliabel

Nilai *Alpha Cronbach* 0.21 s.d. 0.40 berarti agak reliabel

Nilai *Alpha Cronbach* 0.41 s.d. 0.60 berarti cukup reliabel

Nilai *Alpha Cronbach* 0.61 s.d. 0.80 berarti reliabel

Nilai *Alpha Cronbach* 0.81 s.d. 0.100 berarti sangat reliabel

3.7. Metode Analisis Data

Analisis data adalah suatu cara yang digunakan untuk pengolahan data yang telah diperoleh dalam penelitian, untuk menguji hipotesis dalam penelitian digunakan teknik analisis data. Menurut Sugiyono (2016), analisis data penelitian diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data regresi ganda, karena terdiri dari satu variabel terikat (Y) yaitu Kepuasan Konsumen dengan dua variabel bebas (X1) dan (X2) yaitu Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan. Langkah-langkah dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan analisis regresi ganda sebagai berikut:

3.7.1. Analisis Deskriptif

Dalam analisis kuantitatif, teknik analisis yang digunakan adalah dengan analisis regresi yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen dengan menggunakan proses program SPSS.

3.7.2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kondisi data yang diperlukan dalam penelitian. Hal tersebut dilakukan agar diperoleh model analisis yang tepat. Model analisis regresi penelitian ini mensyaratkan uji asumsi terhadap data yang meliputi:

a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data yang digunakan untuk menguji hipotesis berdistribusi normal atau tidak. Apabila data berdistribusi normal maka data tersebut memenuhi prasyarat analisis regresi linier. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan *Kolmogorov Smirnov* dengan perhitungan menggunakan aplikasi SPSS dengan taraf signifikan 10%. Asumsi normalitas terpenuhi ketika pengujian normalitas menghasilkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,1, sebaliknya asumsi normalitas tidak terpenuhi ketika pengujian normalitas menghasilkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,1.

b) Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk menguji asumsi yang diambil benar atau menyimpang dan untuk mengetahui bentuk hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat, apakah berbentuk linier atau non linier. Uji linieritas pada penelitian ini menggunakan *Test for Linearity* pada taraf signifikansi 0,1. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi (*Linearity*) $< 0,1$ dengan perhitungan menggunakan aplikasi SPSS. Jika uji yang dilakukan tidak menunjukkan linear maka analisis regresi tidak dapat dilanjutkan.

c) Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas merupakan keadaan dimana antar variabel independen dalam model regresi memiliki hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas maka dapat dilihat nilai Tolerance dan VIF. Jika Tolerance lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10, maka dapat dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas namun sebaliknya jika nilai Tolerance lebih kecil dari 0,10 dan VIF lebih besar dari 10,00 maka terjadi multikolinieritas.

Jika terjadi multikolinieritas antar variabel maka uji regresi ganda tidak dapat dilanjutkan, sebaliknya jika tidak terjadi multikolinieritas maka uji regresi ganda dapat dilanjutkan. Perhitungan uji multikolinieritas dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS.

3.8. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan ketika data sudah memenuhi prasyarat analisis. Langkah-langkah dalam pengujian hipotesis sebagai berikut :

a) Uji t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengambilan keputusan dengan tingkat signifikansi (α) = 0,1 ditentukan dengan cara sebagai berikut :

- 1) Jika tingkat signifikansi t hitung $> 0,1$ atau t hitung $< t$ tabel, maka H_0 diterima.
- 2) Jika tingkat signifikansi t hitung $< 0,1$ atau t hitung $> t$ tabel, maka H_0 ditolak.

b) Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua Variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Kriteria pengujian pada uji F adalah sebagai berikut:

- 1) Jika tingkat signifikansi $F > 0,1$ atau F hitung $< F$ tabel, maka H_0 diterima.
- 2) Jika tingkat signifikansi $F < 0,1$ atau F hitung $> F$ tabel, maka H_0 ditolak

c) Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Perhitungan analisis regresi linier berganda ini menggunakan SPSS dan menggunakan alat uji regresi linier berganda dengan dua prekursor sebagai berikut :

$$\hat{Y} = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan:

- \hat{Y} = Kepuasan Konsumen
 X_1 = Kualitas Produk
 X_2 = Pelayanan
 α, b_1 serta b_2 = Konstanta

d) Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen. Perhitungan dilakukan dengan aplikasi SPSS dengan melihat nilai R^2 (*Adjusted R Square*) pada tabel *Mode Summary*. Jika dengan menggunakan rumus yaitu sebagai berikut:

$$R^2 y(x_1, x_2) = (p_{yx_1} \ p_{yx_2}) \begin{bmatrix} r_{yx_1} \\ r_{yx_2} \end{bmatrix}$$

Keterangan:

p_{yx_1} : Koefisien jalur X_1 ke Y

p_{yx_2} : Koefisien jalur X_2 ke Y

$R^2 y(x_1, x_2)$: Pengaruh determinasi X_1 dan X_2 ke Y

Analisis koefisien determinasi untuk mengukur pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Y dengan $0 < R^2 < 1$. Jika korelasi mendekati +1 atau -1 berarti hubungan antarvariabel tersebut semakin kuat, dan jika koefisien korelasi mendekati angka 0 berarti hubungan antarvariabel tersebut semakin lemah.

e) Menghitung Sumbangan Relatif Dan Efektif Masing-Masing Prediktor Terhadap Kriterium (Y)

1) Sumbangan relatif digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan masing-masing variabel X_1 dan X_2 terhadap Y. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut:

$$\text{Prediktor } X_1 : \text{SR } \% \frac{a_1 \sum X_1 Y}{JK (\text{Reg})} X_{100\%}$$

$$\text{Prediktor } X_1 : \text{SR} \% \frac{a_1 \sum X_2 Y}{JK (\text{Reg})} X_{100\%}$$

- 2) Sumbangan efektif digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan yang diberikan masing-masing variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y atau mencari efektifitas yang diberikan suatu variabel bebas kepada variabel terikat dengan variabel bebas lain yang diteliti.

Sumbangan efektif (SE) dihitung dengan rumus sebagai berikut:

- a) Terlebih dahulu dicari efektif garis regresi dengan rumus sebagai berikut:

$$\frac{JK (\text{Reg})}{JK (T)} X_{100 \%}$$

- b) Mencari sumbangan efektif X_1 terhadap Y dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{SE} \% X_1 = \text{SR} \% X_1 \times R^2$$

- c) Mencari sumbangan efektif X_2 terhadap Y dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{SE} \% X_2 = \text{SR} \% X_2 \times R^1$$

Keterangan:

SR : Sumbangan relatif masing-masing prediktor

SE : Sumbangan efektif masing-masing prediktor

R^2 : Koefisien korelasi antara X_1 dan X_2 dengan Y

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1. Deskripsi Tempat Penelitian

Resto Ayam Penyet Cabe Hijau pertama kali berdiri di Medan pada tanggal 2 Februari 2011 bertempat di Jl. Binjai KM. 9 Kp. Lalang, Kota Medan, dengan pendiri bernama Bapak Wijaya. Kemudian telah berdiri cabang kedua pada tanggal 20 Mei 2017 bertempat di Jl. Sunggal No. 270, Kec. Medan Sunggal, Kota Medan, yang ditangani oleh Manajer Operasional Resto Ayam Penyet Cabe Hijau yakni Bapak Joko Suhendro bersama Manajer Service yakni Bapak Hendra Chan, Manajer Bar yakni Bapak Head Chef, dan Manajer Dapur yakni Bapak Sugihartono.

Wisata kuliner tak melulu menyoal makanan unik dan enak. Lokasi strategis yang mudah terjangkau, sekaligus harga yang ramah di kantong juga menjadi alasan lain bagi para pegiat wisata kuliner atau hal lain kekinian yang justru di perhitungkan. Resto Ayam Penyet Cabe Hijau merupakan salah satu resto yang cukup terkenal di Kota Medan karena resto ini menyajikan berbagai makanan dan minuman tradisional khas Nusantara. Dengan luas lahan 20 x 100 meter, resto ini memiliki area parkir yang luas sehingga layak dijadikan sebagai pilihan lokasi untuk reunian, arisan keluarga, dan berbagai acara besar lainnya.

Resto ini mengusung konsep *Tropical Garden* dengan berbagai hamparan tanaman berdaun hijau, pohon-pohon rindang, dan kolam mini dengan air pancur,

juga terlihat berkelas dengan berbagai furniture kayu dan dihiasi berbagai interior khas pedesaan. Terdapat juga lesehan yang cocok untuk acara keluarga dan sejumlah pondok pada bagian outdoor, spot foto dengan tema yang kekinian dan menarik, juga tersedia fasilitas toilet, mushola, dan live music pada resto ini.

Menu makanan favorit pada resto ini seperti gurami sambal gila, udang sambal patai, ayam gantung, sopo tahu diolah dengan bumbu khas Nusantara dan resep sambal cabe hijau yang melegenda. Terdapat juga minuman favorit seperti king mango, green apple monito virgin, dan manggo kiwi monito virgin dengan campuran buah-buahan tropical. Resto Ayam Penyet Cabe Hijau buka mulai pukul 10.00 WIB hingga pukul 22.00 WIB pada hari biasa dan pada saat weekend hingga pukul 23.00 WIB.

Sejauh ini sudah banyak masyarakat kota Medan yang melaksanakan berbagai acara besar di resto ini seperti acara ulang tahun atau acara pernikahan. Selain harga makanan dan minumannya tergolong murah, pihak dari resto juga bisa menyesuaikan dekorasi sesuai dengan permintaan.

4.1.2 Tujuan dasar pelayanan

Adapun tujuan dasar pelayanan di Resto Ayam Penyet Cabe Hijau yaitu sebagai berikut:

- Standar kualitas pelayanan sebagai dasar training untuk personal Resto sebagai bagian dari pelayanan kepada tamu
- Menjaga kualitas pelayanan

- Mempersembahkan kualitas pelayanan yang terbaik bagi para tamu untuk memenuhi kepuasan yang di harapkan
- Memberikan pelayanan yang terbaik dengan tujuan membuat para tamu kembali karena pelayanan yang diberikan
- Memberikan kesan dan image resto yang baik dan istimewa bagi para tamu

4.1.3 Visi dan Misi

Adapun Visi dan Misi Ayam Penyet Cabe Hijau Sunggal adalah sebagai berikut:

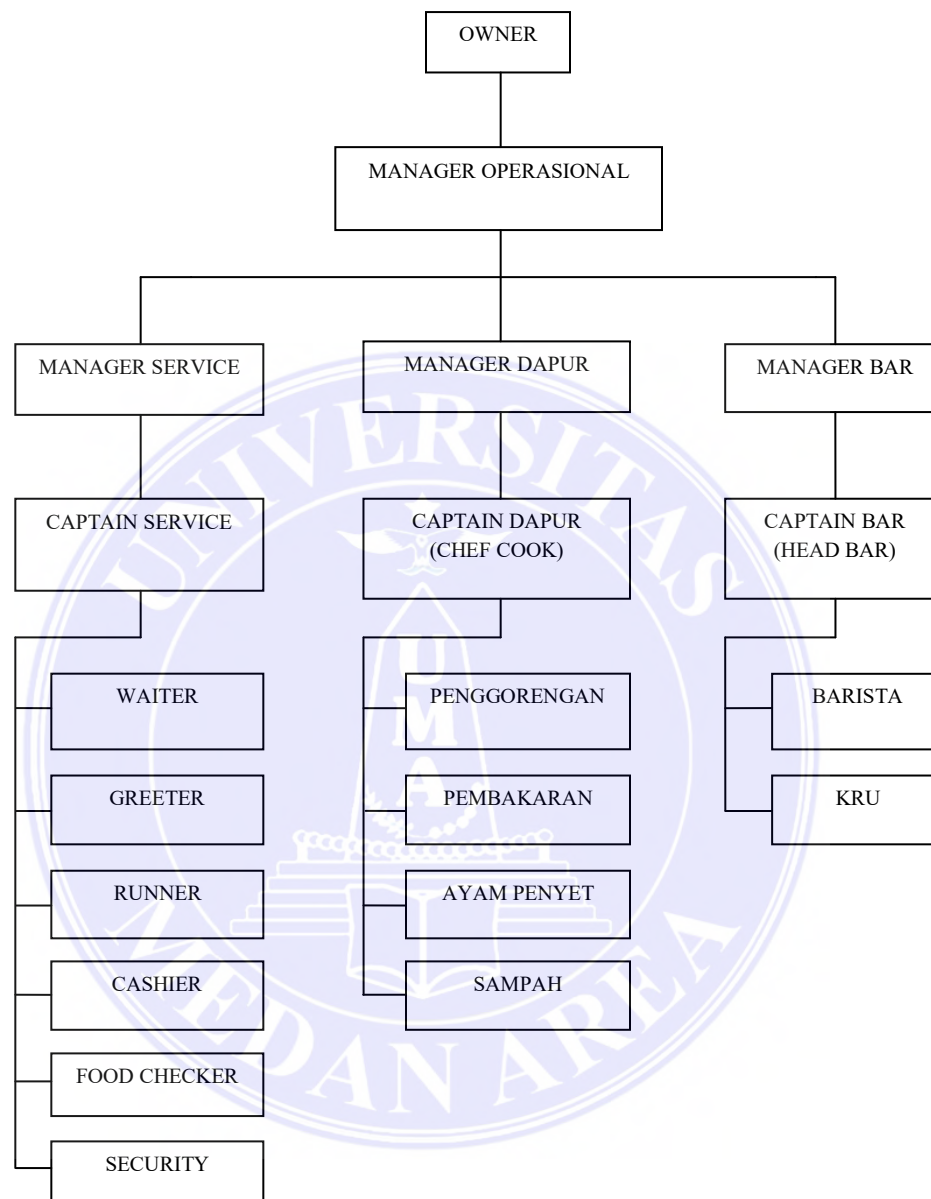
- **Visi :**

Menjadi perusahaan terbaik dan selalu memberikan perhatian dan mengutamakan pelanggan

- **Misi :**

- Bertekad memuaskan pelanggan
- Menjadikan perusahaan sebagai tempat tujuan pilihan utam
- Meraih prestasi yang setinggi-tingginya
- Meningkatkan efektivitas kerja & produktivitas kerja
- Siap & tanggap terhadap persaingan

4.1.4 Struktur Organisasi Resto Ayam Penyet Cabe Hijau



Gambar 4.1.
Struktur Organisasi

4.1.5 Penyajian Data Responden

Dalam bab ini penulis akan membahas data yang diperoleh selama penelitian yang berlangsung di Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Sunggal. Data-data tersebut

akan disajikan dalam bentuk analisis data dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang responden. Setelah angket disebar, diolah dan diisi oleh responden, maka penulis mentabulasikan data dari setiap pernyataan meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan pekerjaan.

a. Jenis Kelamin Responden

Karakteristik Konsumen dilihat dari jenis kelamin yang didapat peneliti dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis kelamin	N	%
1.	Laki-Laki	46	45,5%
2	Perempuan	54	53,5%
Jumlah		100	100%

Sumber: Konsumen Resto Ayam Penyet Cabe Hijau (2020)

Berdasarkan data dari tabel diatas terlihat bahwa responden berjenis kelamin laki-laki adalah sebanyak 45,5% dan responden perempuan sebanyak 53,5%, sehingga dapat dikatakan bahwa sebagian besar konsumen pada Resto Ayam Penyet Cabe Hijau adalah konsumen berjenis kelamin perempuan.

b. Usia Responden

Tabel 4.2
Usia Responden

No.	Usia	N	%
1.	17 - 25 Tahun	48	47,5%
2.	26 - 30 Tahun	43	42,6%
3.	40 - 49 Tahun	9	8,9%
Jumlah		100	100%

Sumber: Konsumen Resto Ayam Penyet Cabe Hijau (2020)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa 47,5% usia responden paling banyak berusia diantara 17 – 25 Tahun, sehingga dapat dikatakan bahwa sebagian besar konsumen yang berkunjung di Resto Ayam Penyet Cabe Hijau adalah konsumen yang berusia 17-25 Tahun.

c. Pendidikan Terakhir Responden

Tabel 4.3
Pendidikan Responden

NO	Pendidikan	N	%
1	SMA	22	21,8%
2	D3	26	25,7%
3	S1	37	36,6%
4	S2	15	14,9%
Jumlah		100	100

Sumber: Konsumen Resto Ayam Penyet Cabe Hijau (2020)

Dari tabel diatas yakni deskripsi responden berdasarkan tingkat pendidikan, menunjukkan bahwa proporsi tingkat pendidikan responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah S1 yakni sebanyak 37 orang atau 36,6%, sehingga dapat dikatakan bahwa sebagian besar konsumen yang berkunjung di Resto Ayam Penyet Cabe Hijau adalah konsumen yang berpendidikan S1.

d. Pekerjaan Responden

Tabel 4.4
Pekerjaan Responden

NO	Pekerjaan	N	%
1	Pelajar/Mahasiswa	4	4,0%
2	Wiraswasta	34	33,7%
3	Karyawan	44	43,6%
4	Ibu Rumah Tangga	18	17,8%
Jumlah		100	100

Sumber: Konsumen Resto Ayam Penyet Cabe Hijau (2020)

Dari tabel diatas yakni deskripsi responden berdasarkan tingkat pekerjaan responden, menunjukkan bahwa proporsi tingkat pekerjaan yang terbesar dalam penelitian ini adalah karyawan yakni sebanyak 44 orang atau 43,6%, sehingga dapat dikatakan bahwa sebagian besar konsumen yang berkunjung di Resto Ayam Penyet Cabe Hijau adalah konsumen yang bekerja sebagai karyawan.

4.1.6 Penyajian Data Angket Responden

Penulis menganalisis dan mengevaluasi data menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif digunakan untuk melihat pengaruh variabel-variabel

dengan analisis statistik dan pengujian analisis data menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

Data-data yang diperoleh melalui penyebaran angket di lokasi yang berkaitan dengan “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Sunggal” disajikan dalam bentuk kuantitatif. Adapun jumlah angket yang disebarakan sesuai dengan jumlah sampel yang telah ditetapkan, yaitu sebanyak 100 eksemplar, dengan jumlah pernyataan 36 item, yang terdiri dari 16 item untuk variabel bebas X_1 (Kualitas Produk), 10 item X_2 (Kualitas Pelayanan) dan 10 item untuk variabel terikat Y (Kepuasan Konsumen).

a. Distribusi Pendapat Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk (X1)

Berdasarkan data yang dikumpul dari kuesioner tentang Kualitas Produk (X1), terlihat bahwa distribusi tabulasi dari jawaban responden dari item-item variabel tersebut tampak pada tabel dibawah ini. Berikut hasil tabulasi jawaban responden.

Tabel 4.5

Tabulasi Data Responden Variabel Kualitas Produk (X1)

No. Item	Alternatif jawaban										Total	
	SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)		F	%
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	57	56,4	43	56,4	0	0	0	0	0	0	100	100
2	54	53,5	46	45,5	0	0	0	0	0	0	100	100
3	28	27,7	72	71,3	0	0	0	0	0	0	100	100
4	47	46,5	53	52,5	0	0	0	0	0	0	100	100
5	54	53,5	38	37,6	8	7,9	0	0	0	0	100	100

6	47	46,5	53	52,5	0	0	0	0	0	0	100	100
7	43	42,6	57	56,4	0	0	0	0	0	0	100	100
8	47	46,5	53	52,5	0	0	0	0	0	0	100	100
9	43	42,6	57	56,4	0	0	0	0	0	0	100	100
10	52	51,5	48	47,5	0	0	0	0	0	0	100	100
11	47	46,5	53	52,5	0	0	0	0	0	0	100	100
12	54	53,5	38	37,6	8	7,9	0	0	0	0	100	100
13	52	51,5	48	47,5	0	0	0	0	0	0	100	100
14	47	46,5	53	52,2	0	0	0	0	0	0	100	100
15	54	53,5	38	37,6	8	7,9	0	0	0	0	100	100
16	57	56,4	43	42,6	0	0	0	0	0	0	100	100

Sumber : Hasil Penelitian 2020

1. Pernyataan nomor 1 (Rasa makanan atau minuman yang disajikan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau tidak berubah dari yang sebelumnya) sebanyak responden memberikan jawaban sangat setuju berjumlah 57 (56,4%) responden dan jawaban setuju berjumlah 43 (56,4%) responden.
2. Pernyataan nomor 2 (Makanan atau minuman yang ditawarkan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau bersih, halal, dan enak) sebanyak responden memberikan jawaban sangat setuju berjumlah 54 (53,5%) responden dan jawaban setuju berjumlah 46 (45,5%) responden.
3. Pernyataan nomor 3 (Resto Ayam Penyet Cabe Hijau memiliki konsep Tropical Garden yang membuat anda sejuk dan nyaman saat berkunjung) sebanyak responden memberikan jawaban sangat setuju berjumlah 28 (27,7%) responden dan jawaban setuju berjumlah 72 (71,3%) responden.
4. Pernyataan nomor 4 (Memiliki beberapa spot foto dengan tema yang kekinian dan menarik) sebanyak responden memberikan jawaban sangat setuju berjumlah 47 (46,5%) responden dan jawaban setuju berjumlah 53 (52,5%) responden.

5. Pernyataan nomor 5 (Produk yang ditawarkan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau dibuat dengan bahan baku yang berkualitas) sebanyak responden memberikan jawaban sangat setuju berjumlah 54 (53,5%) responden, jawaban setuju berjumlah 38 (37,6%) responden, dan jawaban kurang setuju berjumlah 8 (7,9%) responden.
6. Pernyataan nomor 6 (Produk yang disajikan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau mempunyai rasa yang berbeda dibanding tempat lain) sebanyak responden memberikan jawaban sangat setuju berjumlah 47 (46,5%) responden dan jawaban setuju berjumlah 53 (52,5%) responden.
7. Pernyataan nomor 7 (Harga produk yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk) sebanyak responden memberikan jawaban sangat setuju berjumlah 43 (42,6%) responden dan jawaban setuju berjumlah 57 (56,4%) responden.
8. Pernyataan nomor 8 (Porsi makanan atau minuman yang disajikan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau sesuai dengan keinginan anda) sebanyak responden memberikan jawaban sangat setuju berjumlah 47 (46,5%) responden dan jawaban setuju berjumlah 53 (52,5%) responden.
9. Pernyataan nomor 9 (Makanan yang ditawarkan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau tidak bisa disimpan selama sehari-hari) sebanyak responden memberikan jawaban sangat setuju berjumlah 43 (42,6%) responden, dan jawaban setuju berjumlah 57 (56,4%) responden.
10. Pernyataan nomor 10 (Rasa atau bentuk dari makanan tidak berubah walaupun dalam bentuk kemasan) sebanyak responden memberikan jawaban sangat setuju berjumlah 52 (51,7%) responden, dan jawaban setuju berjumlah

46 (52,3%) responden sebanyak responden memberikan jawaban sangat setuju berjumlah 42 (47,7%) responden, dan jawaban setuju 46 (52,3%) responden.

11. Pernyataan nomor 11 (Pelayanan yang diberikan karyawan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau selalu ada peningkatan) sebanyak responden memberikan jawaban sangat setuju berjumlah 47 (46,5%) responden, dan jawaban setuju berjumlah 53 (52,5%) responden.
12. Pernyataan nomor 12 (Resto Ayam Penyet Cabe Hijau memberikan perhatian kepada setiap kebutuhan anda) sebanyak responden memberikan jawaban sangat setuju berjumlah 54 (53,5%), jawaban setuju berjumlah 38 (37,6%), dan jawaban kurang setuju berjumlah 8 (7,9).
13. Pernyataan nomor 13 (Makanan atau minuman yang diberikan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau sudah sesuai dengan standar kelayakan produk) sebanyak responden memberikan jawaban sangat setuju berjumlah 52 (51,5%) responden dan jawaban setuju berjumlah 48 (47,5%) responden.
14. Pernyataan nomor 14 (Aroma dan rasa makanan yang disajikan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau berbeda dengan produk yang lain) sebanyak responden memberikan jawaban sangat setuju berjumlah 47 (46,5%) responden dan jawaban setuju berjumlah 53 (52,2%) responden.
15. Pernyataan nomor 15 (Anda merasa mudah dalam memperoleh pelayanan dari karyawan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau) sebanyak responden memberikan jawaban sangat setuju berjumlah 54 (53,5%) responden, jawaban setuju

berjumlah 38 (37,6%) responden, dan jawaban kurang setuju berjumlah 8 (7,9%) responden.

16. Pernyataan nomor 16 (Informasi produk yang disampaikan sesuai dengan kualitas produk) sebanyak responden memberikan jawaban sangat setuju berjumlah 57 (56,4%) responden dan jawaban setuju berjumlah 43 (42,6%) responden.

b. Distribusi Pendapat Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Berdasarkan data yang dikumpul dari kuesioner tentang kualitas pelayanan (X2), terlihat bahwa distribusi tabulasi dari jawaban responden dari item-item variabel tersebut tampak pada tabel dibawah ini. Berikut hasil tabulasi jawaban responden.

Tabel 4.6

Tabulasi Data Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

No. Item	Alternatif jawaban										Total	
	SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	52	51,5	38	37,6	10	9,9	0	0	0	0	100	100
2	54	43,5	46	45,5	0	0	0	0	0	0	100	100
3	47	46,5	53	52,5	0	0	0	0	0	0	100	100
4	52	51,5	38	37,6	10	9,9	0	0	0	0	100	100
5	52	51,5	38	37,6	10	9,9	0	0	0	0	100	100
6	46	55,5	54	53,5	0	0	0	0	0	0	100	100
7	54	53,5	46	45,5	0	0	0	0	0	0	100	100
8	47	46,5	53	52,5	0	0	0	0	0	0	100	100
9	46	45,5	54	53,5	0	0	0	0	0	0	100	100
10	64	63,4	36	35,6	0	0	0	0	0	0	100	100

Sumber : Hasil Penelitian 2020

1. Pernyataan nomor 1 (Resto Ayam Penyet Cabe Hijau memiliki tempat yang nyaman dan dekorasi yang menarik) sebanyak responden memberikan jawaban sangat setuju berjumlah 52 (51,5%) responden, jawaban setuju berjumlah 38 (37,6%) responden, dan jawaban kurang setuju berjumlah 10 (9,9%) responden.
2. Pernyataan nomor 2 (Karyawan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau berpenampilan bersih dan rapi) sebanyak responden memberikan jawaban sangat setuju berjumlah 54 (43,5%) responden dan jawaban setuju berjumlah 46 (45,5%) responden.
3. Pernyataan nomor 3 (Karyawan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau memiliki kemampuan dalam mengolah menu makanan dan minuman yang disajikan) sebanyak responden memberikan jawaban sangat setuju berjumlah 47 (46,5%) responden dan jawaban setuju berjumlah 53 (52,5%) responden.
4. Pernyataan nomor 4 (Karyawan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau cekatan dalam menangani kebutuhan akan pesanan anda) sebanyak responden memberikan jawaban sangat setuju berjumlah 52 (51,5%) responden, jawaban setuju berjumlah 38 (37,6%) responden dan jawaban kurang setuju berjumlah 10 (9,9%) responden.
5. Pernyataan nomor 5 (Anda tidak terlalu lama mengantri dalam memesan makanan ataupun minuman) sebanyak responden memberikan jawaban sangat setuju berjumlah 52 (51,5%) responden, jawaban setuju berjumlah 38 (37,6%) responden dan jawaban kurang setuju berjumlah 10 (9,9%) responden.

6. Pernyataan nomor 6 (Ketika anda membutuhkan sesuatu karyawan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau memiliki waktu luang untuk membantu anda) sebanyak responden memberikan jawaban sangat setuju berjumlah 46 (55,5%) responden dan jawaban setuju berjumlah 54 (53,5%) responden.
7. Pernyataan nomor 7 (Resto Ayam Penyet Cabe Hijau selalu menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman) sebanyak responden memberikan jawaban sangat setuju berjumlah 54 (53,5%) responden dan jawaban setuju berjumlah 46 (45,5%) responden.
8. Pernyataan nomor 8 (Anda merasa aman dan nyaman pada saat berada di Resto Ayam Penyet Cabe Hijau) sebanyak responden memberikan jawaban sangat setuju berjumlah 47 (46,5%) responden dan jawaban setuju berjumlah 53 (52,5%) responden.
9. Pernyataan nomor 9 (Karyawan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial) sebanyak responden memberikan jawaban sangat setuju berjumlah 46 (45,5%) responden dan jawaban setuju berjumlah 54 (53,5%) responden.
10. Pernyataan nomor 10 (Karyawan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan anda) sebanyak responden memberikan jawaban sangat setuju berjumlah 64 (63,4) responden dan jawaban setuju berjumlah 36 (35,6%).

c. Distribusi Pendapat Responden Mengenai Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan data yang dikumpul dari kuesioner tentang kepuasan konsumen (Y), terlihat bahwa distribusi tabulasi dari jawaban responden dari item-item variabel tersebut tampak pada tabel dibawah ini. Berikut hasil tabulasi jawaban responden.

Tabel 4.7
Tabulasi Data Responden Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No. Item	Alternatif jawaban										Total	
	SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	52	51,5	38	37,6	10	9,9	0	0	0	0	100	100
2	54	53,5	46	45,5	0	0	0	0	0	0	100	100
3	53	52,5	47	46,5	0	0	0	0	0	0	100	100
4	52	51,5	38	37,6	10	9,9	0	0	0	0	100	100
5	54	53,5	38	37,6	8	7,9	0	0	0	0	100	100
6	51	50,5	49	48,5	0	0	0	0	0	0	100	100
7	52	51,5	48	47,5	0	0	0	0	0	0	100	100
8	52	51,5	44	43,6	4	4,0	0	0	0	0	100	100
9	49	48,5	51	50,5	0	0	0	0	0	0	100	100
10	54	53,5	46	45,5	0	0	0	0	0	0	100	100

Sumber : Hasil Penelitian

1. Pernyataan nomor 1 (Konsumen merasa puas dengan kualitas produk yang disajikan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau) sebanyak responden memberikan jawaban sangat setuju berjumlah 52 (51,5%) responden, jawaban setuju berjumlah 54 (53,5%) responden, dan jawaban kurang setuju berjumlah 10 (9,9%) responden.
2. Pernyataan nomor 2 (Konsumen merasa puas dengan menu makanan yang bervariasi) sebanyak responden memberikan jawaban sangat setuju

berjumlah 54 (53,5%) responden dan jawaban setuju berjumlah 46 (45,5%) responden.

3. Pernyataan nomor 3 (Harga produk yang diberikan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau sesuai dengan kualitas produk) sebanyak responden memberikan jawaban sangat setuju berjumlah 53 (51,1%) responden dan jawaban setuju berjumlah 47 (46,5%) responden.
4. Pernyataan nomor 4 (Harga produk yang diberikan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau terjangkau untuk konsumen) sebanyak responden memberikan jawaban sangat setuju berjumlah 52 (51,5%) responden, jawaban setuju berjumlah 38 (37,6%) responden, dan jawaban kurang setuju berjumlah 10 (9,9%) responden.
5. Pernyataan nomor 5 (Konsumen merasa puas dengan penyajian makanan yang cepat dan tepat) sebanyak responden memberikan jawaban sangat setuju berjumlah 54 (53,5%) responden, jawaban setuju berjumlah 38 (37,6%) responden, dan jawaban kurang setuju berjumlah 8 (7,9%) responden.
6. Pernyataan nomor 6 (Konsumen merasa puas dengan karyawan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau yang ramah dan sopan dalam merespon pesanan) sebanyak responden memberikan jawaban sangat setuju berjumlah 51 (50,5%) responden dan jawaban setuju berjumlah 49 (48,5%) responden.
7. Pernyataan nomor 7 (Konsumen merasa puas dengan kemampuan karyawan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau dalam menciptakan hubungan baik dengan konsumen) sebanyak responden memberikan jawaban sangat setuju

berjumlah 52 (51,5%) responden dan jawaban setuju berjumlah 48 (47,5%) responden.

8. Pernyataan nomor 8 (Konsumen merasa puas dengan rasa dari produk yang disajikan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau) sebanyak responden memberikan jawaban sangat setuju berjumlah 52 (51,5%) responden, jawaban setuju berjumlah 44 (43,6%) responden, dan jawaban kurang setuju berjumlah 4 (4,0%) responden.
9. Pernyataan nomor 9 (Konsumen merasa puas dengan informasi produk yang disampaikan karyawan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau) sebanyak responden memberikan jawaban sangat setuju berjumlah 49 (48,5%) responden dan jawaban setuju berjumlah 51 (50,5%) responden.
10. Pernyataan nomor 10 (Konsumen merasa puas dengan bentuk pelayanan yang diberikan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau) sebanyak responden memberikan jawaban sangat setuju berjumlah 54 (53,5%) responden dan jawaban setuju berjumlah 46 (45,5%) responden.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memenuhi taraf kesesuaian dan kecepatan alat ukur (instrumen) dalam menilai suatu objek penelitian. Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur dan diinginkan dengan tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Biasanya syarat

minimum uji validitas untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau r_s tabel = 0,3610. Jadi, apabila korelasi antara butir pernyataan dengan skor total kurang dari 0,3610 maka butir pernyataan dalam instrumen tersebut tidak valid.

Tabel 4.8
Estimasi Uji Validitas

Variabel	Butir Pernyataan	R hitung	Sig	r_s tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	KP1	0.851	0,000	0,3	Valid
	KP2	0.535	0.002	0,3	Valid
	KP3	0.583	0,001	0,3	Valid
	KP4	0.633	0,000	0,3	Valid
	KP5	0.543	0,002	0,3	Valid
	KP6	0.675	0,000	0,3	Valid
	KP7	0.718	0,000	0,3	Valid
	KP8	0.469	0,009	0,3	Valid
	KP9	0.604	0,000	0,3	Valid
	KP10	0.571	0,001	0,3	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	KK1	0.543	0,002	0,3	Valid
	KK2	0.693	0,000	0,3	Valid
	KK3	0.529	0,003	0,3	Valid
	KK4	0.695	0,000	0,3	Valid
	KK5	0.486	0,007	0,3	Valid
	KK6	0.654	0,000	0,3	Valid
	PK1	0.614	0,000	0,3	Valid

Kepuasan Konsumen (Y)	PK2	0.562	0,001	0,3	Valid
	PK3	0.432	0,017	0,3	Valid
	PK4	0.505	0,004	0,3	Valid
	PK5	0.475	0,008	0,3	Valid
	PK6	0.562	0,001	0,3	Valid
	PK7	0.402	0,028	0,3	Valid
	PK8	0.501	0,005	0,3	Valid
	PK9	0.625	0,000	0,3	Valid
	PK10	0.428	0,018	0,3	Valid
	PK11	0.498	0,005	0,3	Valid
	PK12	0.453	0,012	0,3	Valid
	PK13	0.588	0,001	0,3	Valid
	PK14	0.562	0,001	0,3	Valid

Sumber: Pengolahan SPSS (2020)

Penyebaran kuesioner khusus dalam uji validitas diberikan kepada 30 orang responden diluar dari sampel penelitian. Syarat minimum uji validitas untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau r_s tabel = 0,3. Jadi, apabila korelasi antara butir pernyataan dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir pernyataan dalam instrumen tersebut tidak valid. Berdasarkan data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan tersebut valid dan layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Selanjutnya butir instrumen yang telah valid di atas diuji reliabilitasnya dengan teknik *cronbuch alpha* yakni membandingkan nilai-nilai instrumen. Berikut ini sajian nilai reliabilitas untuk ketiga variabel (Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen) yaitu:

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1, X2, dan Y

Variabel	Nilai Reliabilitas	Status
Kualitas Produk (X1)	0.754	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0.749	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0.771	Reliabel

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel di atas, semua variabel di nyatakan reliabel. Hal ini dapat di lihat dari nilai variabel kualitas produk (X_1) sebesar $0,754 > 0,60$ untuk variabel kualitas pelayanan (X_2) sebesar $0,749 > 0,60$ dan variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar $0,771 > 0,60$. Berdasarkan hasil tersebut jika nilai reliabilitas semakin mendekati 1, maka instrumen penelitian semakin baik. Nilai reliabilitas instrumen di atas menunjukkan tingkat reliabilitas instrumen penelitian sudah memadai karena sudah mendekati 1 ($> 0,60$).

4.2.3 Uji Statistik

Uji statistik menggunakan model analisis regresi linear berganda menggunakan alat bantu aplikasi *Software SPSS 22.00 for Windows* dengan hasil persamaannya sebagai berikut :

Tabel 4.10
Analisis Linear Berganda

Model		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	11.164	2.521		4.429	.000		
	Kualitas Produk	.085	.027	.172	3.112	.002	.977	1.024
	Kualitas Pelayanan	.615	.043	.799	14.456	.000	.977	1.024

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Coefficients regresi diperoleh :

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

$$Y = 11.164 + 0.085 X_1 + 0.615 X_2 + e$$

- Konstanta diperoleh nilai 11.164 hal ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen (Y) bernilai konstan, variabel kualitas produk (X_1) bernilai 0.085, dan variabel kualitas pelayanan (X_2) bernilai 0.615 yang berarti positif.
- Koefisien variabel kualitas produk (X_1) diperoleh nilai 0.085, hal ini menunjukkan bahwa setiap perubahan variabel kualitas produk (X_1) sebesar 1%

maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen (Y) sebesar 11.164% dengan asumsi variabel kualitas pelayanan (X_2) dianggap tetap.

- c. Koefisien variabel kualitas pelayanan (X_2) diperoleh nilai 0.615, hal ini menunjukkan bahwa setiap perubahan variabel kualitas pelayanan (X_2) sebesar 1% maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen (Y) sebesar 11,164% dengan asumsi variabel kualitas produk (X_1) dianggap tetap.

4.3 Pengujian Asumsi Klasik

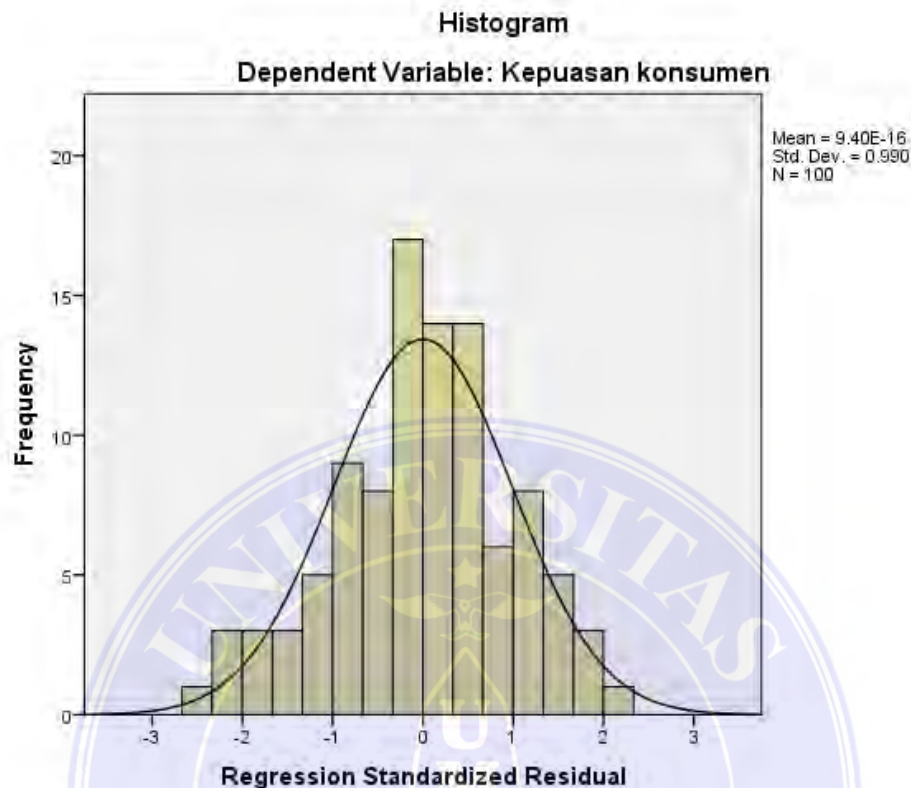
Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah alat ukur atau alat uji yang di gunakan efektif atau tidak. Oleh karena itu sebelum melakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik yang dimaksudkan untuk memastikan bahwa model regresi linear berganda dapat digunakan atau tidak.

a. Uji Normalitas

Untuk pengujian normalitas data dalam penelitian ini dideteksi melalui analisa grafik dan statistik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dengan SPSS.

- a. Histogram, yaitu pengujian dengan menggunakan ketentuan bahwa data normal berbentuk lonceng (*Bell shaped*). Data yang baik adalah data yang memiliki pola distribusi normal. Jika data menceng ke kanan atau menceng ke kiri berarti memberitahukan bahwa data tidak berdistribusi secara normal.

Hasil uji normalitas menggunakan histogram dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



Sumber: Pengolahan Data SPSS 2020
Gambar 4.2. Grafik Histogram

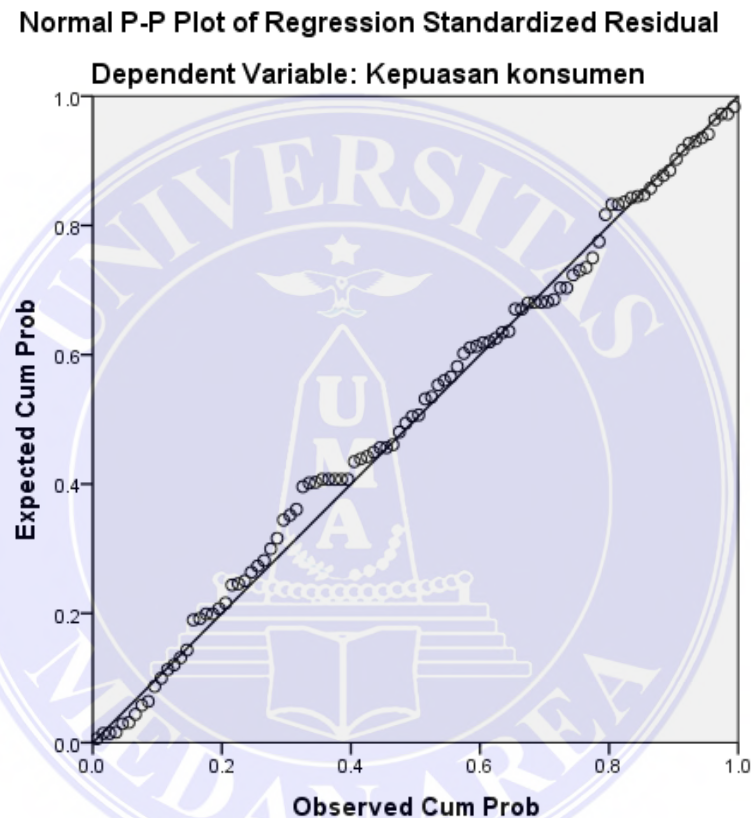
Berdasarkan gambar Gambar 4.2. diatas, histogram di atas menunjukkan bahwa data berdistribusi secara normal karena bentuk kurva memiliki kemiringan yang cenderung imbang dan kurva menyerupai lonceng. Maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut normal.

b. Grafik *Normality Probability Plot*, ketentuan yang digunakan adalah:

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Hasil uji normalitas menggunakan grafik *normality probability plot* dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Sumber: Pengolahan Data SPSS 2020
Gambar 4.3. Grafik normal probability

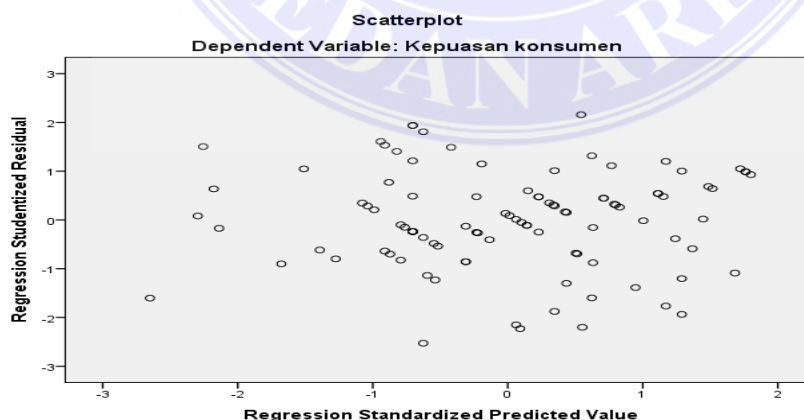
Gambar di atas menunjukkan bahwa *probability plot* memiliki pola distribusi normal karena pencairan data berada di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal tersebut. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas dan untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Glejser. Jika variabel independen tidak signifikan secara statistik dan tidak memengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi tidak terjadi heteroskedastisitas. Dasar yang digunakan untuk menentukan heteroskedastisitas antara lain :

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil dari uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik *scatterplot* berikut ini



Sumber: Pengolahan Data SPSS 2020
Gambar 4.4. Scatterplot

Gambar di atas grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dengan tidak adanya pola yang jelas serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas, sehingga model ini layak dipakai untuk memprediksi berdasarkan masukan variabel independen.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka terdapat masalah multikolinieritas. Pada model regresi yang baik tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Hasil pengujian multikolinieritas data dalam penelitian ini menggunakan alat bantu SPSS, hasilnya dapat dilihat pada Tabel berikut :

Tabel 4.11
Uji Multikolinieritas

		Unstandardized		Standardize	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		Coefficients		d			Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	11.164	2.521		4.429	.000		
	Kualitas Produk	.085	.027	.172	3.112	.002	.977	1.024
	Kualitas Pelayanan	.615	.043	.799	14.456	.000	.977	1.024

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai VIF untuk variabel independen dibawah nilai 5 bernilai 1.024 dan nilai tolerance dibawah nilai 1 bernilai 1.024 yang berarti tidak terjadi multikolinieritas sehingga model tersebut *reliable* sebagai dasar analisis.

4.4. Uji Hipotesis

a) Uji Parsial (Uji t)

Uji t statistik dimaksudkan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan, dengan tingkat keyakinan 5% ($\alpha = 0,05$). Kriteria pengujiannya adalah :

1. Jika nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka hipotesis ditolak. Hipotesis ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis diterima. Hipotesis tidak dapat ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen variabel terikat.

Tabel 4.12
Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.164	2.521		4.429	.000
Kualitas Produk	.085	.027	.172	3.112	.002
Kualitas Pelayanan	.615	.043	.799	14.456	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS diperoleh :

1. Variabel Bebas X_1 (Kualitas Produk).

Dapat diketahui hasil statistik uji t untuk variable kualitas produk menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Sunggal, hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 3,112 dan t tabel 1,984 dengan tingkat signifikansi 0,000 karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,112 > 1,984$), signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,085, dengan demikian uji ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Resto Ayam Penyet Cabe Hijau.

2. Variabel Bebas X_2 (Kualitas Pelayanan)

Dapat diketahui hasil statistik uji t untuk variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Sunggal, hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 14,456 dan t tabel 1,984 dengan tingkat signifikansi 0,015 karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($14,456 > 1,984$), signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,015 > 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,615, artinya positif dan signifikan, maka hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Resto Ayam Penyet Cabe Hijau.

b) Uji Simultan (Uji F)

Uji F, dengan maksud menguji apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$), Kriteria pengujiannya adalah :

- a) Jika nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka hipotesis ditolak. Hipotesis ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b) Jika nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis diterima. Hipotesis tidak dapat ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.13
Uji Simultan (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	462.256	2	231.128	118.939	.000 ^b
	Residual	188.494	97	1.943		
	Total	650.750	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

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

Dapat diketahui nilai diperoleh pada kolom sig $0.000 < 0.05$ artinya positif signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan dapat berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen di Resto Ayam Penyet Cabe Hijau.

c) Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil pengujian *Koefisien Determinasi* (R^2) adalah :

Tabel 4.14
Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.843 ^a	.710	.704	1.39400

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

b. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi, dapat dilihat nilai Adjusted R Square yang diperoleh sebesar 0,704. Angka tersebut menunjukkan bahwa sebesar 70,4%. Kepuasan Konsumen (variabel terikat) dapat dijelaskan oleh variabel faktor kualitas produk dan kualitas pelayanan. Sisanya sebesar 29,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

4.5 Hasil Pembahasan

Dari hasil pemaparan dan pembahasan pada masalah yang telah di uji pada program spss, maka rumusan pertanyaan dan hipotesis dalam penelitian ini telah terjawab dan diketahui hasilnya.

a. Kualitas Produk Berpengaruh Positif Terhadap Kepuasan Konsumen

Dapat diketahui hasil statistik uji t untuk variabel kualitas produk menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Resto Ayam Penyet Cabe Hijau, hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 3,112 dan t tabel 1,984 dengan tingkat signifikansi 0,000

karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,112 > 1,984$), signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,085, dengan demikian uji ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif pada kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Resto Ayam Penyet Cabe Hijau.

Kepuasan konsumen merupakan posisi aktual dimana perasaan konsumen melampaui ekspektasi atau harapan yang didapatkan dari manfaat produk, sebaliknya jika konsumen tidak merasakan kinerja dari produk yang tidak sesuai dengan harapannya maka mereka akan mengalami perasaan yang tidak terpuaskan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tias (2017) tentang: “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu” menyatakan bahwa kualitas produk juga memiliki peranan penting karena kualitas produk adalah hal pertama yang dinilai konsumen dan menjadikan suatu pengalaman yang dapat menarik pelanggan potensial apabila mereka merasa terpuaskan dengan produk tersebut. Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dan semakin meningkatkan kepuasan konsumen.

b. Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen hal ini dibuktikan dari nilai t_{hitung} sebesar 14,456 dan t_{tabel} 1,984 dengan tingkat signifikansi 0,015 karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($14,456 > 1,984$), signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,015 > 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,615, artinya positif dan signifikan, hipotesis yang

menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Resto Ayam Penyet Cabe Hijau.

Faktor kualitas pelayanan berpengaruh penting terhadap kepuasan konsumen. Pelayanan yang baik juga merupakan kunci penting dalam kesuksesan suatu bisnis atau perusahaan, maka penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan merupakan refleksi persepsi evaluatif terhadap pelayanan yang diterimanya pada waktu tertentu.

Hasil ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rosa (2019) tentang “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa” dalam pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

c. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat dilihat bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk adalah karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan gabungan dari keandalan, ketepatan, kemudahan, serta pemeliharaan dari suatu produk.

Kualitas produk memiliki peranan penting karena kualitas produk adalah hal pertama yang dinilai konsumen dan menjadikan suatu pengalaman yang dapat menarik konsumen apabila merasa terpuaskan dengan produk tersebut karena

konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas. Sedangkan kualitas pelayanan merupakan bentuk aktivitas penyajian produk atau jasa yang dilakukan perusahaan untuk memenuhi harapan dan keinginan konsumen.

Faktor-faktor di atas sangat memiliki hubungan erat dengan kepuasan konsumen karena dapat mendorong konsumen menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Sementara perusahaan memiliki kesempatan untuk mengetahui lebih baik kebutuhan dan harapan konsumen. Hasil penelitian Annisa (2018) tentang "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji KFC Basuki Rahmat Surabaya" juga mendukung pernyataan sebelumnya bahwa variabel kualitas produk dan variabel kualitas layanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan.

BAB V

Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan pada kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Resto Ayam Penyet Cabe Hijau, hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 3,112 dan t tabel 1,984 dengan tingkat signifikansi 0,015 karena t hitung $>$ t tabel ($3,112 > 1,984$), signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,015 > 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,085.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Resto Ayam Penyet Cabe Hijau, hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 14,456 dan t tabel 1,984 dengan tingkat signifikansi 0,015 karena t hitung $>$ t tabel ($14,456 > 1,984$), signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,015 > 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,615.
3. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi, dapat dilihat nilai Adjusted R Square yang diperoleh sebesar 0,704. Angka tersebut menunjukkan bahwa sebesar 70,4% kepuasan konsumen (variabel terikat) dapat dijelaskan oleh

variabel faktor kualitas produk dan kualitas pelayanan. Sisanya sebesar 29,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

5.2 Saran

1. Pada masa yang akan datang diharapkan perusahaan harus menambahkan varian menu lagi agar semakin banyak menarik minat dari konsumen (pengunjung) dan perusahaan juga harus meningkatkan mutu pelayanan terhadap konsumen.
2. Bagi peneliti yang akan datang sebaiknya menambahkan beberapa variabel atau indikator yang berhubungan dengan kepuasan konsumen juga menambahkan jumlah sampel dan populasi agar peneliti tersebut bisa mendapatkan hasil yang lebih baik lagi.
3. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen disarankan bagi pihak perusahaan untuk terus melakukan inovasi dan mengedepankan kepuasan konsumen terutama dalam hal kualitas produk dan bentuk pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan, 2013, *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*, PT. Buku Seru, Jakarta.
- Assauri, S. 2012. *Strategic Marketing Sustaining Lifetime Customer Value*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Annisa Fiazisyah. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk , Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji KFC Basuki Rahmat Surabaya*. e-journal Boga, Vol. 7, No. 2, Edisi Yudisium Kedua. Hal. 168-187.
- Anthony Hartanto dan Fransisca Andreani. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Lingkungan Fisik Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Di De Mandailing Cafe Surabaya*. Jurnal AGORA Vol. 7, No. 1.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Irawan, Handi. 2009. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elek Media Komputindo
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2009. Alih Bahasa : Benyamin Molan. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1 dan 2. Cetakan Keempat. PT. Indeks. Jakarta.
- Kotler, Phillip dan Gary Armstrong. 2010. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Salemba Empat, Jakarta.

- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2018. *Principles Of Marketing* (17th. ed). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Lovelock, C., J. Wirtz, & J. Mussry. 2010. *Pemasaran Jasa Jilid II*. (Terjemahan Dian Wulandari dan Devri Barnadi Putera). Jakarta: Erlangga. (Edisi asli diterbitkan tahun 2007 oleh Pearson Education, Inc. Upper Saddle River, New Jersey).
- Nia C. M. Saleleng. 2014. *Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel*. Jurnal EMBA Vol. 2, No.3, Hal. 1057-1067.
- Ngatmo, dan T. Brodoastuti, 2012, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada PT. Sido Muncul Semarang.
- Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Parasuraman, A. Valerie, 2001. (Diterjemahkan oleh Sutanto) *Delivering Quality Service*. The Free Press, New York.
- Peter dan Olson. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Rosa Lesmana. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa*. Jurnal Pemasaran Vol. 2, No. 2, Hal. 115-129.
- Shandy Widjoyo Putro. 2014. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 2, No. 1, Hal. 1-9.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.

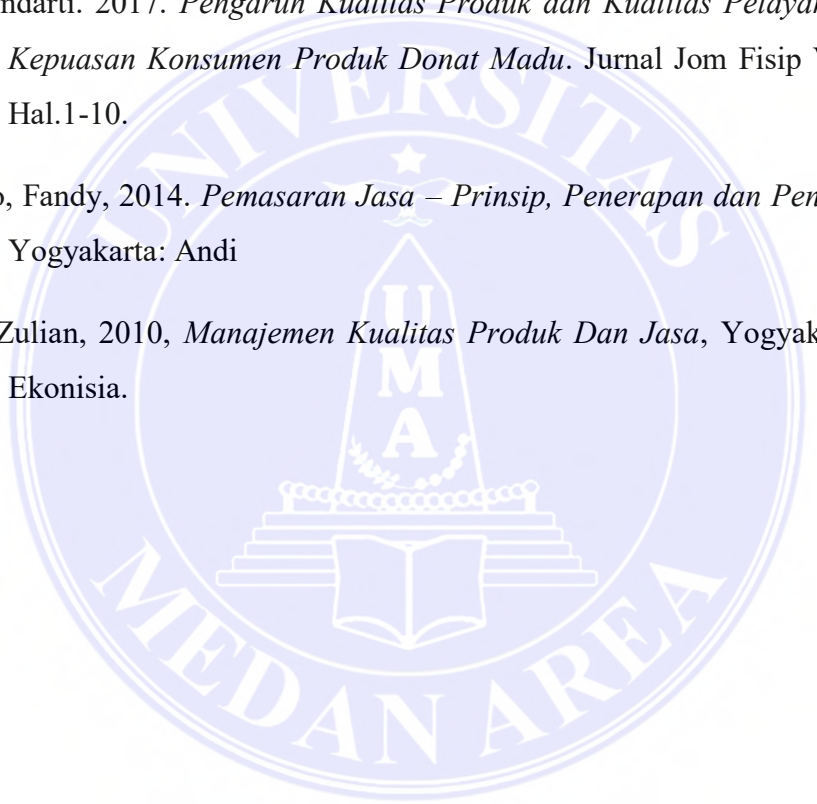
Sugiyono. 2017, *Metode Penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA

Sunyoto, Danang, 2013. *Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tias Windarti. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu*. Jurnal Jom Fisip Vol. 4, No. 2. Hal.1-10.

Tjiptono, Fandy, 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Ed. 1, Yogyakarta: Andi

Yamit, Zulian, 2010, *Manajemen Kualitas Produk Dan Jasa*, Yogyakarta, Penerbit Ekonisia.



VARIABEL TERIKAT KEPUASAN KONSUMEN (Y)

NO	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Kualitas Produk						
1	Konsumen merasa puas dengan kualitas produk yang disajikan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau					
2	Konsumen merasa puas dengan menu makanan yang bervariasi					
Harga						
3	Harga produk yang diberikan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau sesuai dengan kualitas produk					
4	Harga produk yang diberikan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau terjangkau untuk konsumen					
Kualitas Pelayanan						
5	Konsumen merasa puas dengan penyajian makanan yang cepat dan tepat					
6	Konsumen merasa puas dengan karyawan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau yang ramah dan sopan dalam merespon pesanan					
Faktor Emosional						
7	Konsumen merasa puas dengan kemampuan karyawan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau dalam menciptakan hubungan baik dengan konsumen					
8	Konsumen merasa puas dengan rasa dari produk yang disajikan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau					
Kemudahan Untuk Mendapatkan Produk Dan Jasa						
9	Konsumen merasa puas dengan informasi produk yang disampaikan karyawan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau					
10	Konsumen merasa puas dengan bentuk pelayanan yang diberikan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau					

VARIABEL BEBAS KUALITAS PRODUK (X1)

NO	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Kinerja						
1	Rasa makanan atau minuman yang disajikan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau tidak berubah dari yang sebelumnya					
2	Makanan atau minuman yang ditawarkan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau bersih, halal, dan enak					
Keistimewaan						
1	Resto Ayam Penyet Cabe Hijau memiliki konsep Tropical Garden yang membuat anda sejuk dan nyaman saat berkunjung					
2	Memiliki bebarapa spot foto dengan tema yang kekinian dan menarik					
Kehandalan						
1	Produk yang ditawarkan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau dibuat dengan bahan baku yang berkualitas					
2	Produk yang disajikan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau mempunyai rasa yang berbeda dibanding tempat lain					
Kesesuaian						
1	Harga produk yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk					
2	Porsi makanan atau minuman yang disajikan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau sesuai dengan keinginan anda					
Daya Tahan						
9	Makanan yang ditawarkan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau tidak bisa disimpan selama sehari-hari					
10	Rasa atau bentuk dari makanan tidak berubah walaupun dalam bentuk kemasan					

Pelayanan					
11	Pelayanan yang diberikan karyawan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau selalu ada peningkatan				
12	Resto Ayam Penyet Cabe Hijau memberikan perhatian kepada setiap kebutuhan anda				
Estetika					
13	Makanan atau minuman yang diberikan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau sudah sesuai dengan standar kelayakan produk				
14	Aroma dan rasa makanan yang disajikan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau berbeda dengan produk yang lain				
Persepsi Terhadap Kualitas					
15	Anda merasa mudah dalam memperoleh pelayanan dari karyawan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau				
16	Informasi produk yang disampaikan sesuai dengan kualitas produk				

VARIABEL BEBAS KUALITAS PELAYANAN (X2)

NO	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Bukti Langsung						
1	Resto Ayam Penyet Cabe Hijau memiliki tempat yang nyaman dan dekorasi yang menarik					
2	Karyawan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau berpenampilan bersih dan rapi					
Kehandalan						
3	Karyawan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau memiliki kemampuan dalam mengolah menu makanan dan minuman yang disajikan					
4	Karyawan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau cekatan dalam menangani kebutuhan akan pesanan anda					

Ketanggapan					
5	Anda tidak terlalu lama mengantri dalam memesan makanan ataupun minuman				
6	Ketika anda membutuhkan sesuatu karyawan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau memiliki waktu luang untuk membantu anda				
Jaminan					
7	Resto Ayam Penyet Cabe Hijau selalu menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman				
8	Anda merasa aman dan nyaman pada saat berada di Resto Ayam Penyet Cabe Hijau				
Empati					
9	Karyawan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial				
10	Karyawan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan anda				

L

A

M

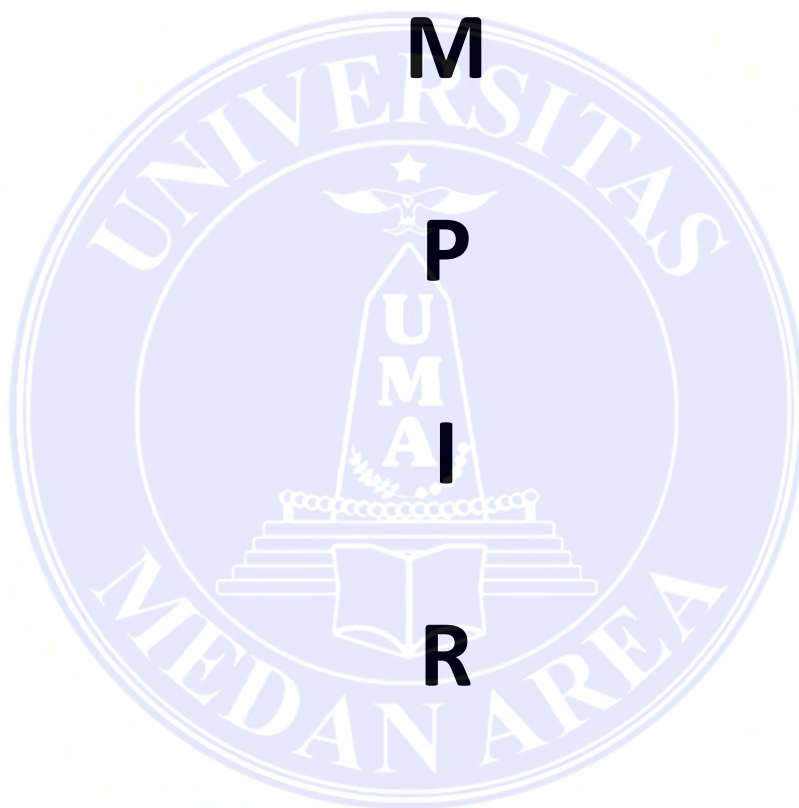
P

I

R

A

N



UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 14/1/21

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)14/1/21

LAMPIRAN

TABULASI PERNYATAAN KUALITAS PRODUK (X1)

NO	KUALITAS PRODUK																TOTAL
	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8	KP9	KP10	KP11	KP12	KP13	KP14	KP15	KP16	
1	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	74
2	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	74
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	74
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
6	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	77
7	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	67
8	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	67
9	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	76
10	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	72
11	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	79
12	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	61
13	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	77
14	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	67
15	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	72
16	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	69
17	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	71
18	5	4	4	5	3	5	4	5	4	5	5	3	5	5	3	5	70
19	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	67
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
22	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	79
23	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	69
24	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	77
25	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	67
26	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	73
27	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	72
28	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	67
29	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	78
30	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	69
31	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	74
32	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	74

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

71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
73	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	79
74	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	69
75	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	77
76	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	67
77	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	73
78	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	72
79	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	67
80	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	78
81	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	69
82	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	72
83	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	79
84	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	61
85	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	77
86	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	67
87	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	72
88	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	69
89	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	71
90	5	4	4	5	3	5	4	5	4	5	5	3	5	5	3	5	70
91	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	67
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
94	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	79
95	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	69
96	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	77
97	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	67
98	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	73
99	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	72
100	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	67

TABULASI PERNYATAAN KUALITAS PELAYANAN (X2)

NO	KUALITAS PELAYANANAN										TOTAL
	KP_1	KP_2	KP_3	KP_4	KP_5	KP_6	KP_7	KP_8	KP_9	KP_10	
1	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	46
2	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	46
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
6	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	47
7	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
8	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	43
9	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	48
10	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	44
11	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
12	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
13	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
14	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
15	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	46
16	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	43
17	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	45
18	5	4	4	5	3	5	4	5	4	5	44
19	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
22	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
23	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	44
24	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	47
25	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
26	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	45
27	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	46
28	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
29	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
30	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
31	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	46
32	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	46
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
34	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	46

35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
36	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	47
37	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
38	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	43
39	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	48
40	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	44
41	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
42	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	40
43	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	50
44	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	40
45	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	46
46	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	43
47	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	45
48	5	4	4	5	3	5	4	5	4	5	44
49	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	45
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
52	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	50
53	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	44
54	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	47
55	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
56	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	45
57	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	46
58	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
59	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
60	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
61	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	44
62	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
63	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
64	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
65	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
66	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	46
67	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	43
68	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	45
69	5	4	4	5	3	5	4	5	4	5	44
70	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
73	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
74	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	44

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 14/1/21

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)14/1/21

75	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	47
76	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
77	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	45
78	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	46
79	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
80	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
81	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
82	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	44
83	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
84	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
85	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
86	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
87	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	46
88	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	43
89	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	45
90	5	4	4	5	3	5	4	5	4	5	44
91	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
94	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
95	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	44
96	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	47
97	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
98	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	45
99	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	46
100	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42

TABULASI PERNYATAAN KEPUASAN KONSUMEN (Y)

NO	Kepuasan Konsumen										Total
	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8	KP9	KP10	
1	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	47
2	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	45
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
6	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	45
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
8	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	47
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
10	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	43
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
15	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	47
16	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	43
17	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	47
18	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	45
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
20	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48
21	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
23	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	45
24	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	45
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
26	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	42
27	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	48
28	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
30	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	43
31	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	47
32	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	45
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
34	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	45

35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
36	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	45
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
38	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	47
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
40	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	43
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
45	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	47
46	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	43
47	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	47
48	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	45
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
50	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48
51	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
53	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	45
54	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	45
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
56	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	42
57	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	48
58	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
60	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	43
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
62	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48
63	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
65	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	45
66	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	45
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
68	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	42
69	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	48
70	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
72	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	43
73	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	47
74	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	45

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 14/1/21

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)14/1/21

75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
76	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	45
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
78	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	45
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
80	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48
81	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
83	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	45
84	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	45
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
86	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	42
87	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	48
88	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
90	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	43
91	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	47
92	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	45
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
94	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	45
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
96	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	45
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
98	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	47
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
100	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	43

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk ^b		Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

b. All requested variables entered.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.164	2.521		4.429	.000
	Kualitas Produk	.085	.027	.172	3.112	.002
	Kualitas Pelayanan	.615	.043	.799	14.456	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	462.256	2	231.128	118.939	.000 ^b
	Residual	188.494	97	1.943		
	Total	650.750	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

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

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.843 ^a	.710	.704	1.39400

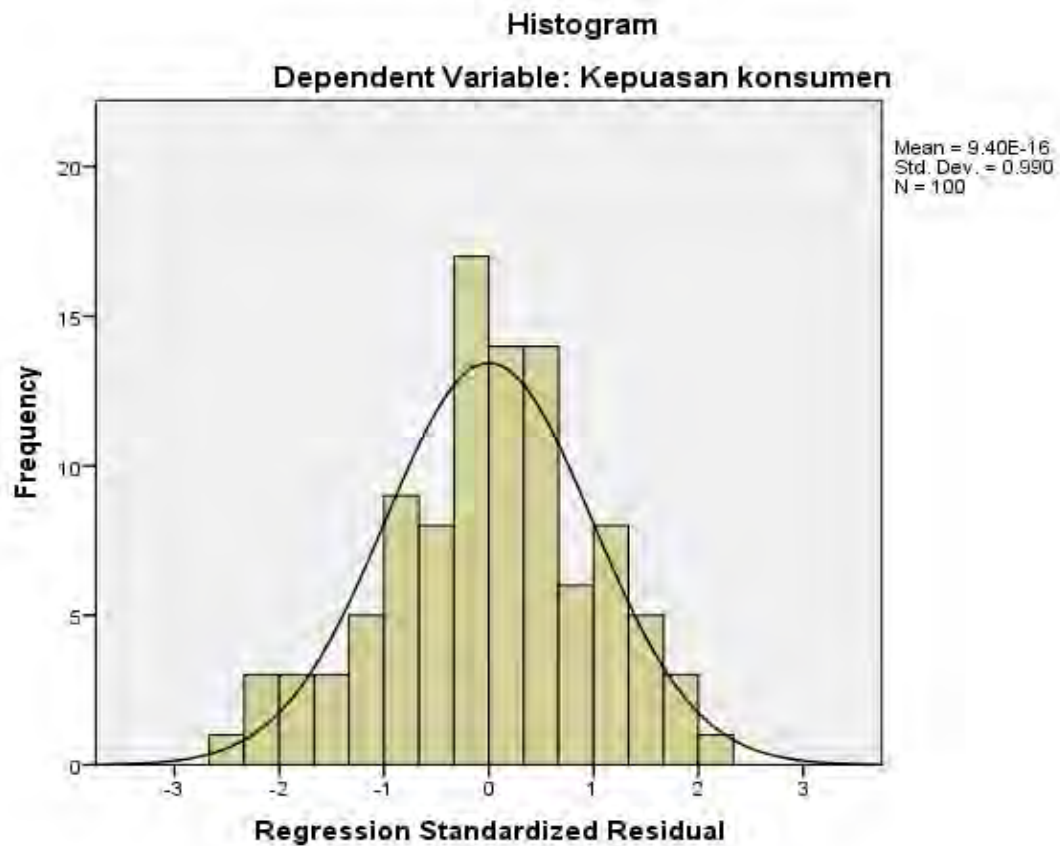
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

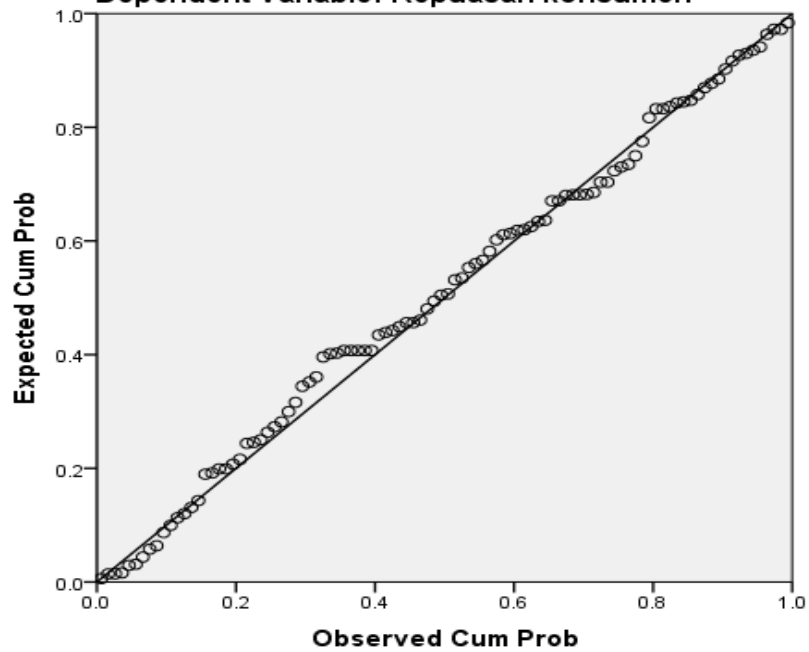
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	39.1241	48.7410	44.8500	2.16084	100
Residual	-3.49727	2.97599	.00000	1.37985	100
Std. Predicted Value	-2.650	1.801	.000	1.000	100
Std. Residual	-2.509	2.135	.000	.990	100

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variable: Kepuasan konsumen



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	11.164	2.521		4.429	.000		
	Kualitas Produk	.085	.027	.172	3.112	.002	.977	1.024
	Kualitas Pelayanan	.615	.043	.799	14.456	.000	.977	1.024

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

