

**GAMBARAN KEPUASAN KONSUMEN DI WARNET ROYAL
FLUSH NET DAN DR NET**

SKRIPSI

Diajukan Sebagian Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Psikologi
Universitas Medan Area

OLEH:

BONA SAHAT KRISANTUS SIANTURI

18.860.0018



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

2023

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 27/3/23

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)27/3/23

**LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI
GAMBARAN KEPUASAN KONSUMEN DI WARNET ROYAL
FLUSH NET DAN DR NET**

Dipreparasikan dan disusun oleh
Bona Sahat Krisantus Sianturi
18.860.0018

Telah Dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal, 06 Januari 2023
Susunan Dewan Penguji

Ketua



(Nini Sri Wahyuni, S.Psi, M.Psi, Psikolog)

Sekretaris



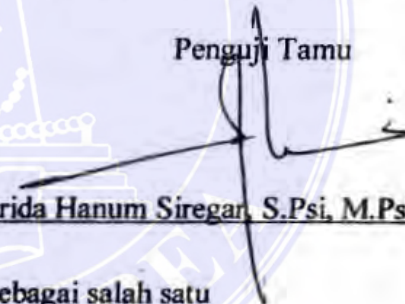
(Cut Sarah, S.Psi, M.Psi, Psikolog)

Pembimbing



(Merri Hafni, S.Psi, M.Si, Psikolog)

Penguji Tamu



(Farida Hanum Siregar, S.Psi, M.Psi, Psikolog)

Skripsi ini diterima sebagai salah satu
Persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana
Tanggal, 06 Januari 2023

Kepala Bagian



(Arief Fachrian, S.Psi, M.Psi)

Mengetahui

Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area



LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bona Sahat Krisantus Sianturi
NIM : 188600018
Tahun Terdaftar : 2023
Program : Psikologi Industri dan Organisasi

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dengan demikian saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi dan apabila dokumen ilmiah Skripsi ini di kemudian hari terbukti merupakan plagiasi dari hasil karya orang lain dan/atau dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat yang merupakan hasil karya penulis lain, maka penulis bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum yang berlaku.

Medan, 06 Januari 2023



(Bona Sahat Krisantus Sianturi)

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

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

Nama : Bona Sahat Krisantus Sianturi
NPM : 18.860.0018
Program Studi : Ilmu Psikologi
Fakultas : Psikologi
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Gambaran Kepuasan Konsumen di Warnet Royal Flush Net dan DR Net**, beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan
Yang menyatakan

(Bona Sahat Krisantus Sianturi)

GAMBARAN KEPUASAN KONSUMEN DI WARNET ROYAL FLUSH NET DAN DR NET

Bona Sahat Krisantus Sianturi

18.860.0018

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gambaran kepuasan konsumen yang bermain *game* di warnet Royal Flush Net dan DR Net. Sampel dalam penelitian ini adalah 74 orang yang bermain *game* di warnet Royal Flush Net dan DR Net yang didapat dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Adapun instrumen penelitian ini menggunakan satu skala, yaitu skala kepuasan konsumen. Skala kepuasan konsumen dalam penelitian ini diformat menggunakan skala Likert dengan 4 pilihan respon. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif. Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini adalah yakni sebanyak 71,6% dari 74 orang konsumen yang bermain *game* di warnet Royal Flush Net dan DR Net sudah merasakan kepuasan terhadap warnet. Dari hasil yang didapatkan juga diketahui bahwa tingkat kepuasan konsumen paling tinggi pada kategori *Performance* yang menyumbang kepuasan bagi konsumen sebesar 35,79%. Kemudian tingkat kepuasan konsumen paling rendah berada pada kategori *Expectation* yang menyumbang kepuasan bagi konsumen sebesar 9,98%.

Kata kunci: Kepuasan konsumen

DESCRIPTION OF OF CONSUMER SATISFACTION IN INTERNET CAFE ROYAL FLUSH NET AND DR NET

Bona Sahat Krisantus Sianturi

18.860.0018

ABSTRACT

This study aims to find out how the description of consumer satisfaction who play games at the Royal Flush Net and DR Net internet cafes. The sample in this study were 74 players who played games at the internet cafe Royal Flush Net and DR Net obtained using a accidental sampling technique. The research instrument uses one scale, namely the consumer satisfaction scale. The consumer satisfaction scale in this study was formatted using a Likert scale with 4 response options. The data analysis technique used in this research is descriptive analysis technique. The results obtained in this study are as many as 71,6% of the 74 consumers who played games at the Royal Flush Net and DR Net internet cafes had felt satisfaction with the internet cafe. From the results obtained, it is also known that the highest level of customer satisfaction is in the Performance category, which is 35.79% satisfaction for consumers. Then the lowest level of consumer satisfaction is in the Expectation category which contributes to customer satisfaction of 9.98%.

Keyword: Consumer satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, peneliti akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan di Warnet Royal Flush Net dan DR Net”. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Psikologi di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Peneliti mengucapkan terimakasih tak terhingga kepada kedua orang tua, Ayahanda Martin Madan Halomoan Simatupang dan Ibunda Selvina Situmeang yang sudah membesarkan dengan penuh kasih sayang yang berlimpah, mendidik dengan mengajarkan nilai-nilai hidup yang baik dan memberikan dukungan penuh kepada peneliti hingga sampai pada tahap ini. Pada kesempatan ini, peneliti juga berterimakasih pada:

1. Bapak Drs. M. Erwin Siregar, MBA selaku Yayasan H. Agus Salim Universitas Medan Area.
2. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
3. Bapak Hasanuddin, Ph.D selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.
4. Ibu Merri Hafni S.Psi, M.Si, Psikolog selaku dosen pembimbing skripsi atas segala bimbingan, arahan, saran yang diberikan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik serta dukungan moral yang selalu disampaikan kepada peneliti yang membuat peneliti tetap semangat dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

5. Ibu Farida Hanum Siregar, S.Psi, M.Psi, Psikolog dan Ibu Nini Sri Wahyuni S.Psi, M.Psi, Psikolog selaku dosen penguji serta Ibu Cut Sarah S.Psi, M.Psi, Psikolog selaku sekretaris seminar.
6. Seluruh dosen dan staf Fakultas Psikologi yang telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada peneliti selama perkuliahan.
7. Kepada Pak Andre Hasundungan Lubis S.Ti yang sudah membimbing dan memberikan pengarahan tentang bagaimana cara mengoperasikan aplikasi pengolahan data statistik SPSS kepada peneliti.
8. Kepada pemilik warnet Royal Flush Net dan juga DR Net yang sudah memberikan izin kepada peneliti untuk melaksanakan penelitian di warnet tersebut.
9. Kepada rekan-rekan sesama OP warnet yang turut membantu peneliti saat terjun meneliti langsung ke warnet.
10. Teruntuk sahabat sekaligus *ito*, Rahmayani Simatupang yang sudah banyak mendukung peneliti secara moral serta dukungan lainnya yang sangat berharga selama proses penulisan skripsi ini dilakukan.
11. Teman-teman seperjuangan, Siti, Laila serta teman-teman kelas yang turut memberikan dukungan kepada peneliti. Khususnya kepada Linni yang sudah banyak membantu peneliti dari awal hingga selesainya skripsi ni.
12. Teruntuk kekasih, Mungly Leony yang sudah menemani, mendukung dan menjadi orang yang berharga bagi peneliti hingga akhir penyusunan skripsi ini.

13. Seluruh pihak yang telah memberikan banyak bantuan kepada peneliti dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa dapat memberikan balasan atas kebaikan-kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti baik di dunia maupun di akhirat kelak. Penulis menyadari bahwa masih banyak kesalahan yang terdapat dalam karya tulis ini dan mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan skripsi nantinya.



Medan, 06 Januari 2023

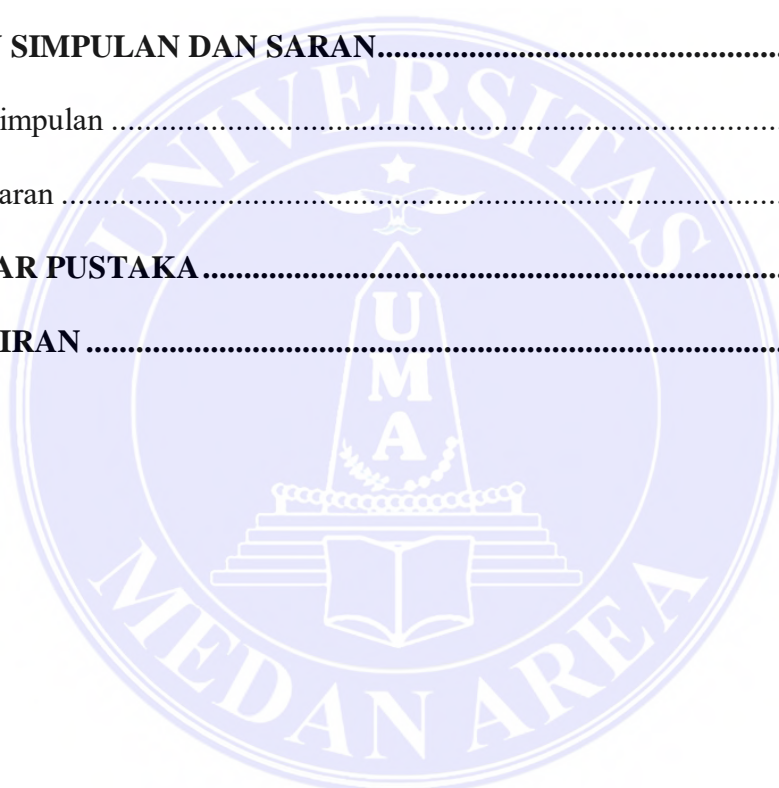
Bona Sahat krisantus sianturi
18.860.0018

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	ii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian	9
F. Manfaat Penelitian	10
1. Manfaat Teoritis	10
2. Manfaat Praktis	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Kepuasan Konsumen	11
1. Pengertian kepuasan konsumen	11
2. Faktor-faktor kepuasan konsumen	12
3. Aspek-aspek kepuasan konsumen.....	14
B. Gambaran Kepuasan Konsumen	16
C. Kerangka Konseptual	18
BAB III METODE PENELITIAN	19
A. Tipe Penelitian.....	19
B. Identifikasi Variabel Penelitian	19
C. Definisi Operasional Penelitian.....	20
D. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	20
E. Metode Pengumpulan Data	21
F. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	21
1. Validitas.....	21
2. Reliabilitas	22
G. Metode Analisis Data.....	22
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	24
A. Orientasi Kanchah Penelitian.....	24
B. Persiapan Penelitian	24
1. Persiapan administrasi	24
2. Persiapan alat ukur	25
3. Uji coba alat ukur.....	25

4. Hasil uji coba alat ukur.....	26
C. Pelaksanaan Penelitian	27
D. Analisis Data dan Hasil Penelitian	28
1. Analisis deskriptif	29
2. Perbandingan mean hipotetik dan mean empirik.....	32
E. Pembahasan	34
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	39
A. Simpulan	39
B. Saran	40
DAFTAR PUSTAKA.....	42
LAMPIRAN	44



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Nilai untuk Jawaban <i>Favourable</i> dan <i>Unfavourable</i>	21
Tabel 4.1 Distribusi Butir Skala Kepuasan Konsumen Sebelum Uji Coba .	26
Tabel 4.2 Distribusi Butir Skala Kepuasan Konsumen Setelah Uji Coba ...	27
Tabel 4.3 Descriptive Statistics	29
Tabel 4.4 Rangkuman Hasil Analisa Frekuentif Kepuasan Konsumen.....	29
Tabel 4.5 Rangkuman Hasil Ananlisis Deskriptif Frekuentif Aspek Kepuasan Konsumen.....	31
Tabel 4.6 Rangkuman Hasil Perhitungan Mean Hipotetik dan Mean Empirik.....	34

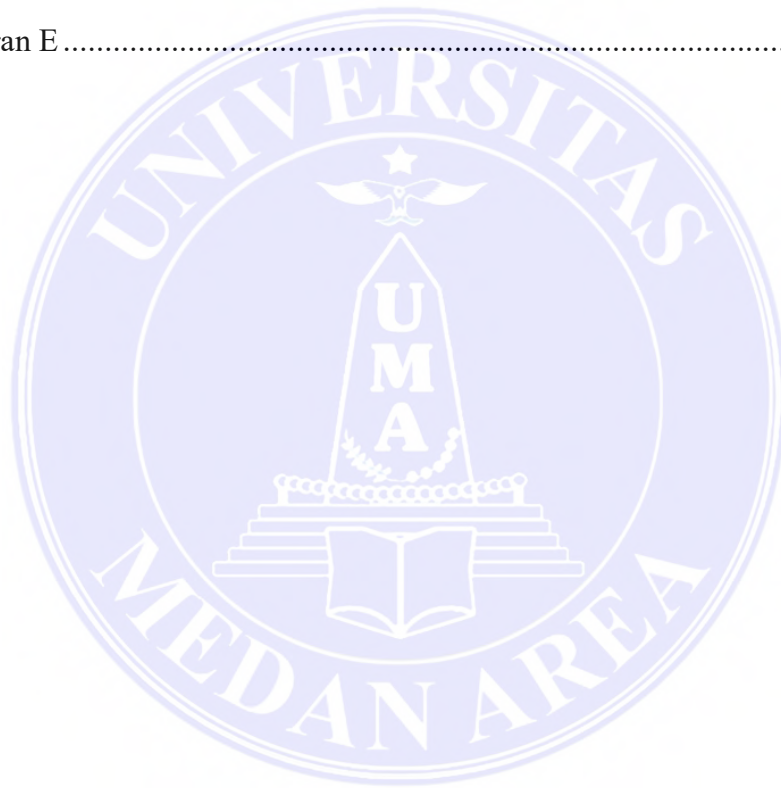
DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Diagram Frekuensi Kepuasan Konsumen..... 32



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A.....	45
Lampiran B.....	49
Lampiran C.....	60
Lampiran D.....	65
Lampiran E.....	70



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman yang semakin canggih sangat berdampak bagi kehidupan manusia dari berbagai sisi. Termasuk dalam hal bagaimana individu mencari hiburan bagi mereka. Hiburan bisa berupa hal-hal yang menyenangkan bersama keluarga maupun hiburan untuk diri sendiri dengan menikmati fasilitas-fasilitas yang tersedia di zaman ini. Mencari hiburan bagi diri sendiri dapat mengurangi rasa stres dalam diri kita. Stres merupakan sebuah reaksi yang wajar yang bisa dirasakan semua orang ketika berada pada situasi tertekan (Hafni & Sairah, 2021). Bagi sebagian orang cukup dengan menyendiri sambil bermain *gadget* atau bermain *game online* di komputer atau *laptop* sudah cukup untuk menjadi penghibur dari tekanan stres mereka. Namun, terdapat juga beberapa orang yang memilih untuk datang bermain *game online* di warnet karena warnet menyediakan layanan komputer yang bisa dipakai oleh orang-orang untuk bermain. Warnet kemudian menjadi salah satu peluang bisnis pada sektor jasa dengan potensial pasar yang semakin berkembang (Raharjo, dkk, 2014).

Warnet memberikan berbagai fitur yang bisa menjadi sarana hiburan bagi para konsumen mereka. Mulai dari komputer mereka yang sudah dimodifikasi sedemikian rupa agar konsumen mereka bisa memainkan *game* yang tersedia dengan nyaman sehingga merasa puas saat bermain di warnet tersebut. Warnet menyediakan berbagai *game* bagi konsumen mereka, mulai dari *game* berbasis

tembak-menembak atau lebih dikenal dengan istilah *game* FPS (*First Person Shooter*) hingga *game-game* yang mengasah kreativitas seperti *minecraft* dan lain-lain. Di kedua warnet tersebut baik Royal Flush Net maupun DR Net hampir menyediakan *game* yang sama bagi pelanggan mereka. Contohnya seperti *game* DotA2 yang dimana *game* tersebut berbasis pada bagaimana pemain dapat bermain bersama tim untuk membentuk kerjasama yang baik dalam mengalahkan strategi musuh. Dibutuhkan *skill* dan kemampuan memikirkan strategi yang baik agar mampu memecahkan strategi lawan bermain.

Game yang membutuhkan strategi tidak hanya memberikan kesenangan bagi para pemain, namun pemain juga dapat mengasah kemampuan mereka dalam menilai situasi dan memikirkan cara untuk menyelesaikan masalah yang dihadapinya saat bermain. Adapun contoh *game* yang lain adalah *game* War Thunder yang dimana *game* yang satu ini berbasis pada alutsista militer yang didalamnya dirancang sedemikian rupa agar terlihat mirip dan bekerja selayaknya alutsista tersebut di dunia nyata. *Game* ini juga dapat memberikan wawasan tentang berbagai alat utama sistem senjata (alutsista) yang terdapat di dalamnya. Mulai dari tahun produksi dari alutsista tersebut hingga sejarah kapan, dimana dan hingga kapan alutsista tersebut terakhir digunakan oleh sebuah negara. Fitur yang diberikan oleh *game* tersebut akan berharga dan bermanfaat bagi orang-orang yang memiliki ketertarikan pada alutsista militer.

Orang-orang yang bermain *game* tertentu dapat dipastikan bahwa mereka memiliki ketertarikan terhadap *game* itu sendiri. Pemilik warnet yang menyediakan berbagai *game* tersebut tentunya sudah memikirkan dan mengobservasi *game* apa

saja yang biasanya banyak diminati oleh pelanggan mereka. Misalnya saja pemilik warnet Royal Flush Net dan juga DR Net yang akan dengan tanggap menambahkan *game-game* populer di komputer warnet mereka dan mereka juga menerima *request game* yang diminta oleh pelanggan mereka. *Game* yang biasanya diminta oleh pelanggan mereka akan dengan segera disediakan agar pelanggan bisa bermain di warnet tersebut.

Game online yang disediakan oleh pemilik warnet tidak semuanya dapat berdampak buruk bagi para pemainnya. *Game online* bisa menambah dan mengasah aktivitas otak yang dimana hal itu merupakan salah satu dampak positif dari bermain game itu sendiri (Zurich, 2019). Seperti misalnya *game* DotA2 dan War Thunder tersebut yang memiliki manfaat tersendiri bagi orang yang memainkannya, terdapat juga *game* yang berdampak positif bagi pemainnya. Untuk di warnet Royal Flush Net dan DR Net sendiri yang berdiri tepat bersebelahan dapat terlihat bahwa *game* yang disediakan hampir keseluruhannya sama. *Game* yang disediakan oleh pemilik warnet tersebut dapat diklasifikasikan ke dalam dua jenis, yaitu *game* yang lebih banyak memberikan dampak positif dan *game* yang lebih banyak memberikan dampak negatif. Warnet Royal Flush Net dan DR Net hingga saat ini terlihat masih lebih banyak menyediakan *game-game* yang memberikan dampak positif bagi pemainnya.

Pemilik warnet juga tidak hanya memikirkan tentang *game-game* yang memberikan dampak positif dari *game* itu sendiri, namun pemilik warnet juga turut memperhatikan aturan-aturan yang melarang para siswa yang masih memakai seragam sekolah di jam sekolah untuk bermain di warnet mereka. Hal tersebut dapat

dilihat sebagai tindakan baik dari pemilik warnet untuk mencegah para siswa untuk bolos sekolah dan bermain di warnet. Kebijakan tersebut juga dapat membantu orang tua murid dan pihak sekolah dengan mengurangi pilihan tempat untuk bolos sekolah dan mungkin akan mengurangi niat bolos mereka karena tidak banyak lagi tempat yang bisa menjadi tujuan mereka ketika bolos sekolah.

Warnet yang menyediakan *game online* memiliki banyak peminat dari berbagai kalangan usia. Hal ini karena peminat *game online* tidak hanya berasal dari kalangan anak kecil saja, namun juga remaja hingga kalangan dewasa (Ramadhani, 2013). Anak remaja yang dimaksud termasuk juga siswa sekolah. Namun dengan adanya larangan dari pemilik warnet Royal Flush Net dan juga DR Net yang menyaring anak remaja yang masih mengenakan seragam sekolah di jam sekolah membuat kedua warnet ini tidak dikunjungi oleh siswa-siswa tersebut.

Mereka yang bermain *game online* di warnet datang dengan membawa ekspektasi tersendiri yang mereka harapkan dapat dipenuhi oleh pemilik warnet. Konsumen yang hendak bermain di warnet pastinya membangun harapan-harapan tertentu, berharap akan mendapatkan harga tarif *biling* yang murah dan mendapatkan pelayanan yang baik dari operator warnet. Hal ini karena pada dasarnya sebelum melakukan konsumsi, konsumen sudah terlebih dahulu menyusun ekspektasi tentang apa yang hendak dikonsumsi (Kotler dalam Arbi, 2017). Ekspektasi-ekspektasi tersebut secara sadar dan tidak sadar telah mereka bentuk bahkan sebelum bermain di warnet. Warnet Royal Flush Net dan DR Net yang masih bertahan di tengah gempuran pandemi berusaha sebisa mungkin memenuhi ekspektasi pelanggan mereka. Namun pada kenyataannya hal tersebut

bukanlah perkara mudah untuk dilakukan, masih banyak dari pelanggan mereka yang merasa bahwa harapan mereka saat bermain di antara kedua warnet tersebut tidak sepenuhnya terpenuhi. Seperti misalnya saat mereka ingin bermain *game* ke warnet tersebut, ternyata ada kendala pada koneksi jaringan yang membuat mereka kemudian tidak bisa bermain *game online* yang mereka ingin mainkan disana.

Saat mereka bermain di warnet, mereka mengharapkan bisa memuaskan hasrat mencari hiburan mereka disana. Seperti yang diungkapkan oleh Indrasari (2019) dimana pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen saat melakukan konsumsi merupakan hal yang mempengaruhi rasa kepuasan. Konsumen ingin bermain hingga mereka merasa puas, puas karena telah bermain hingga waktu tertentu, puas karena *game online* yang mereka mainkan menyenangkan, serta puas karena komputer yang mereka gunakan untuk bermain *game* bekerja dengan baik atau tidak mengalami gangguan yang membuat mereka kemudian tidak menikmati *game* yang mereka mainkan. Ketika bermain di warnet, mereka bisa merasakan kinerja komputer dan kestabilan jaringan ketika bermain, merasakan langsung kemampuan operator warnet dalam menangani keluhan dari konsumen, merasakan pelayanan yang diberikan oleh pemilik warnet dan operatornya serta mendapatkan jaminan *biling* dari pemilik warnet agar *biling* yang mereka miliki bisa disimpan untuk dimainkan di lain waktu di hari yang sama. Sayangnya masih terdapat kendala yang dirasakan pelanggan seperti koneksi jaringan yang tiba-tiba mengalami gangguan atau bahkan komputer yang tidak sanggup untuk memproses *game* tertentu sehingga pelanggan baru yang ingin bermain *game* tersebut tidak bisa memainkan *game* nya di antara warnet Royal Flush Net atau DR Net.

Setelah merasakan kinerja dari warnet tersebut, kemudian konsumen akan membandingkannya dengan harapan-harapan mereka sebelumnya. Dimana Indrasari (2019) mengatakan bahwa apabila kualitas tidak melebihi atau bahkan tidak memenuhi harapan dan kebutuhan mereka, mereka tidak akan dapat mencapai rasa puas itu sendiri. Namun, apabila konsumen merasakan kinerja dari warnet yang baik dan sesuai dengan harapan mereka, selanjutnya mereka akan merasakan kelebihan dari warnet dan mereka akan merasa puas dan menegaskan dalam diri mereka bahwa mereka mendapatkan kepuasan setelah bermain *game* di warnet. Kebanyakan pelanggan pada kedua warnet tersebut merupakan orang-orang yang tinggal dekat dengan lokasi warnet dan hanya sedikit yang datang dari daerah yang jauh dari warnet. Ketika mereka sudah merasakan kelebihan warnet tersebut, mereka akan merasa puas dengan warnet dan berminat untuk bermain kembali di warnet tersebut. Namun untuk konsumen yang lokasinya dekat dan memilih bermain di antara kedua warnet tersebut cenderung mengabaikan rasa tidak puas yang mereka rasakan. Mereka tetap bermain *game* di warnet tersebut tanpa memikirkan bahwa benar mereka akan puas atau sebaliknya bila bermain disana. Mereka mengabaikan keyakinan mereka akan kepuasan yang bisa mereka dapatkan saat bermain *game online* di warnet.

Mereka yang semakin merasakan ketidaksesuaian berdasarkan harapan mereka dengan yang mereka rasakan setelah bermain di warnet tersebut akan semakin merasa kepuasan yang mereka impikan tidak tercapai. Ketika konsumen tidak merasakan kelebihan atau ketidakseuaian dari warnet tersebut, mereka akan merasa kecewa dengan warnet dan selanjutnya mereka akan mencari dan bahkan

beralih ke warnet lain. Ada beberapa pelanggan yang awalnya bermain di warnet Royal Flush Net kemudian beralih ke warnet di sebelahnya dikarenakan alasan tertentu dan begitupun sebaliknya. Hal tersebut biasanya didasari oleh kejadian-kejadian yang membuat mereka merasakan ketidaksesuaian antara harapan mereka dengan apa yang akhirnya mereka dapatkan setelah bermain disana.

Namun, mereka yang sudah menjadi pelanggan lama di salah satu warnet biasanya akan tetap bermain di warnet tersebut dan tidak pindah ke warnet di sebelahnya. Misalnya seseorang yang sudah menjadi pelanggan di Royal Flush Net selama lima tahun, dia akan bertahan di warnet itu dan tidak akan bermain di DR Net walaupun tepat bersebelahan karena mereka merasa lebih nyaman bermain disana. Namun demikian, masih ada beberapa orang yang akhirnya beralih dari warnet yang satu ke warnet yang satunya lagi. Hal itu bisa dipicu karena di warnet yang satu pelayanan yang dia dapatkan lebih baik atau karena komputer di warnet sebelah lebih baik daripada komputer yang dimiliki oleh warnet sebelumnya atau bisa juga dikarenakan hal sepele seperti masalah adanya sengatan listrik kecil pada *keyboard* yang diakibatkan *grounding* yang belum diinstalasi. *Grounding* merupakan suatu kabel tersendiri yang dipasang pada instalasi listrik menuju titik tanah dan tidak menyambung secara langsung pada kabel-kabel lain pada instalasi listrik tersebut (Hatekdis, 2020). *Grounding* tersebut bisa menjadi cara untuk menghantarkan kebocoran arus listrik yang ada di warnet sehingga tidak menyebabkan setrum-an-setrum-an kecil pada *keyboard* yang digunakan pelanggan.

Dalam beberapa penelitian terdahulu, sudah banyak peneliti yang melakukan penelitian terkait kepuasan konsumen. Misalnya saja dalam penelitian

yang dilakukan oleh Kusumawati (2015) mengenai analisis pengaruh dari kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan dengan kualitas produk, mereka menyimpulkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa rangkaian bunga *bouquet*. Gambaran yang didapatkan adalah bahwasanya kepuasan konsumen dapat membangkitkan rasa loyal dari para pelanggan di suatu perusahaan, termasuk untuk perusahaan seperti warnet.

Warnet Royal Flush Net dan DR Net dipilih oleh peneliti untuk menjadi tempat penelitian dikarenakan kedua warnet ini menjadi warnet yang masih beroperasi di tengah banyaknya usaha warnet lain yang harus gulung tikar, memiliki banyak pelanggan dan tepat bersebelahan yang kemudian mengundang lebih banyak orang untuk bermain disana. Pada awal pandemi, kedua warnet ini harus ditutup karena adanya peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah untuk membatasi kegiatan usaha yang berpotensi untuk menimbulkan keramaian. Penutupan tersebut tentunya berakibat kehilangan orang-orang yang bermain di warnet. Namun, saat ini warnet Royal Flush Net dan DR Net mampu bangkit dan kembali ramai dikunjungi oleh pelanggan dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan yang berlaku.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti kemudian tertarik untuk mengetahui bagaimana gambaran kepuasan konsumen di warnet Royal Flush Net dan DR Net.

B. Identifikasi Masalah

Kepuasan yang dirasakan oleh konsumen dapat ditingkatkan dengan memperhatikan kualitas dari produk atau jasa yang disediakan agar sebisa mungkin

memberikan kinerja yang baik yang sesuai dengan ekspektasi atau bahkan melebihi ekspektasi dari konsumen. Untuk melihat bagaimana kepuasan konsumen tersebut terpenuhi dapat dilihat dari bagaimana respon dari setiap konsumen mereka, tidak terkecuali pada warnet yang menjadi fokus dalam penelitian ini. Ketika konsumen sudah semakin merasakan ketidak sesuaian antara apa yang mereka harapkan dengan apa yang mereka rasakan maka mereka sebagai konsumen akan semakin merasakan ketidakpuasan terhadap warnet.

C. Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi untuk melihat bagaimana gambaran dari kepuasan yang dirasakan oleh konsumen yang bermain di warnet Royal Flush Net dan juga DR Net. Subjek dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang bermain *game* di kedua warnet tersebut di saat penelitian dilakukan.

D. Rumusan Masalah

Penelitian ini berfokus untuk mengetahui “Bagaimana gambaran dari kepuasan konsumen di warnet Royal Flush Net dan DR Net”.

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mencari tahu bagaimana gambaran dari kepuasan yang dirasakan konsumen yang bermain *game* di warnet Royal Flush Net dan DR Net.

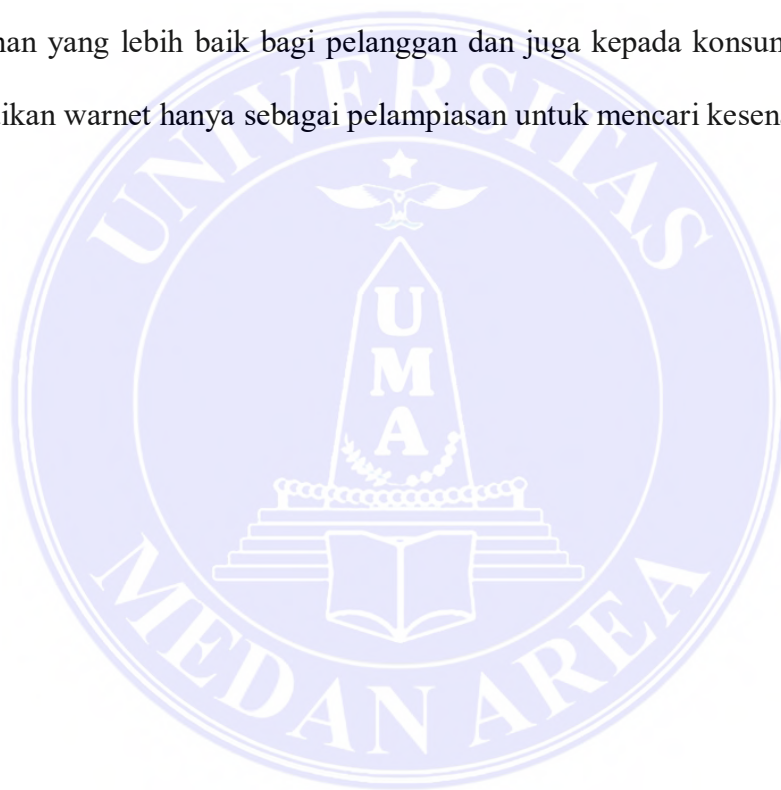
F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Diharapkan mampu mengembangkan ilmu pengetahuan psikologi, khususnya di bidang Psikologi Industri dan Organisasi.

2. Manfaat praktis

Diharapkan dapat bermanfaat bagi pemilik warnet agar dapat memberikan pelayanan yang lebih baik bagi pelanggan dan juga kepada konsumen agar tidak menjadikan warnet hanya sebagai pelampiasan untuk mencari kesenangan semata.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kepuasan Konsumen

1. Pengertian kepuasan konsumen

Kepuasan menjadi faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang terhadap produk yang ditawarkan perusahaan (Indrasari, 2019). Kepuasan merupakan perasaan senang, yang dimana individu merasa puas karena antara harapan dan kenyataan dalam memakai dari pelayanan yang diberikan terpenuhi (Rifai, 2015). Perusahaan selalu berkeinginan memberikan kepuasan bagi konsumen mereka setelah mengonsumsi produk atau jasa yang disediakan oleh perusahaan. Umar (dalam Indrasari, 2019) mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen sendiri merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dengan apa yang menjadi harapannya. Senada dengan pernyataan tersebut, Kotler & Keller (dalam Indrasari, 2019) juga mengemukakan pendapat berupa kepuasan konsumen sebagai sebuah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan dengan kinerja yang diharapkan. Setelah mengonsumsi suatu produk atau jasa barulah seseorang akan merasakan rasa puas atau tidak puas dari produk atau jasa tersebut.

Zeithaml dan Bitner (dalam Rifai, 2015) juga mengungkapkan pernyataan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara layanan yang diharapkan (*expectations*) dengan kinerja (*perceived performance*). Dari hasil

perbandingan kedua hal tersebut, perusahaan selalu berambisi untuk menjadikannya sebagai perbandingan positif berupa kepuasan yang timbul dalam diri setiap konsumen mereka. Namun nyatanya memberikan kepuasan total bagi konsumen bukan merupakan hal yang mudah untuk dilakukan. Pernyataan tersebut tepat seperti apa yang disampaikan oleh Mudie & Cottom (dalam Rifai, 2015) yang mengatakan kepuasan total tidak mungkin dapat diberikan pada pelanggan, walaupun hanya untuk sementara waktu.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan sesuatu yang dia terima dengan apa yang sebelumnya dia harapkan. Hasil dari membandingkan kedua hal tersebut dapat berupa perasaan senang yang semakin meningkatkan kepuasan atau sebaliknya.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen

Menurut Indrasari (2019), ada lima faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan konsumen, yaitu:

- a. Kualitas produk atau jasa, konsumen akan merasa puas setelah mengevaluasi bahwa produk atau jasa yang mereka gunakan berkualitas.
- b. Kualitas pelayanan, konsumen akan merasa puas setelah mendapat pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkannya.
- c. Emosional, konsumen akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan kagum saat dia menggunakan produk tertentu yang memiliki tingkat kepuasan yang tinggi.

- d. Harga, produk dengan kualitas yang sama namun lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.
- e. Biaya, konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya lebih untuk mendapatkan suatu produk atau jasa akan cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Adapun tokoh lain adalah Lupiyoadi (dalam Indrasari, 2019) yang mengemukakan ada lima faktor yang perlu diperhatikan kaitannya dengan kepuasan konsumen, yaitu:

- a. Kualitas produk, konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas dan produk itu mampu memenuhi kebutuhan mereka.
- b. Kualitas pelayanan, konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan apa yang mereka harapkan.
- c. Emosional, konsumen akan puas bila orang lain memuji dia karena menggunakan produk yang mahal.
- d. Harga, produk dengan kualitas yang sama dan harga yang lebih relatif murah akan lebih menarik dan bernilai bagi konsumen.
- e. Biaya, konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa akan cenderung lebih puas.

Amir (2012) menambahkan beberapa faktor kepuasan konsumen, yaitu:

- a. Pelayanan, dimana pelayanan sebagai kunci dari keberhasilan dalam berbagai usaha yang bergerak dalam bidang jasa.

- b. Kualitas produk, kualitas produk sebagai representasi terhadap kualitas perusahaan itu sendiri.
- c. Harga, penawaran harga menjadi tolak ukur bagi konsumen terhadap kualitas produk yang dibeli.
- d. Promosi, menjadi salah satu kegiatan yang berfungsi sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Berdasarkan pendapat-pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan pelayanan menjadi faktor utama yang harus diperhatikan oleh pemilik warnet agar mampu memberikan rasa puas bagi pelanggan mereka.

3. Aspek-aspek kepuasan konsumen

Manurung (dalam Riadi, 2021) mengungkapkan beberapa aspek dari kepuasan konsumen, yaitu:

- a. *Expectation*, harapan konsumen sudah dibentuk sebelum mereka membeli barang atau jasa tertentu dan konsumen akan merasa puas bila barang atau jasa yang mereka konsumsi sesuai harapan mereka.
- b. *Performance*, ketika kinerja dari barang atau jasa tersebut baik maka konsumen akan puas.
- c. *Comparison*, konsumen akan puas setelah membandingkan kinerja suatu barang atau melebihi persepsi mereka.
- d. *Confirmation/disconfirmation*, bila kinerja aktual dari suatu produk sesuai harapan konsumen maka akan muncul *confirmation*. Sebaliknya bila kinerja

aktual produk tersebut tidak sesuai harapan, maka akan muncul *disconfirmation* dari konsumen.

Sedangkan Kotler (dalam Arbi, 2017) mengemukakan beberapa aspek kepuasan konsumen sebagai berikut:

a. *Expectation* (harapan)

Sebelum pembelian terjadi, konsumen sudah lebih dahulu menyusun harapan tentang apa yang akan mereka terima dari produk tersebut.

b. *Perfomance* (kinerja)

Selama melakukan konsumsi tersebut, konsumen merasakan manfaat nyata yang sesuai dengan kepentingan konsumen.

c. *Comparism* (kesesuaian)

Setelah mengkonsumsi, konsumen membandingkan antara harapan dan kinerja aktual produk.

d. *Confirmation/Disconfirmation* (penegasan)

Sebagai penegasan dari harapan konsumen, konsumen akan mengkonfirmasi harapan sebelum pembelian dengan persepsi pembelian sudah sesuai atau tidak.

e. *Discrepancy* (ketidak-sesuaian)

Menentukan perbedaan satu sama lain. Diskonfirmasi negatif setelah merasakan kinerja aktual yang tidak sesuai dengan harapan pembelian kemudian akan mengurangi rasa kepuasan konsumen.

Adapun Tjiptono (2012) juga menambahkan beberapa aspek-aspek yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan dari konsumen, yaitu sebagai berikut:

- a. Kepuasan konsumen keseluruhan (*overal customer satisfaction*)
- b. Konfirmasi harapan (*confirmation of expectations*)
- c. Minat pembelian ulang
- d. Kesiediaan untuk merekomendasikan (*willingness to recommended*)
- e. Ketidakpuasan konsumen (*customer dissatisfaction*)

Konfirmasi harapan menjadi hal yang penting untuk mengetahui apakah seseorang merasa puas akan kinerja suatu produk, baik dalam bentuk barang maupun pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Ketika konsumen sudah merasa bahwa harapan mereka terhadap kinerja produk tersebut sesuai atau bahkan melebihi dari apa yang mereka harapkan, maka mereka akan merasakan kepuasan atas konsumsi produk tersebut.

B. Gambaran Kepuasan Konsumen

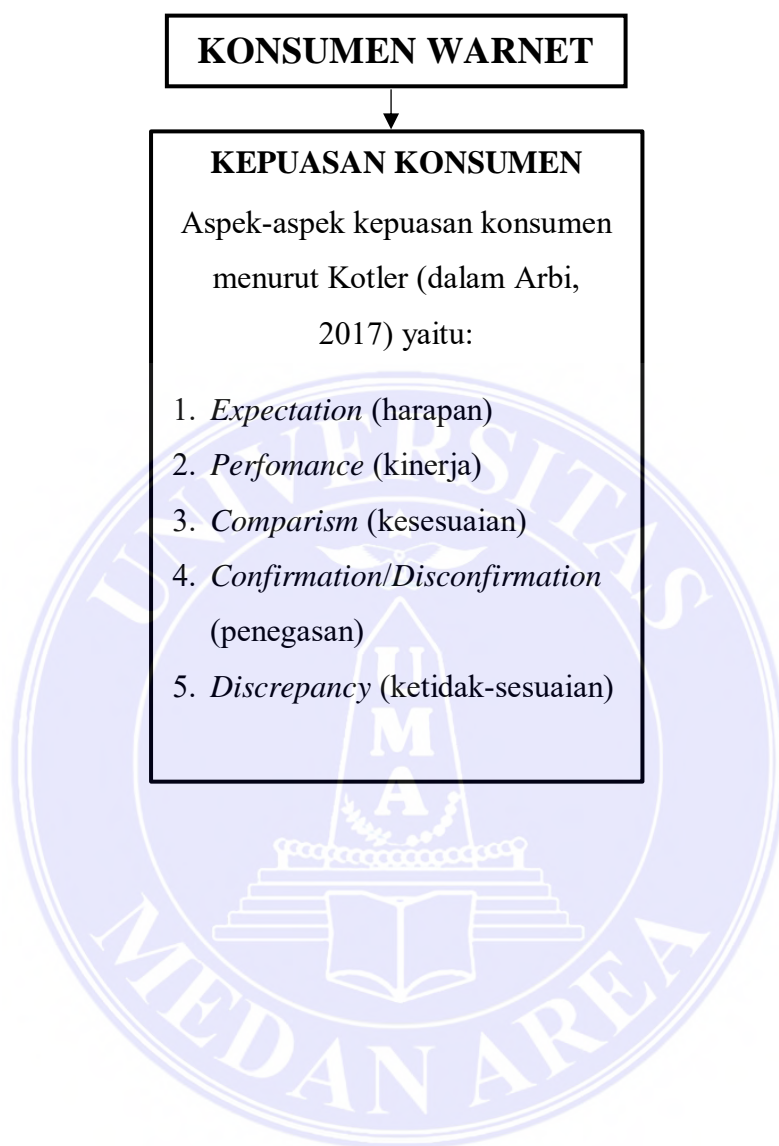
Konsumen merupakan bagian yang tidak bisa lepas dari sebuah perusahaan, baik perusahaan yang bergerak di bidang produksi barang maupun pelayanan jasa. Konsumen menjadi pendorong bagi perusahaan agar mampu berdiri sebagai sebuah usaha bisnis. Oleh karenanya perusahaan selalu berlomba-lomba memberikan yang terbaik kepada konsumen mereka agar mereka menjadi seorang konsumen yang loyal pada perusahaan mereka. Hampir seluruh perusahaan menerapkan hal yang sama, yaitu selalu mencoba memberikan kepuasan bagi

konsumen mereka dan tentunya dengan cara yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen mereka dan bidang usaha mereka.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Melizza, dkk (2021) yang berjudul “Gambaran Tingkat Kepuasan Pelanggan di Apotek Roxy Sawangan pada Masa Pandemi COVID-19” didapatkan sebuah hasil bahwa pelanggan mendapatkan rasa puas yang berasal dari pelayanan Apotek Roxy Sawangan sebesar 79,82% yang dimana angka tersebut dapat dikategorikan sebagai tingkatan kepuasan yang cukup tinggi yang berasal dari pelanggan mereka. Kemudian dalam penelitian Fitriani, dkk (2020) yang berjudul “Gambaran Variasi Menu dan Tingkat Kepuasan Konsumen di Taman Sari Sakato Katering Kota Pekanbaru” mendapatkan sebuah kesimpulan bahwasanya pelanggan merasa puas terhadap rumah makan katering tersebut yang dalam persentasenya yaitu sebesar 75,16%.

Yanti (2013) dalam penelitiannya yang berjudul “Gambaran Kepuasan Pasien Terhadap Fasilitas dan Pelayanan Keperawatan di Ruang Rawat Inap RSUD Andi Djemma Masamba Kabupaten Luwu Utara” menyimpulkan bahwa sebanyak 85% pasien dari RSUD tersebut merasakan puas terhadap fasilitas yang disediakan oleh pihak RSUD dan 75% pasien juga merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Selanjutnya dalam penelitian Kusumawati (2015) yang berjudul “Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Mediasi” mengemukakan kesimpulan bahwa pelanggan yang menjadi subjek dalam penelitian tersebut merasakan kepuasan dan kepuasan tersebut turut mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan pada jasa rangkaian bunga *bouquet*.

C. Kerangka Konseptual



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana data yang dikumpulkan berupa data kuantitatif atau jenis data lain yang dapat dikuantitatifkan dan diolah dengan menggunakan teknik statistik (Yusuf, 2014). Penelitian kuantitatif juga diartikan sebagai suatu pernyataan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2012).

Sugiyono (2014) menyatakan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Penelitian ini menggunakan variabel tunggal, yaitu kepuasan konsumen. Variabel kepuasan konsumen tersebut akan digunakan untuk melihat bagaimana gambaran kepuasan konsumen yang ada di warnet Royal Flush Net dan DR Net.

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini digunakan untuk menghindari kesimpangsiuran dalam membahas dan menganalisis permasalahan dalam penelitian, maka dibuat suatu batasan variabel penelitian. Penelitian ini menggunakan hanya satu variabel atau disebut sebagai variabel tunggal, yaitu kepuasan konsumen.

C. Definisi Operasional Penelitian

Definisi operasional penelitian bertujuan untuk mengarahkan variabel penelitian agar sesuai dengan metode pengukuran yang telah disiapkan sebelumnya. Definisi operasional merupakan suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati (Azwar, 2011). Berikut definisi operasional dalam penulisan ini:

1. Kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan sesuatu yang dia terima dengan apa yang sebelumnya dia harapkan. Untuk mengungkap kepuasan konsumen tersebut digunakan aspek-aspek kepuasan konsumen yang berupa *expectation*, *performance*, *comparism*, *confirmation/disconfirmation* dan *discrepancy*.

D. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Hastono (2013) populasi adalah keseluruhan dari unit di dalam pengamatan yang akan kita lakukan, sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi yang nilai/karakteristiknya diukur yang nantinya kita pakai untuk menduga karakteristik dari populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menjadi pelanggan di warnet Royal Flush Net dan DR Net. Dikarenakan populasi dalam penelitian ini tidak terbatas jumlahnya, maka teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* berupa *accidental sampling*. *Accidental sampling* (Sugiyono, 2014) adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang

orang yang kebetulan ditemui tersebut dianggap cocok sebagai sumber data untuk kepentingan penelitian.

E. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan skala Likert dengan menggunakan skala kepuasan konsumen. Adapun skala kepuasan konsumen diambil dari aspek-aspek kepuasan konsumen (Kotler dalam Arbi, 2017) yaitu berdasarkan *expectation*, *performance*, *comparism*, *confirmation* dan *discrepancy*. Untuk kepentingan penelitian ini, skala Likert yang digunakan akan memiliki dua sifat, yaitu *favourable* dan *unfavourable*. Setiap aitem memiliki empat tingkat jawaban yang terdiri dari “Sangat Setuju” (SS), “Setuju” (S), “Tidak Setuju” (TS), “Sangat Tidak Setuju” (STS). Untuk jawaban yang bersifat *favourable* diberi nilai 4-1, sedangkan untuk jawaban *unfavourable* diberi nilai 1-4. Uraian tersebut dapat dilihat dalam table berikut:

Tabel 3.1
Nilai untuk Jawaban *Favourable* dan *Unfavourable*

<i>Favourable</i>	Nilai	<i>Unfavourable</i>	Nilai
Sangat Setuju	4	Sangat Setuju	1
Setuju	3	Setuju	2
Tidak Setuju	2	Tidak Setuju	3
Sangat Tidak Setuju	1	Sangat Tidak Setuju	4

F. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

1. Validitas

Azwar (2012) validitas adalah sejauh mana akurasi suatu tes atau skala dalam menjalankan fungsi pengukurannya. Suatu instrumen yang valid atau shahih mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti

memiliki validitas rendah dan dinyatakan gugur karena keakuratannya yang tidak terbukti. Instrumen skala dinyatakan valid apabila skor validitas $r_{ix} > 0,3$, sebaliknya apabila skor validitas $r_{ix} < 0,3$ maka instrumen skala tersebut dinyatakan gugur atau tidak valid.

2. Reliabilitas

Reliabilitas merujuk pada konsistensi skor yang dicapai oleh orang yang sama ketika mereka diuji ulang dengan tes yang sama pada kesempatan berbeda, atau dengan seperangkat butir-butir ekuivalen (*equivalent item*) berbeda, atau dalam kondisi pengujian yang berbeda (Chandra, 2015). Reliabilitas akan diukur dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach* dengan bantuan aplikasi SPSS 25.0 *for windows*.

G. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif. Analisis data yang dilakukan adalah dengan penilaian berdasarkan rangking. Metode rangking dimana peneliti membandingkan aspek yang satu dengan aspek lain untuk menentukan aspek yang mana yang paling dominan dari setiap aspek dalam tiap-tiap aspek yang ada.

Gambaran yang ditampilkan dalam penelitian ini yaitu berupa pengelompokan data dari hasil skala yang telah diisi oleh sampel, dikelompokkan berdasarkan aspek-aspek kepuasan yaitu, *expectation*, *performance*, *comparism*, *confirmation/disconfirmation* dan *discrepancy*.

Persentase yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus $F\%$

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

P : Persentase

F : Frekuensi

N : Jumlah sampel

100% : Bilangan tetap

Sebelum dilakukan analisis data dengan menggunakan teknik analisis deskriptif frekuentif, maka terlebih dahulu dilakukan uji asumsi yaitu uji normalitas untuk mengetahui apakah distribusi data dari variabel penelitian telah menyebar secara normal.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Gambaran kepuasan yang dirasakan konsumen keseluruhan terhadap warnet Royal Flush Net dan DR Net terbilang cukup tinggi dimana sebanyak 71,6% pelanggan warnet tersebut menyatakan puas terhadap warnet dan 28,4% lainnya menyatakan kepuasan yang rendah atau kurang puas terhadap warnet.
2. Kepuasan konsumen dilihat dari aspek-aspek kepuasan konsumen, yakni aspek *expectation*, *performance*, *comparison*, *confirmation* dan *discrepancy*. Nilai dari kepuasan berdasarkan aspek-aspek kepuasan tersebut apabila dipersentasekan adalah pada aspek *expectation* sebesar 9,98%, aspek *performance* sebesar 35,79%, aspek *comparison* sebesar 17,71%, aspek *confirmation* sebesar 18,21% dan aspek *discrepancy* sebesar 18,32%.
3. Berdasarkan perhitungan nilai mean hipotetik dan mean empirik, diketahui bahwa keseluruhan aspek tergolong tinggi. Hal tersebut dilihat dari nilai mean hipotetik aspek *expectation* adalah 5 dan mean empiriknya adalah 7,51 dengan nilai SD sebesar 0,895. Nilai mean hipotetik aspek *performance* adalah 20 dan mean empiriknya adalah 26,93 dengan nilai SD sebesar 3,609. Nilai mean hipotetik aspek *comparison* adalah 10 dan mean empiriknya adalah 13,32 dengan nilai SD sebesar 2,001. Nilai mean hipotetik aspek

confirmation adalah 10 dan mean empiriknya adalah 13,70 dengan nilai SD sebesar 2,200. Nilai mean hipotetik aspek *discrepancy* adalah 10 dan mean empiriknya adalah 13,78 dengan nilai SD sebesar 2,179.

B. Saran

1. Pemilik warnet

Sebagai pemilik usaha warnet yang berfokus pada warnet penyedia layanan bermain *game*, hendaknya memperhatikan kebutuhan para pelanggan terutama di bidang fasilitas yang diberikan. Spesifikasi untuk setiap *game* yang disediakan warnet juga tentunya berbeda satu dengan yang lain, sehingga pemilik warnet juga perlu memperhatikan spesifikasi seperti apa yang dibutuhkan oleh pelanggan agar dapat memainkan *game* yang sudah disediakan warnet dengan perasaan senang dan puas.

2. Pelanggan warnet

Diharapkan kepada pelanggan warnet agar tidak terlalu terpaku untuk mencari kepuasan dari bermain *game online* di warnet. Carilah game-game yang juga bisa memberikan dampak positif dan menambah wawasan. Diharapkan juga agar pelanggan tidak lupa untuk tetap melakukan aktivitas yang produktif seperti mengikuti kegiatan-kegiatan olahraga dan kegiatan lainnya di lingkungan sekitar.

3. Peneliti

Saran untuk peneliti selanjutnya yang memiliki ketertarikan untuk mengetahui gambaran kepuasan konsumen di suatu perusahaan, diharapkan untuk melibatkan sampel yang lebih banyak agar diperoleh hasil yang optimal.

Selain itu perlu diperhatikan juga faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen untuk memudahkan penggalan data.



DAFTAR PUSTAKA

- Amir, M. T., 2012, *Manajemen Strategik: Konsep dan Aplikasi*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Arbi, M., 2017, Perbedaan Kepuasan Konsumen Pengguna Grab dengan Go-Car di Kota Medan, Skripsi: Universitas Medan Area.
- Azwar, S., 2011, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Azwar, S., 2012, *Reliabilitas dan Validitas*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Chandra, A., 2015, *Psikometri*, Medan: Universitas Medan Area.
- Fitriani, F., Tridestia, S., Asih, E. R., & Hayati, A. W., 2021, Gambaran Variasi Menu dan Tingkat Kepuasan Konsumen di Taman Sari Sakato Katering Kota Pekanbaru, *JGK: Jurnal Gizi dan Kesehatan*, 1(1), 1-8.
- Hafni, M., & Sairah, 2021, *Pengantar Psikologi Kesehatan Mental*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Hastono, S. P., 2013, *Statistik Kesehatan*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Hatekdis, 2020, Manfaat Grounding Listrik Rumah, Hatekdis: <https://hatekdis.id/berita/manfaat-grounding-listrik-rumah152mC> (diakses 22 November 2020).
- Indrasari, M., 2019, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, Surabaya: Unitomo Press.
- Kusumawati, D. A. D., 2015, Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Mediasi, *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 15(2), 245-252.
- Melizsa, M., Putrajaya, F., & Kautsar, A., 2021, Gambaran Tingkat Kepuasan Pelanggan di Apotek Roxy Sawangan pada Masa Pandemi COVID-19, *PHRASE (Pharmaceutical Science) Journal*, 1(1), 99-112.
- Raharjo, F. P., Widodo, J., & Suharso, P., 2014, Strategi Pemasaran Jasa Warung nternet (Studi Kasus pada Warung Internet Smiley Internet Jl. Kalimantan No. 08, Kecamatan Summersari, Kabupaten Jember), *Artikel Ilmiah Mahasiswa*.

- Ramadhani, A., 2013, Hubungan Motif Bermain *Game Online* dengan Perilaku Agresivitas Remaja Awal (Studi Kasus di Warnet Zerowings, Kandela dan Mutant di Samarinda), *eJournal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 136-158.
- Riadi, M., 2021, Kepuasan Konsumen (Pengertian, Aspek, Strategi dan Indikator), Kajian Pustaka: <https://www.kajianpustaka.com/2021/01/kepuasan-konsumen.html> (diakses 7 Januari 2021).
- Rifa'i, K., 2015, *Membangun Loyalitas Pelanggan*, Jember: Zifatama Publisher.
- Sugiyono, 2011, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F., 2012, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi.
- Yanti, N., 2013, *Gambaran Kepuasan Pasien Terhadap Fasilitas dan Pelayanan Keperawatan di Ruang Rawat Inap RSUD Andi Djemma Masamba Kabupaten Luwu Utara*, Skripsi: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Yusuf, M., 2014, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan, edisi 1*, Jakarta: Kencana.
- Zurich, 2019, Ini Dia 5 Dampak Positif Pengaruh Game Online yang Bisa Anda Intip, Zurich: <https://www.zurich.co.id/id-id/blog/articles/2019/09/ini-dia-5-dampak-positif-pengaruh-game-online-yang-bisa-anda-intip> (diakses 14 Oktober 2019).







UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS PSIKOLOGI

Kampus I : Jalan Nelayan Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7380166, 7380678, 7384340 ✉ (061) 7388012 Medan 20223
Kampus II : Jalan Sialabudin Nomor 797 Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 ✉ (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: umv_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 687/FPSI/01.10/VI/2022 4 Juni 2022
Lampiran : -
Hal : Riset dan Pengambilan Data

Yth. Bapak/Ibu Ketua
Owner Warnet Royal Flush Net & DR Net
di
Tempat

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

Nama	: Bona Sahat Krisantus Sianturi
NPM	: 188600018
Program Studi	: Ilmu Psikologi
Fakultas	: Psikologi

untuk melaksanakan pengambilan data di **Warnet Royal Flush Net & DR Net, Jl. Matahari Raya / Bom, No 6 & 7** guna penyusunan skripsi yang berjudul **"Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Warnet Royal Flush Net & DR Net"**.

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

Sehubungan dengan hal tersebut kami mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, dan apabila telah selesai melakukan penelitian maka kami harapkan Bapak/Ibu dapat mengeluarkan Surat Keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data pada Warnet yang Bapak/Ibu pimpin.

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

An. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian Dan
Pengabdian Kepada Masyarakat



Laili Azzahra, S.Psi, MM, M.Psi, Psikolog

Tembusan
- Mahasiswa Ybs
- Arsip











LAMPIRAN B
SKALA PENELITIAN

- 1. TRY OUT**
- 2. PENELITIAN**

PERMOHONAN MENJADI RESPONDEN

Selamat Pagi/Siang

Perkenalkan saya dari Fakultas Psikologi UMA, saat ini saya sedang melakukan penelitian terkait kepuasan konsumen. Mohon kesediaan saudara/i untuk dapat meluangkan waktu dan mengisi skala ini. Skala ini bukanlah ujian atau tes, sehingga tidak ada jawaban yang salah. Pengisian skala penelitian ini dilakukan secara sadar dan sukarela. Tidak ada faktor resiko yang dapat merugikan saudara/i dan meminta uuntuk menjawab seluruh data dengan jujur dan sesuai keadaan.

Seluruh informasi yang saudara/i berikan akan dijaga kerahasiannya dan hanya akan digunakan untuk kepentingan dan publikasi ilmiah. Mohon diperhatikan juga jangan sampai ada pernyataan yang terlewatkan karena akan berpengaruh dalam pengelolaan data. Atas perhatian dan kerjasama saudara/i saya ucapkan terimakasih.

Medan, 1 Juli 2022

Peneliti

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN

(INFORMED CONSENT)

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama (inisial) : _____

Jenis kelamin : Laki-laki / Perempuan (*coret yang tidak perlu)

Menyatakan bahwa saya **SETUJU** dan **BERSEDIA** untuk menjadi responden dalam penelitian ini. Dalam hal ini, saya telah menyadari, memahami dan menerima bahwa:

1. Saya bersedia untuk mengisi skala dengan benar dan sejujur-jujurnya demi kepentingan penelitian.
2. Identitas dan informasi yang saya berikan akan **DIRAHASIAKAN** dan hanya untuk kepentingan penelitian.

Demikian persetujuan ini saya setuju tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, 1 Juli 2022

Responden

PETUNJUK PENGISIAN SKALA

Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat saudara/i, pilihan jawaban yang tersedia adalah:

SS = Bila merasa **SANGAT SETUJU** dengan pernyataan yang diajukan

S = Bila merasa **SETUJU** dengan pernyataan yang diajukan

TS = Bila merasa **TIDAK SETUJU** dengan pernyataan yang diajukan

STS = Bila merasa **SANGAT TIDAK SETUJU** dengan pernyataan yang diajukan



Skala Kepuasan Konsumen (X)

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya mengharapkan pihak warnet tidak menaikkan tarif <i>biling</i>				
2.	Saya berharap ketika bermain <i>game</i> tidak ada masalah jaringan yang terjadi				
3.	Saya berharap komputer yang disediakan warnet bisa mengakses <i>game</i> saya dengan baik				
4.	Jaringan warnet selalu bagus kapanpun saya bermain				
5.	Proses penanganan keluhan biasanya ditangani dalam waktu singkat oleh OP warnet				
6.	OP warnet selalu melayani pelanggan dengan senyuman				
7.	Warnet memberikan jaminan <i>biling</i> bisa disimpan dan dimainkan lagi dalam batas waktu tertentu				
8.	Keluhan jaringan dari pelanggan kurang mampu ditangani dengan baik oleh OP warnet				
9.	Kinerja komputer yang lambat kurang dapat memberikan kepuasan saat bermain <i>game online</i>				
10.	OP warnet tidak ramah kepada pelanggan				
11.	Tidak ada jaminan saat kupon <i>biling</i> hilang				
12.	Jaringan warnet yang stabil membuat saya nyaman saat bermain <i>game</i>				
13.	Kualitas <i>headset</i> , <i>mouse</i> dan <i>keyboard</i> warnet sesuai dengan keinginan saya				

14.	Jaringan warnet yang sering bermasalah sangat tidak sesuai harapan saya				
15.	Kualitas suara dari <i>headset</i> yang kurang jernih sangat berbeda dengan yang saya harapkan				
16.	Sejauh ini saya puas bermain di warnet ini karena memenuhi kebutuhan bermain <i>game</i> saya				
17.	Saya berniat untuk tetap bermain di salah satu dari antara dua warnet ini walaupun ada warnet baru di sekitarnya				
18.	Saya merasa puas dengan jaringan warnet yang masih terbilang cukup stabil				
19.	Saya merasa masih banyak warnet lain yang lebih dapat memuaskan kebutuhan saya				
20.	Saya tidak berniat bermain kembali ke warnet ini karena kualitasnya buruk				
21.	Saya tidak merasa kecewa karena tarif yang disediakan kedua warnet relatif sama dan masih terbilang murah				
22.	Saya tidak akan beralih ke warnet lain yang baru buka meskipun mereka memberikan promo untuk pelanggan baru				
23.	Saya kecewa dengan fasilitas warnet yang sering mengalami masalah				
24.	Saya akan beralih ke warnet lain karena pengalaman saya yang kurang menyenangkan saat bermain di warnet ini				

PERMOHONAN MENJADI RESPONDEN

Selamat Pagi/Siang

Perkenalkan saya dari Fakultas Psikologi UMA, saat ini saya sedang melakukan penelitian terkait kepuasan konsumen. Mohon kesediaan saudara/i untuk dapat meluangkan waktu dan mengisi skala ini. Skala ini bukanlah ujian atau tes, sehingga tidak ada jawaban yang salah. Pengisian skala penelitian ini dilakukan secara sadar dan sukarela. Tidak ada faktor resiko yang dapat merugikan saudara/i dan meminta uuntuk menjawab seluruh data dengan jujur dan sesuai keadaan.

Seluruh informasi yang saudara/i berikan akan dijaga kerahasiannya dan hanya akan digunakan untuk kepentingan dan publikasi ilmiah. Mohon diperhatikan juga jangan sampai ada pernyataan yang terlewatkan karena akan berpengaruh dalam pengelolaan data. Atas perhatian dan kerjasama saudara/i saya ucapkan terimakasih.

Medan, 11 Juli 2022

Peneliti

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN

(INFORMED CONSENT)

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama (inisial) : _____

Jenis kelamin : Laki-laki / Perempuan (*coret yang tidak perlu)

Menyatakan bahwa saya **SETUJU** dan **BERSEDIA** untuk menjadi responden dalam penelitian ini. Dalam hal ini, saya telah menyadari, memahami dan menerima bahwa:

3. Saya bersedia untuk mengisi skala dengan benar dan sejujur-jujurnya demi kepentingan penelitian.
4. Identitas dan informasi yang saya berikan akan **DIRAHASIAKAN** dan hanya untuk kepentingan penelitian.

Demikian persetujuan ini saya setuju tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, 11 Juli 2022

Responden

PETUNJUK PENGISIAN SKALA

Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat saudara/i, pilihan jawaban yang tersedia adalah:

SS = Bila merasa **SANGAT SETUJU** dengan pernyataan yang diajukan

S = Bila merasa **SETUJU** dengan pernyataan yang diajukan

TS = Bila merasa **TIDAK SETUJU** dengan pernyataan yang diajukan

STS = Bila merasa **SANGAT TIDAK SETUJU** dengan pernyataan yang diajukan



Skala Kepuasan Konsumen (X)

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya mengharapkan pihak warnet tidak menaikkan tarif <i>biling</i>				
2.	Saya berharap komputer yang disediakan warnet bisa mengakses <i>game</i> saya dengan baik				
3.	Jaringan warnet selalu bagus kapanpun saya bermain				
4.	Proses penanganan keluhan biasanya ditangani dalam waktu singkat oleh OP warnet				
5.	OP warnet selalu melayani pelanggan dengan senyuman				
6.	Warnet memberikan jaminan <i>biling</i> bisa disimpan dan dimainkan lagi dalam batas waktu tertentu				
7.	Keluhan jaringan dari pelanggan kurang mampu ditangani dengan baik oleh OP warnet				
8.	Kinerja komputer yang lambat kurang dapat memberikan kepuasan saat bermain <i>game online</i>				
9.	OP warnet tidak ramah kepada pelanggan				
10.	Tidak ada jaminan saat kupon <i>biling</i> hilang				
11.	Jaringan warnet yang stabil membuat saya nyaman saat bermain <i>game</i>				
12.	Kualitas <i>headset</i> , <i>mouse</i> dan <i>keyboard</i> warnet sesuai dengan keinginan saya				
13.	Jaringan warnet yang sering bermasalah sangat tidak sesuai harapan saya				

14.	Kualitas suara dari <i>headset</i> yang kurang jernih sangat berbeda dengan yang saya harapkan				
15.	Sejauh ini saya puas bermain di warnet ini karena memenuhi kebutuhan bermain <i>game</i> saya				
16.	Saya berniat untuk tetap bermain di salah satu dari antara dua warnet ini walaupun ada warnet baru di sekitarnya				
17.	Saya merasa puas dengan jaringan warnet yang masih terbilang cukup stabil				
18.	Saya merasa masih banyak warnet lain yang lebih dapat memuaskan kebutuhan saya				
19.	Saya tidak merasa kecewa karena tarif yang disediakan kedua warnet relatif sama dan masih terbilang murah				
20.	Saya tidak akan beralih ke warnet lain yang baru buka meskipun mereka memberikan promo untuk pelanggan baru				
21.	Saya kecewa dengan fasilitas warnet yang sering mengalami masalah				
22.	Saya akan beralih ke warnet lain karena pengalaman saya yang kurang menyenangkan saat bermain di warnet ini				



SEBARAN DATA TRY OUT

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	2	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	2	1	4	4	4	4	3	4	2	4	4	2	4	4
5	3	3	4	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	4	2	2	2	3
6	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	3	4	4	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	2	4	3	2	4	4	4	1	4
8	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
11	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	2	4	2	4	3	4	4	3	3	4	3	3	2	3
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
14	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3
15	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	4	4	3	2	4	4	4	3	4	3	4	3	3
16	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	2	2	4
17	4	4	4	2	2	3	4	2	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
18	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	3	4	4	2	3	3	4	4	3	3
21	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4	3	4	3	3	2	4	4	3	3	3
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

SEBARAN DATA PENELITIAN

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
1	2	2	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	4	4	3	3	4	4	2	2	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3
3	4	4	2	2	3	3	2	3	3	3	4	3	2	2	2	3	2	3	4	3	3	2
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4
5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	3	4	2	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3
9	4	4	4	4	4	4	3	2	4	2	1	4	4	4	4	3	4	2	4	2	4	4
10	3	4	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3
11	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3
12	4	4	4	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3
13	4	4	2	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	2	4	4	3	3	4	3	3	4
14	4	4	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	4	4
15	4	4	4	4	4	4	2	3	2	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4
16	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17	3	4	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	2	4	3	2	4	4	1	4
18	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
21	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	4	3
22	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2
23	4	4	4	4	3	3	2	4	2	2	4	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2
24	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4	2	4	4	4	4	3	4	2	4	4
25	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	2
26	4	4	4	4	3	4	2	4	4	2	4	2	4	3	4	4	3	3	3	3	2	3
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

28	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3
29	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3
30	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	4	4	3	2	4	4	4	3	3	4	3	3
31	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
32	4	4	2	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4
33	4	4	2	4	4	3	3	3	3	4	4	4	2	3	4	4	3	2	4	2	3	2
34	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
35	3	4	3	3	3	4	2	3	4	2	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3
36	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	4
37	4	4	2	2	3	4	2	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4
38	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	3	4	4	2	3	4	4	3	3
41	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
42	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
43	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	2	3	3	2	3	3	2	4	2	4	3
44	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
46	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
47	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4	3	4	3	3	2	4	3	3	3
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
53	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
54	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	4	4	4	3	4
55	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
56	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

57	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	2	
58	4	4	3	4	3	3	2	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4
59	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
60	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3
61	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3
62	4	4	2	3	2	4	3	4	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3
63	4	4	2	4	4	4	2	3	3	2	4	3	2	2	4	4	4	3	4	4	3	3
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
65	4	4	3	4	4	4	2	2	3	2	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	2	4
66	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4
67	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4
68	3	4	4	3	3	4	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
69	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	2	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
70	3	4	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3
71	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
72	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
73	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	3	3	4	3	2	2	3	4	2	3
74	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	4	4	2	3	4	4	4	2	3	3	2	3



LAMPIRAN D
VALIDITAS DAN RELIABILITAS HASIL TRY OUT
VALIDITAS DAN RELIABILITAS HASIL PENELITIAN

Hasil Try Out Skala Kepuasan Konsumen

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.935	24

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	82.3200	82.560	.625	.932
X2	82.2400	85.023	.364	.935
X3	82.2400	84.440	.461	.934
X4	82.5200	78.843	.638	.931
X5	82.5200	80.093	.593	.932
X6	82.5200	80.093	.671	.931
X7	82.4400	79.757	.733	.930
X8	82.8800	77.693	.613	.932
X9	82.7600	79.023	.699	.930
X10	82.4800	82.343	.537	.933
X11	82.8800	77.360	.637	.932
X12	82.4400	82.173	.376	.936
X13	82.6400	77.990	.775	.929
X14	82.6800	82.477	.377	.935
X15	82.7600	77.273	.780	.929
X16	82.4000	80.917	.631	.931
X17	82.3600	81.740	.689	.931
X18	82.5600	78.423	.739	.930
X19	82.8000	76.583	.780	.929
X20	82.2400	87.190	.010	.937
X21	82.3200	81.893	.576	.932
X22	82.5600	77.840	.718	.930
X23	82.7200	75.877	.711	.930
X24	82.4800	83.427	.413	.934

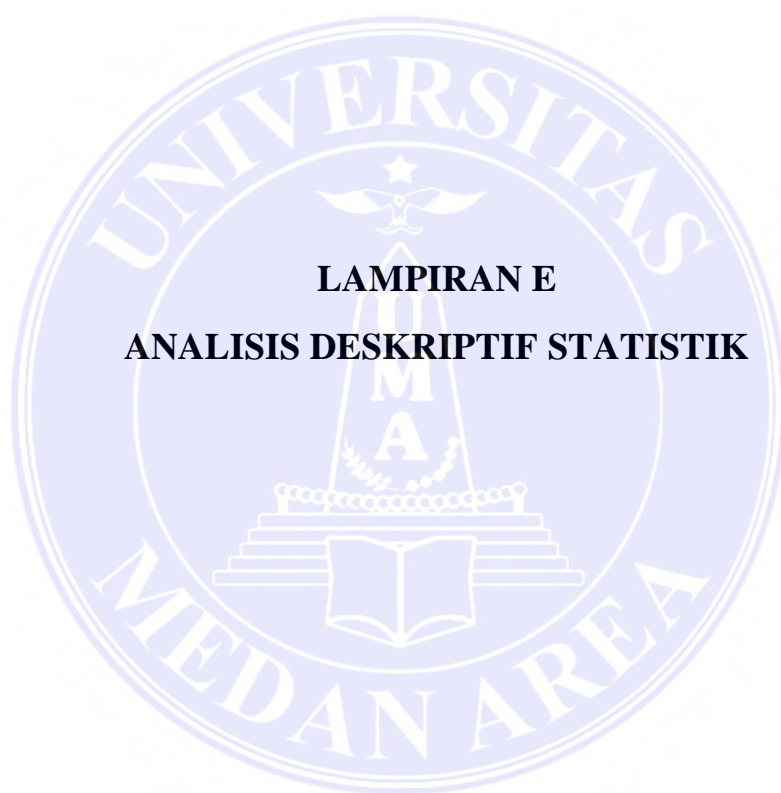
Hasil Penelitian Skala Kepuasan Konsumen

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.934	22

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	71.5676	87.098	.439	.934
X2	71.4324	87.920	.474	.933
X3	71.8108	85.443	.445	.934
X4	71.7432	84.029	.647	.931
X5	71.7432	83.481	.695	.930
X6	71.6216	84.923	.633	.931
X7	72.2162	84.254	.467	.934
X8	71.9865	84.835	.597	.931
X9	71.8784	84.163	.625	.931
X10	72.1216	84.464	.517	.933
X11	71.5946	84.874	.572	.932
X12	71.9324	84.064	.624	.931
X13	72.1081	84.591	.550	.932
X14	72.0676	82.475	.702	.930
X15	71.7297	82.994	.714	.929
X16	71.7162	84.233	.711	.930
X17	71.7703	82.700	.739	.929
X18	72.1081	82.810	.638	.931
X19	71.5811	84.822	.656	.931
X20	71.8919	81.084	.735	.929
X21	71.9324	82.721	.620	.931
X22	71.8378	84.220	.613	.931



LAMPIRAN E
ANALISIS DESKRIPTIF STATISTIK

Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic
Kepuasan Konsumen	74	44.00	44.00	88.00	5569.00	75.2568
Valid N (listwise)	74					

Descriptive Statistics

	Std. Deviation	Variance	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Kepuasan Konsumen	9.59746	92.111	-.727	.279	.461	.552
Valid N (listwise)						

Analisis Frekuentif

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tinggi	20	27	27	27
	Sedang	33	44,6	44,6	71,6
	Rendah	21	28,4	28,4	100
	Total	74	100	100	