

**KUALITAS PELAYANAN PADA *OUTLET* MINUMAN SUN THAI
TEA DI KECAMATAN STABAT**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi dan Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi
Universitas Medan Area

OLEH:

BELLA THERESIA Br. SILITONGA

18.860.0029



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 3/10/23

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)3/10/23

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : KUALITAS PELAYANAN PADA *OUTLET* MINUMAN SUN THAI TEA DI KECAMATAN STABAT
Nama : BELLA THERESIA Br SILITONGA
NPM : 188600029
Fakultas : Psikologi

Disetujui Oleh,
Komisi Pembimbing



Dr. Rahmi Lubis, S.Psi, M.Psi
Pembimbing



Prof. Hasanuddin, Ph.D
Dekan



Laili Alfita, S.Psi, M.M., M.Psi, Psikolog
Wakil Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian,
dan Pengabdian Kepada Masyarakat

Tanggal Lulus : 9 Agustus 2023

HALAMAN PERNYATAAN

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

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

Medan, 9 Agustus 2023



Bella Theresia Br Silitonga
BELLA THERESIA Br SILITONGA
188600029

**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 : BELLA THERESIA Br SILITONGA
NPM : 188600029
Program Studi : PSIKOLOGI INDUSTRI DAN ORGANISASI
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 :

**“KUALITAS PELAYANAN PADA *OUTLET* MINUMAN
SUN THAI TEA DI KECAMATAN STABAT”**

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 19 September 2023
Yang menyatakan


BELLA THERESIA Br SILITONGA
188600029

ABSTRAK

KUALITAS PELAYANAN PADA *OUTLET* MINUMAN SUN THAI TEA DI KECAMATAN STABAT

Oleh

BELLA THERESIA Br. SILITONGA
18.860.0029

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan pada outlet minuman Sun Thai Tea Kecamatan Stabat. Penulis menyadari luasnya keseluruhan populasi dan keterbatasan yang dimiliki penulis, maka populasi yang menjadi target dalam penelitian ini adalah individu yang pernah melakukan pembelian di *outlet* minuman Sun Thai Tea Kecamatan Stabat. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Teknik *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi yang dipilih untuk menjadi sampel. Jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang. Berdasarkan hasil analisis data dapat diambil beberapa didapatkan hasil kontribusi aspek kualitas pelayanan (bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati) yang diperoleh dari *outlet* minuman sun thai tea di Kecamatan Stabat yaitu, (a) keandalan sebesar 32%, (b) empati sebesar 22%, (c) bukti fisik sebesar 18%, (d) ketanggapan sebesar 16%, dan (e) jaminan sebesar 12%. Artinya keandalan adalah aspek keandalan yang menyumbang kontribusi tertinggi, sedangkan jaminan merupakan aspek kualitas pelayanan yang menyumbang kontribusi terendah pada penelitian ini.

Kata Kunci: Bukti fisik, Empati, Jaminan, Keandalan, Ketanggapan, Kualitas Pelayanan

ABSTRACT

SERVICE QUALITY AT SUN THAI TEA BEVERAGE OUTLETS IN STABAT DISTRICT

By

BELLA THERESIA Br. SILITONGA
18.860.0029

This study aims to determine the quality of service at Sun Thai Tea beverage outlets in Stabat District. The author realizes the size of the entire population and the limitations of the author, so the population that is the target in this study are individuals who have made purchases at the Sun Thai Tea beverage outlet, Stabat District. The sampling technique in this study was non-probability sampling with purposive sampling technique. The non-probability sampling technique is a sampling technique that provides equal opportunities or opportunities for each element or member of the population selected to be sampled. The number of samples to be used in this study were 100 people. Based on the results of data analysis, it can be taken some of the results obtained from the contribution of aspects of service quality (physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy) obtained from sun thai tea beverage outlets in Stabat District, namely, (a) reliability of 32%, (b) empathy 22%, (c) physical evidence 18%, (d) responsiveness 16%, and (e) guarantee 12%. This means that reliability is the aspect of reliability that contributes the highest contribution, while assurance is the aspect of service quality that contributes the lowest in this study.

Keywords: Assurance, Empathy, Reliability, Responsiveness, Service Quality, Tangibles

RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Pribadi

Nama : Bella Theresia Br. Silitonga

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat & Tanggal Lahir : Stabat, 21 November 1999

Alamat : Jln. Penerangan Stabat

Email : bellatheresia21@gmail.com

B. Jenjang Pendidikan Formal

1. SMAN 1 BINJAI LANGKAT

2. SMPN 1 STABAT

3. SD 054904 Lr. Bambuan

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur tak lupa penulis hadirkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan penyertaannya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “Kualitas Pelayanan Pada Outlet Minuman Sun Thai Tea di Kecamatan Stabat”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi pada Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangannya, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis membuka diri untuk menerima saran dan kritikan yang konstruktif dan membangun dari para pembaca demi penyempurnaannya dalam upaya pengembangan ilmu pengetahuan dan nilai dari hasil karya tulis ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Medan, januari 2023

Bella Theresia Br. Silitonga

188600029

vii

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 3/10/23

Access From (repository.uma.ac.id)3/10/23

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti menyadari bahwasannya dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dosen pembimbing serta kerjasama yang baik antara berbagai pihak yang terlibat. Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. M. Erwin Siregar, MBA, selaku Ketua Yayasan Pendidikan Haji Agus Salim.
2. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M. Eng, Msc, selaku Rektor Universitas Medan Area.
3. Bapak Hasanuddin, Ph. D, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.
4. Ibu Laili Alfita, S.Psi, M.M, M.Psi selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.
5. Bapak Arif Fachrian, S.Psi, M.Psi selaku Kepala Bagian Jurusan Psikologi Industri Organisasi Universitas Medan Area.
6. Ibu Dr. Rahmi Lubis, S.Psi, M.Psi selaku Dosen Pembimbing saya yang dengan segala ilmu, waktu, serta bimbingannya menghantarkan saya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Dr. Syafrizaldi S.Psi, M.Si selaku Ketua dalam sidang meja hijau saya yang telah memberikan waktu dan ilmunya.
8. Ibu Babby Hasmainsi S.Psi, M.Si selaku Dosen penguji yang telah memberikan waktu dan ilmunya untuk membantu saya menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

9. Ibu Adelin Australiati Saragih, S.Psi, M.Psi, Psikolog selaku Sekretaris yang telah memberikan waktu dan arahnya kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh Dosen Fakultas Psikologi yang telah memberikan banyak ilmu yang bermanfaat selama masa perkuliahan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Seluruh Staff yang telah membantu dalam mengurus keperluan administrasi terkait penyusunan skripsi.
12. Owner dan pelanggan Sun Thai Tea Stabat yang telah bersedia menjadi sampel dan tempat penelitian saya.
13. Kedua Orang Tua saya Bapak M.H Silitonga dan Ibu Lismani Sitorus yang tidak pernah lepas memberikan dukungan secara emosional dan finansial serta doa sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
14. Kakak saya Putri Silitonga, Cindy haloho serta adik saya Diva Silitonga, Chelse Panjaitan, dan Julius Sihaloho yang senantiasa menyemangati dan mendoakan saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
15. Sahabat seperjuangan perkuliahan dan pertongkorongan Mony, Vidi, Pone, Agus, Juan yang selalu menjadi tempat keluh kesah dan tempat berbagi motivasi dalam pengerjaan skripsi ini.
16. Teman sepekerjaan saya kak Cindy, Rizka, Nike yang senantiasa membantu dan mendukung dalam penyusunan skripsi ini.
17. Diri saya sendiri atas kehebatannya bisa bertahan sejauh ini dan mampu mengerjakan skripsi ini.

Motto

“Baik menjadi orang penting, tapi lebih penting menjadi orang baik.”

Drs. Hoegeng Imam Santoso



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
ABSTRAK	iv
RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
MOTTO	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I - PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II - TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Kualitas Pelayanan	9
1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	9
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	10
3. Aspek-aspek Kualitas Pelayanan	12
B. Remaja.....	15
1. Pengertian Remaja	15
2. Tahapan masa remaja.....	16
3. Tugas perkembangan remaja	20
4. Aspek perkembangan remaja.....	20
C. Kerangka Konseptual	26
BAB III - METODE PENELITIAN	27
A. Tipe Penelitian.....	27
B. Identifikasi Variabel Penelitian	27
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian	27
D. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	28
1. Populasi.....	28
2. Sampel	28
E. Metode Pengumpulan Data	29
F. Validitas dan Relibilitas	33
1. Uji Validitas.....	33
2. Uji Reliabilitas	33

G. Metode Analisis Data	34
BAB IV - HASIL DAN PEMBAHASAN	35
A. Orientasi Kancha Penelitian	35
B. Persiapan Penelitian	36
1. Persiapan Administrasi	36
2. Persiapan Alat Ukur.....	36
C. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	39
1. Uji Validitas.....	39
2. Uji Reliabilitas	40
D. Pelaksanaan Penelitian	41
E. Analisis Data dan Hasil Penelitian	42
F. Hasil Perhitungan Mean Hipotetik dan Mean Empirik	43
1. Mean Hipotetik	43
2. Mean Empirik dan SD	44
G. Kriteria.....	44
H. Pembahasan	48
BAB V - SIMPULAN DAN SARAN	54
A. Simpulan.....	54
B. Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA.....	57

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Kisi-kisi instrumen penelitian Ekspektasi	30
Tabel 2. Kisi-kisi instrumen penelitian Persepsi	31
Tabel 3. Kisi-kisi instrumen penelitian Ekspektasi	37
Tabel 4. Kisi-kisi instrumen penelitian Persepsi	38
Tabel 5. Uji Validitas skala persepsi	40
Tabel 6. Uji Validitas skala ekspektasi	40
Tabel 7. Uji Reliabilitas	41
Tabel 8. Data Jenis Kelamin dan Usia Responden	42
Tabel 9. Mean Empirik dan SD	44
Tabel 10. Persentil dan Ekuivalensi Pada Sistem Skor Standar	45
Tabel 11. Hasil Perhitungan Nilai Rata-rata Hipotetik dan Nilai Rata-rata Empirik	46
Tabel 12. Kontribusi Aspek terhadap Variabel Kualitas Pelayanan.....	46
Tabel 13. Sebaran Responden Tingkat Kualitas Pelayanan pada Outlet Minuman Sun Thai Tea di Kecamatan Stabat	47

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini pertumbuhan sektor industri makanan dan minuman di Indonesia termasuk cukup berkembang dan besar. Hal ini sejalan dengan pertumbuhan jumlah penduduk Indonesia yang telah mendekati 270 juta jiwa. Makanan dan minuman merupakan hal yang utama dalam memenuhi kebutuhan primer manusia. Tingginya minat manusia saat ini terhadap makanan dan minuman untuk memenuhi kebutuhan diri memicu banyak pengusaha untuk berlomba-lomba membuka gerai atau *outlet* makanan dan minuman. Demi mempertahankan usahanya dari persaingan ketat di dunia bisnis, pengusaha haruslah mampu memenuhi kepuasan dari pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah suatu kondisi dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan terhadap sebuah produk dan jasa, sesuai atau terpenuhi dengan penampilan dari produk dan jasa. Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkat dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang (*repeat buyer*) atau kesetiaan yang berlanjut. Salah satu faktor dalam meraih kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Dari pelayanan yang berkualitas memberikan kepuasan bagi pelanggan yang akan berdampak pada peningkatan penjualan produk suatu perusahaan (Andriani, 2012).

Kualitas pelayanan menjadi salah satu aspek penting dalam keberhasilan suatu usaha. Kualitas pelayanan merupakan suatu upaya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa besar adanya perbedaan antara realitas dan ekspektasi para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Apabila pelayanan yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan tersebut akan dipandang baik atau positif. Demikian juga sebaliknya apabila pelayanan yang dirasakan tidak sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan dapat dikatakan tidak baik. Kualitas pelayanan dikatakan baik jika perusahaan dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan sehingga pelanggan merasa puas (Adi, 2012).

Kualitas pelayanan menjadi hal penting bagi pelanggan. Pelanggan membandingkan antara apa yang mereka harapkan dengan apa yang benar-benar mereka terima dalam proses pembelian (Lovelock, 2002). Segala bentuk perilaku serta interaksi antara pelanggan dengan produsen akan selalu diingat oleh pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik merupakan suatu hal yang menunjukkan rasa peduli terhadap pelanggan. Pelanggan yang puas juga akan terdorong untuk merekomendasikan produk yang digunakan kepada orang yang dikenalnya sehingga dapat menarik pelanggan baru.

Penelitian yang dilakukan oleh (Siregar, 2021) pada cafe kopi memberikan hasil bahwa kualitas pelayanan berkontribusi sebesar 80% terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian pada penelitian yang dilakukan (Gandhy, 2018) pada gerai Dunkin Donut kualitas pelayanan memberikan kontribusi sebesar 86,7% pada

kepuasan pelanggannya. Penelitian yang dilakukan oleh (Muharsih, 2021) pada pelanggan ojek *online* di Karawang memberikan hasil bahwa kualitas pelayanan memberi pengaruh positif pada kepuasan pelanggan yaitu berkontribusi sebesar 1,7%.

Pelayanan akan mulai diberikan dan diterima oleh pelanggan sebelum pelanggan menerima produk atau jasa yang mereka inginkan atau butuhkan. Pelanggan akan menerima respon dan perilaku sebagai bentuk pelayanan dari pihak produsen. Untuk setiap transaksi yang dilakukan, pelanggan berhak menuntut pelayanan yang maksimal dari perusahaan sebagai penyedia layanan. Makanan yang lezat dan minuman yang nikmat juga bukan merupakan jaminan atas kepuasan pelanggan tanpa didukung oleh kualitas pelayanan yang baik. Hal ini didukung oleh pernyataan Orilio (2005) yang menyatakan bahwa udang galah yang sangat lezat sekalipun akan terasa tidak enak jika pelayanan yang disampaikan tidak baik. Kualitas produk yang baik sering kali membuat produsen lupa bahwa bukan hanya produk saja yang dapat dirasakan oleh pelanggan, melainkan hal-hal berupa jasa pelayanan juga memberikan rasa puas atau tidaknya seorang pelanggan.

Menurut Parasuraman (2001) kualitas pelayanan memiliki aspek dalam pengukurannya, yaitu menyangkut *tangibles* (bukti fisik), *reability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (empati). Bukti fisik (*tangibles*) merupakan bagian dari kemampuan sebuah perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak luar atau eksternal. Penampilan serta sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan, merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan. Hal ini berupa bentuk

fisik seperti gedung, kursi, meja, lampu, teknologi, penampilan para pegawai, dan perlengkapan lainnya. Pengertian bukti fisik dalam kualitas pelayanan adalah bentuk aktualisasi nyata secara fisik dapat dilihat atau digunakan oleh pegawai, sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya terhadap seseorang yang menginginkan serta membutuhkan pelayanan sehingga merasapuas atas pelayanan yang diperoleh. Martul (2004) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berupa kondisi fisik merupakan bentuk kualitas pelayanan nyata yang memberikan adanya apresiasi dan membentuk *image* positif bagi setiap individu yang dilayaninya, dan menjadi penilaian dalam menentukan kemampuan dari pengembangan pelayanan tersebut.

Setelah bukti fisik ada keandalan (*reliability*) yang merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. Dimensi pelayanan *reliability* (keandalan) merupakan suatu hal yang sangat penting dalam dinamika kerja suatu organisasi. Keandalan merupakan bentuk ciri khas atau karakteristik dari pegawai yang memiliki prestasi kerja yang tinggi. Keandalan dalam memberikan pelayanan dapat dilihat dari bentuk pelayanan yang diberikan sesuai dengan tingkat pengetahuan yang dimiliki seperti, mampu dan terampil menguasai bidang kerja yang diterapkan, keandalan dalam penguasaan bidang kerja sesuai pengalaman kerja yang ditunjukkan, dan keandalan menggunakan teknologi kerja.

Selanjutnya ada ketanggapan (*responsiveness*), yang merupakan suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsiveness*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Hal ini memerlukan adanya penjelasan yang bijaksana, mendetail, membina, mengarahkan, dan membujuk agar menyikapi segala bentuk-bentuk prosedur dan mekanisme kerja yang berlaku dalam suatu organisasi sehingga bentuk pelayanan mendapat respon positif (Parasuraman, 2001).

Kemudian jaminan (*assurance*) yang merupakan bentuk umpan balik dari bentuk pelayanan. Setiap bentuk pelayanan memerlukan adanya kepastian atas pelayanan yang diberikan. Bentuk kepastian dari suatu pelayanan sangat ditentukan oleh jaminan dari produsen yang memberikan pelayanan sehingga orang yang menerima pelayanan merasa puas dan yakin bahwa segala bentuk urusan pelayanan yang dilakukan akan tuntas dan selesai sesuai dengan kecepatan, ketepatan, kemudahan, kelancaran, dan kualitas layanan yang diberikan (Parasuraman, 2001). Jaminan atas pelayanan yang diberikan oleh pegawai ditentukan oleh *performance* atau kinerja pelayanan. Dengan jaminan layanan diyakini bahwa pihak perusahaan mampu memberikan pelayanan yang andal, mandiri, dan profesional yang berdampak pada kepuasan pelayanan yang diterima.

Kemudian yang terakhir ada empati (*empathy*) yaitu suatu perhatian, keseriusan, simpatik, pengertian dan keterlibatan pihak-pihak yang berorientasi dengan pelayanan, untuk mengembangkan dan melakukan aktivitas pelayanan sesuai dengan tingkat pengertian dan pemahaman dari masing-masing pihak tersebut. Pihak yang memberi pelayanan harus memiliki empati dalam memahami

masalah dari pihak yang ingin dilayani, dan pihak yang dilayani semestinya memahami keterbatasan dan kemampuan orang yang melayani sehingga keterpaduan antara pihak yang melayani dan dilayani memiliki perasaan yang sama. Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi atau individual kepada pelanggan merupakan perilaku yang berupaya untuk memahami keinginan pelanggan.

Suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu operasional yang nyaman bagi pelanggan. Selain pencapaian keuntungan pihak produsen harus mempertimbangkan kepuasan pelanggan. Hal yang perlu diperhatikan dalam memberikan pelayanan adalah mendengar suara pelanggan secara langsung, dengan maksud untuk memperoleh umpan balik (*feedback*) berupa tanggapan pelanggan tentang sarana dan prasarana yang berhubungan dengan pelayanan. Hal ini berperan sebagai kontrol dan ukuran keberhasilan untuk mencapai kepuasan yang dirasakan pelanggan.

Pada *outlet* minuman yang menjadi tempat penelitian penulis, *outlet* berlokasi dekat dengan sekolah SMA dimana pelanggan kebanyakan dari siswa/i SMA tersebut yang berusia remaja. Dari pernyataan beberapa pelanggan mengatakan bahwa produk yang disajikan sangatlah memuaskan namun pelayanan yang diberikan dinilai kurang memuaskan karena pelanggan menunggu dalam waktu yang cukup lama dan membuat perasaan sedikit kecewa, namun terobati oleh kualitas produk yang disajikan. Ramainya pembelian pada *outlet* minuman menuntut karyawan lebih andal dan cepat tanggap agar harapan dari pelanggan

terpenuhi. Bukti fisik pelayanan pada *outlet* contohnya fasilitas tempat parkir dinilai kurang memuaskan karena lokasinya tepat dipinggir jalan raya, membuat tidak leluasa untuk memarkirkan kendaraan. Apalagi saat ini seluruh masyarakat menginginkan segala sesuatu didapatkan secara cepat dan mudah, hal ini merupakan bagian dari kualitas layanan yang harus memberikan keandalan serta ketanggapan yang baik demi memenuhi harapan pelanggan.

Dapat dikatakan bahwa kelima dimensi yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati) memberikan kontribusi terhadap kualitas layanan kepada pelanggan. Penelitian oleh Situmorang (2019) di Puskesmas menunjukkan bahwa dimensi kualitas layanan yang tertinggi adalah *assurance* (jaminan) dengan skor gap negatif yaitu -1,71 dan yang terendah adalah *empathy* (empati) dengan skor gap negatif yaitu -2,43. Sedangkan penelitian oleh Jayanti (2015) di Cafédimensi yang tertinggi adalah *tangibles* (bukti fisik) yaitu 70,5% sedangkan yang terendah adalah dimensi *assurance* (jaminan) dengan nilai persentase sebesar 43,5%. Namun, penelitian-penelitian tersebut belum memberikan informasi mengenai dimensi mana yang paling besar kontribusinya terhadap kualitas layanan yang dipersepsikan oleh pelanggan. Informasi tersebut sangat diperlukan oleh perusahaan untuk dapat memfokuskan layanannya sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dimensi kualitas pelayanan pada *outlet* minuman Sun Thai Tea. Untuk itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Kualitas Pelayanan Pada *Outlet* Minuman Sun Thai Tea di Kecamatan Stabat”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana kualitas pelayanan pada *outlet* minuman Sun Thai Tea Kecamatan Stabat?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan pada *outlet* minuman Sun Thai Tea Kecamatan Stabat.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan di bidang psikologi khususnya psikologi industri dan organisasi tentang kualitas pelayanan. Di sisi lain, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai kajian untuk penelitian selanjutnya.

2. Secara praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak perusahaan dalam mengumpulkan informasi lebih lanjut terkait dengan upaya peningkatan kualitas pelayanan di *outlet* Sun Thai Tea sehingga menjadi masukan yang berarti dalam meningkatkan kepuasan pelanggannya. selain perusahaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman baru terhadap pelanggan sebagai subjek penelitian dan diharapkan dapat memberikan kualitas pelayanan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh para pelanggan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menjadi salah satu aspek penting dalam keberhasilan suatu usaha. Adapun kualitas pelayanan merupakan suatu upaya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pelanggan tidak hanya menilai dari hasil jasa, tetapi juga dari proses penyampaian jasa tersebut. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan.

Menurut Parasuraman et al., (2001) bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian pelanggan terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected service*). Kualitas pelayanan tidak hanya menarik pelanggan baru dari perusahaan pesaing tetapi juga mendorong niat pembelian kembali (Venetis & Ghauri, 2004). Kualitas pelayanan akan menjadi indikator dalam meningkatkan kepuasan seorang pelanggan. Jika kualitas yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan maka pelanggan akan setia atau loyal terhadap produk yang dihasilkan (Bulan, 2016; Saripudin et al., 2021)

Kualitas pelayanan menurut Kotler (2012) adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang baik pula bagi perusahaan karena akan menjadi pelanggan yang loyal dan memberikan keuntungan bagi perusahaan (Roesdijanto dkk., 2016). Menurut Tjiptono (2012), kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik atau memuaskan. Jika jasa atau pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan atau jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal.

Berdasarkan definisi kualitas pelayanan yang telah dipaparkan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan pelanggan. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan, dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan pelanggan.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman (dalam Tjiptono, 2008) faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diharapkan (*expectedservice*) dan persepsi terhadap pelayanan (*perceivedservice*). Artinya perusahaan untuk dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang, maka perusahaan dituntut untuk mampu

memberikan pelayanan berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Sedangkan menurut Lupiyoadi (2010) kualitas pelayanan dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut:

a. Kepemimpinan

Karyawan membangun kepemimpinan pada dirinya agar memiliki motivasi kerja yang tinggi sehingga dapat memberikan pelayanan yang maksimal.

b. Semangat kerja tim

Semangat kerja tim dapat melibatkan partisipasi karyawan melalui pembagian informasi dan pengambilan keputusan sehingga dapat memperkuat komitmen untuk menampilkan yang terbaik.

c. Teknologi

Pemanfaatan teknologi dilakukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Teknologi lunak seperti sistem dan metode kerja yang inovatif sebagai efisiensi arus kerja untuk menunjang keberhasilan pelayanan kepada pelanggan.

d. Kepuasan kerja karyawan

Saat karyawan merasakan kepuasan kerja, aktualisasi potensi kerja karyawan dapat terwujud, salah satunya yaitu dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dipengaruhi oleh faktor kepemimpinan, semangat kerja tim untuk memperkuat komitmen dalam menampilkan pelayanan yang terbaik, teknologi yang digunakan dalam memberikan layanan, serta kepuasan kerja karyawan.

3. Aspek-aspek Kualitas Pelayanan

Parasuraman (2001) mengemukakan konsep kualitas pelayanan yang berkaitan dengan kepuasan ditentukan oleh lima unsur yang biasa dikenal dengan istilah kualitas pelayanan “RATER” (*responsiveness, assurance, tangibles, empathy, dan reliability*). Kualitas pelayanan merupakan segala bentuk aktualisasi kegiatan pelayanan yang memuaskan orang-orang yang menerima pelayanan yang tanggap (*responsiveness*), memberikan jaminan (*assurance*), menunjukkan bukti fisik (*tangibles*) yang dapat dilihatnya, berdasarkan empati (*empathy*) dari orang-orang yang memberikan pelayanan, serta memiliki keandalan (*reliability*) yang diwujudkan dengan konsistensi untuk memuaskan yang menerima pelayanan.

Lebih jelasnya lagi dapat diuraikan mengenai bentuk-bentuk aplikasi kualitas pelayanan dengan menerapkan konsep “RATER” yang dikemukakan oleh Parasuraman (2001), sebagai berikut:

1. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Hal ini memerlukan adanya penjelasan yang bijaksana, mendetail, membina, mengarahkan, dan membujuk agar menyikapi segala bentuk-bentuk prosedur dan mekanisme kerja yang berlaku dalam suatu organisasi sehingga bentuk pelayanan mendapat respon positif (Parasuraman, 2001).

2. Jaminan (*Assurance*)

Setiap bentuk pelayanan memerlukan adanya kepastian atas pelayanan yang diberikan. Bentuk kepastian dari suatu pelayanan sangat ditentukan oleh jaminan dari pegawai yang memberikan pelayanan. Dengan demikian, orang yang menerima pelayanan merasa puas dan yakin bahwa segala bentuk urusan pelayanan yang diberikan. Layanan diberikan berfokus pada kecepatan, ketepatan, kemudahan, kelancaran, dan kualitas (Parasuraman, 2001).

3. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Pengertian bukti fisik dalam kualitas pelayanan adalah bentuk aktualisasi nyata secara fisik yang dapat dilihat atau digunakan oleh pegawai sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya terhadap seseorang yang membutuhkan pelayanan. Hal itu sekaligus menunjukkan prestasi kerja atas pemberian pelayanan yang diberikan (Parasuraman, 2001).

4. Empati (*Empathy*)

Setiap kegiatan atau aktivitas pelayanan memerlukan adanya pemahaman dan pengertian terhadap suatu hal yang berkaitan dengan pelayanan. Pelayanan akan berjalan lancar dan berkualitas apabila setiap pihak yang berorientasi pada pelayanan memiliki rasa empati atau perhatian dalam menyelesaikan, mengurus, dan berkomitmen yang sama terhadap pelayanan (Parasuraman, 2001).

5. Keandalan (*Reliability*)

Setiap pelayanan memerlukan bentuk pelayanan yang andal, artinya dalam memberikan pelayanan, setiap pegawai diharapkan memiliki kemampuan dalam pengetahuan, keahlian, kemandirian, penguasaan diri, dan profesionalisme kerja yang tinggi. Dengan layanan yang andal, aktivitas kerja yang dilakukan menghasilkan bentuk pelayanan yang memuaskan, tanpa ada keluhan dan kesan berlebihan atas pelayanan yang diterima oleh pelanggan (Parasuraman, 2001). Inti pelayanan keandalan adalah setiap pegawai memiliki kemampuan yang dapat dipercaya dengan mengetahui prosedur kerja, mekanisme kerja, memperbaiki berbagai kekurangan atau penyimpangan yang tidak sesuai dengan prosedur kerja. Kemudian mampu menunjukkan,

mengarahkan serta memberikan arahan yang benar terhadap setiap bentuk pelayanan yang belum dimengerti oleh pelanggan (Parasuraman, 2001).

Menurut Kotler (dalam Supranto 2006) terdapat lima determinan kualitas jasa yang dapat dirincikan sebagai berikut:

1. Keandalan (*reliability*): kemauan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya
2. Keresponsifan (*responsiveness*): kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau ketanggapan
3. Keyakinan (*confidence*): pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan atau “assurance”
4. Empati (*empathy*): kemauan untuk memberikan rasa peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan
5. Berwujud (*tangible*): penampilan fisik berupa peralatan, personel, dan media komunikasi.

Berdasarkan aspek-aspek kualitas pelayanan yang telah dipaparkan di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa ada lima dimensi pokok yang menentukan kualitas pelayanan yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati).

B. Remaja

1. Pengertian Remaja

Istilah *adolescence* atau remaja berasal dari kata latin *adolescere* (kata bendanya, *adolescentia* yang berarti remaja) yang berarti “tumbuh” atau “tumbuh menjadi dewasa”(Hurlock, 1999). Istilah *adolescence* seperti yang dipergunakan saat ini, mempunyai arti yang lebih luas mencakup kematangan mental, emosional, sosial, dan fisik (Piaget dalam Hurlock, 1991). Pada umumnya masa remaja adalah masa belajar disekolah menengah pertama atau setingkat (A. M. P Knoers Dkk, 1982).

Menurut Papalia, Olds & Feldman (2004) remaja adalah “*developmental transition between childhood and adulthood entailing major physical, cognitive, and psychosocial changes*”. Pendapat yang dikemukakan oleh Papalia, Olds & Feldman (2004) itu menjelaskan bahwa remaja sebenarnya tidak mempunyai tempat yang jelas karena tidak termasuk golongan anak tetapi tidak juga golongan dewasa. Sementara itu, Syamsu (2004) mengatakan bahwa fase remaja merupakan segmen perkembangan individu yang sangat penting yang diawali dengan matangnya organ-organ fisik (seksual) sehingga mampu bereproduksi.

Batasan usia remaja biasanya dimulai dari usia 11 atau 12 tahun sampai akhir dari masa remaja adalah awal usia dua puluhan. Monks (1999) memberi batasan usia remaja dari usia 12-21 tahun. Sedangkan Stanley Hall (dalam Santrock, 2003) justru merentangkan usia remaja berawal dari 12 tahun sampai usia 23 tahun. Sementara itu, Hurlock (2004) mengemukakan bahwa masa remaja dimulai dari usia 13 tahun hingga 18 tahun.

Dapat disimpulkan bahwa remaja merupakan salah satu tahapan perkembangan manusia dari masa kenak-kanak menuju dewasa. Hal ini juga

berkaitan dengan perubahan secara fisik, sosial, emosional serta kepribadian seseorang. Remaja juga ditandai dengan usia yaitu, ketika seseorang memasuki usia belasan tahun.

2. Tahapan masa remaja

Menurut Pratama, dkk (2021) terdapat beberapa tahapan perkembangan pada masa remaja, sebagai berikut:

1) Remaja awal

Seorang remaja pada tahap ini dalam usia 10 hingga 12 tahun, menjadi seseorang yang masih takjub dengan perubahan yang terjadi pada tubuhnya sendiri. Kemudian pada tahap ini remaja mulai mengembangkan pemikiran baru, cepat tertarik pada lawan jenis, dan mudah terangsang. Hanya dipeluk oleh lawan jenis, sudah berfantasi tentang erotisme.

2) Remaja madya

Tahap ini dalam usia 13 sampai 15 tahun. Pada tahap ini, remaja sangat membutuhkan teman, serta senang memiliki banyak teman. Ada kecenderungan “narsis” untuk mencintai diri sendiri dengan menyukai teman yang memiliki kualitas yang sama. Pada masa ini remaja mulai mengalami kebingungan memilih yang mana dalam bersikap, menjadi seperti acuh tak acuh. Pada tahap ini remaja laki-laki harus membebaskan diri dari *Oedipus complex* (perasaan cinta pada ibu sendiri di masa kanak-kanak) dengan memperdalam hubungan dengan lawan jenis.

3) Remaja akhir

Fase ini remaja berusia 16 sampai 19 tahun, ini merupakan fase pematangan menuju pertumbuhan dan ditandai dengan tercapainya lima hal, yaitu

tumbuhnya minat terhadap fungsi-fungsi akal, ego mencari peluang untuk terikat dengan orang lain dan mendapatkan pengalaman baru, membentuk identitas seksual yang tidak akan pernah berubah lagi, keegoisan (terlalu egois) digantikan oleh keseimbangan antara kepentingan diri sendiri dan orang lain, membangun "tembok" yang memisahkan diri pribadi dan masyarakat umum.

Menurut Monks (1998), batasan usia remaja dimulai dari usia 12 hingga 21 tahun yang dibagi menjadi tiga tahap yaitu remaja awal (12-15 tahun), remaja pertengahan (15-18 tahun), dan remaja akhir (18-21 tahun).

1) Remaja awal

Dalam tahapan ini remaja menyesuaikan diri dengan adanya impuls dan juga perubahan-perubahan yang terjadi dalam diri mereka. Pada tahap ini seseorang akan berusaha untuk terhindar dari penolakan sosial dengan membentuk kode moral yang berkaitan dengan baik dan buruk. Seseorang menganggap baik dan buruk dari sesuatu yang diterima atau ditolak lingkungan. Rasa ingin tahu remaja untuk mengetahui dunia luar meningkat dan tidak ingin diperlakukan sebagai anak-anak lagi akan tetapi belum mampu beralih dari pola kekanakan yang dimiliki.

2) Remaja pertengahan

Pada tahap ini, remaja memasuki fase kebingungan dan juga mengalami masalah dalam pembentukan moral karena terjadinya penerapan konsep benar atau salah yang tidak konsisten. Misalnya saja seperti keraguan akan perilaku mencontek yang dijumpai saat berada di sekolah. Perilaku mencontek ini dianggap lumrah, sehingga menganggap teman-teman akan mengabaikan hal ini, serta membenarkannya jika ada tekanan dari lingkungan untuk mencapai nilai yang baik sebagai penunjang keberhasilan dimasa yang akan datang. Pada

fase ini remaja mulai menyadari kewajiban mempertahankan dan menjalankan norma yang ada, namun belum dapat mempertanggungjawabkannya secara pribadi.

3) Remaja akhir

Pada fase ini, remaja telah mampu untuk melihat secara keseluruhan pada norma sosial yang ada. Remaja mulai mau untuk diatur oleh hukum-hukum yang ada dengan lebih ketat. Timbulnya kesadaran bahwa aturan dipatuhi sebagai cara untuk mempertahankan fungsi sosial, bukan sebagai bentuk ketakutan.

Sedangkan menurut Sarwono & Hurlock (2011) ada tiga tahap perkembangan remaja, yaitu:

1) Remaja awal (*early adolescence*) 11-13 tahun

Seorang remaja pada tahap ini masih heran akan perubahan-perubahan yang terjadi pada tubuhnya. Remaja mengembangkan pikiran-pikiran baru, cepat tertarik pada lawan jenis, dan mudah terangsang secara erotis. Pada tahap ini remaja awal sulit untuk mengerti dan dimengerti oleh orang dewasa. Remaja ingin bebas dan mulai berpikir abstrak.

2) Remaja madya (*middle adolescence*) 14-16 tahun

Pada tahap ini remaja sangat membutuhkan teman-teman. Remaja merasa senang jika banyak teman yang menyukainya. Ada kecenderungan narsistik, yaitu mencintai diri sendiri, dengan menyukai teman-teman yang mempunyai sifat yang sama pada dirinya. Remaja cenderung berada dalam kondisi kebingungan karena ia tidak tahu harus memilih yang mana. Pada fase remaja madya ini mulai timbul keinginan untuk berkencan dengan lawan jenis dan

berkhayal tentang aktivitas seksual sehingga remaja mulai mencoba aktivitas-aktivitas seksual yang mereka inginkan.

3) Remaja akhir (*late adolescence*) 17-18 tahun

Tahap ini adalah masa konsolidasi menuju periode dewasa yang ditandai dengan pencapaian 5 (lima) hal, yaitu minat yang makin mantap terhadap fungsi-fungsi intelek, egonya mencari kesempatan untuk bersatu dengan orang-orang dan dalam pengalaman-pengalaman yang baru, terbentuk identitas seksual yang tidak akan berubah lagi, egosentrisme (terlalu memusatkan perhatian pada diri sendiri, dan tumbuh “dinding” yang memisahkan diri pribadinya (*private self*) dan publik.

Berdasarkan dari beberapa teori tahapan perkembangan remaja menurut para ahli yang telah dipaparkan diatas dapat disimpulkan, bahwa pada tahap awal remaja masih merasa kebingungan akan apa yang terjadi pada diri mereka. Remaja juga masih merasa canggung dengan perubahan-perubahan fisik dan psikis yang terjadi dalam diri mereka sendiri. Namun pada tahap remaja tengah, mulai ada perasaan nyaman dengan kondisi mereka dan mulai merasa mereka memilih teman dan pengalaman yang sama dengan remaja lainnya. Pada tahap remaja akhir sikap positif dan kematangan diri remaja semakin terbentuk, hal ini juga harus dengan adanya dorongan positif dari orangtua dan lingkungan sekitar.

3. Tugas perkembangan remaja

Jahja (2011) mengemukakan tugas-tugas perkembangan masa remaja sebagai berikut:

1. Menerima fisiknya sendiri berikut keragaman kualitasnya
2. Mencapai kemandirian emosional dari orangtua atau figur-figur yang mempunyai otoritas
3. Mengembangkan keterampilan komunikasi interpersonal dan bergaul dengan teman sebaya, baik secara individual maupun kelompok
4. Menemukan manusia sebagai role model yang dijadikan identitas pribadinya
5. Menerima dirinya sendiri dan memiliki kepercayaan terhadap kemampuannya sendiri
6. Memperkuat *self-control* (kemampuan mengendalikan diri) atas dasar skala nilai, prinsip-prinsip, atau falsafah hidup.

4. Aspek perkembangan remaja

Dalam masa perkembangan remaja, ada beberapa aspek didalamnya yaitu aspek fisik, kognitif, sosial, emosi, moral, dan kepribadian.

1) Aspek Fisik

Masa remaja diawali dengan masa pubertas, yaitu masa terjadinya perubahan-perubahan fisik (meliputi penampilan fisik seperti bentuk tubuh dan proporsi tubuh) dan fungsi fisiologis walaupun pertumbuhan fisik remaja masih jauh dari sempurna. Pertumbuhan dan perkembangan fisik sangat pesat pada usia 12 hingga 18 tahun. Pada masa ini remaja merasakan ketidaknyamanan dan ketidakharmonisan pada diri mereka karena anggota badan dan otot-ototnya tumbuh secara tidak seimbang. Perubahan fisik yang terjadi pada masa pubertas

ini merupakan peristiwa yang paling penting dan cepat. Berikut ini perubahan fisik selama masa remaja (Hurlock,2011):

Perubahan Eksternal

1. Tinggi Rata-rata anak perempuan mencapai tinggi yang matang antara usia 17 thn dan 18 th, sementara anak laki-laki mencapai tingginya pada usia 19 tahun.
2. Berat Perubahan berat badan biasanya mengikuti perubahan tinggi badan. Tetapi berat badan yang sekarang ini tersebar ke bagian-bagian tubuh yang tadinya hanya sedikit mengandung lemak atau bahkan tidak sama sekali.
3. Proporsi Tubuh Berbagai anggota tubuh lambat laun mencapai perbandingan tubuh yang baik. Misalnya badan melebar dan memanjang sehingga anggota badan tidak lagi terlihat memanjang.
4. Organ Seks Baik organ seks pria maupun wanita mencapai ukuran yang matang pada akhir masa remaja.
5. Ciri-ciri Seks Sekunder Seks sekunder mencapai kematangannya pada akhir masa remaja.

Perubahan Internal

1. Sistem Pencernaan Perut menjadi lebih panjang dan tidak lagi berbentuk pip, usus bertambah panjang dan bertambah besar, otot-otot diperut dan dinding-dinding usus menjadi lebih tebal dan kuat, hati bertambah berat dan kerongkongan bertambah panjang.
2. Sistem Peredaran Darah Jantung tumbuh pesat selama masa remaja pada usia 17 atau 18 tahun,beratnya dua belas kali berat waktu lahir. Panjang dan tebal dinding pembuluh darah meningkat dan mencapai kematangan bilamana jantung sudah matang.

3. Sistem Pernapasan Kapasitas paru-paru remaja perempuan hampir matang pada usia 17 tahun sementara remaja laki-laki mencapai kematangannya beberapa tahun kemudian.
4. Sistem Endokrin Kegiatan gonad yang meningkat pada masa puber menyebabkan ketidakseimbangan sementara dari seluruh sistem endokrin pada awal masa puber. Kelenjar-kelenjar seks berkembang pesat sesuai dengan fungsinya.
5. Jaringan tubuh Perkembangan kerangka berhenti rata-rata pada usia delapan belas. Jaringan selain tulang terus berkembang sampai tulang mencapai kematangan.

Selama masa remaja, perubahan tubuh ini akan semakin mencapai keseimbangan yang sifatnya individual. Di akhir masa remaja, ukuran tubuh remaja sudah mencapai bentuk akhirnya dan sistem reproduksi sudah mencapai kematangan secara fisiologis, sebelum akhirnya nanti mengalami penurunan fungsi pada saat awal masa lanjut usia. Sebagai akibat proses kematangan sistem reproduksi ini, seorang remaja sudah dapat menjalankan fungsi prokreasinya, artinya sudah dapat mempunyai keturunan. Meskipun demikian, hal ini tidak berarti bahwa remaja sudah mampu bereproduksi dengan aman secara fisik (Retnowati,2011).

2) Aspek kognitif

Menurut (Piaget, dalam Santrock 2002) perkembangan kognitif remaja meliputi dua hal yaitu pemikiran operasional dan pengambilan keputusan. Pemikiran operasional formal berlangsung antara usia 11 hingga 15 tahun. Pemikiran operasional formal lebih abstrak, idealis, dan logis daripada pemikiran

operasional konkret. Piaget yakin bahwa remaja semakin mampu menggunakan pemikiran deduktif hipotesis.

3) Aspek sosial

Percepatan perkembangan masa remaja berhubungan erat dengan terjadi pematangan seksualitas. Kondisi ini jugalah yang menyebabkan perubahan perkembangan sosial remaja. Sebelum masa pubertas biasanya anak laki-laki atau perempuan membuat kelompok berdasarkan jenis kelaminnya. Tetapi pada masa remaja kelompok dibuat lebih karena lifestyle seperti kesamaan hobi, gaya rambut, pandangan dan sebagainya. Hal ini terjadi karena antar anggota kelompok merasa senasib, saling mengisi dan menerima satu dengan yang lainnya. Kondisi ini menurut Erick Erickson (Monks,1999) dikarenakan dalam tahap perkembangan sosialnya remaja memiliki 2 macam dorongan untuk dapat berdiri sendiri, yaitu:

1. Gerakkan memisahkan diri dari orangtua
2. Gerakkan menuju kearah teman sebaya

Erikson (Santrock,2004) juga menambahkan bahwa sebenarnya pada tahap ini remaja mengalami 'krisis' dari identity vs identity confusion (identity vs role confusion), sehingga mereka diharapkan menyelesaikan tahap ini agar mereka dapat menjadi orang dewasa yang unik dengan rasa yang sesuai akan diri dan nilai peran di masyarakat.

4) Aspek emosi

Menurut Jahja (2011) peningkatan emosional yang terjadi secara cepat pada masa remaja awal yang dikenal sebagai masa storm dan stress. Peningkatan emosional ini merupakan hasil dari perubahan fisik terutama hormon yang terjadi pada masa remaja. Dari segi kondisi sosial, peningkatan emosi ini merupakan

tanda bahwa remaja berada dalam kondisi yang berbeda dari masa-masa sebelumnya. Pada fase ini banyak tuntutan dan tekanan yang ditujukan kepada remaja, misalnya mereka diharapkan untuk tidak lagi bertingkah laku seperti anak-anak, mereka harus lebih mandiri, dan bertanggung jawab. Kemandirian dan tanggung jawab ini akan terbentuk seiring berjalannya waktu, dan akan tampak jelas pada remaja akhir yang duduk di awal masa perkuliahan.

5) Aspek moral

Menurut Santrock (2003), moral lebih kuat mengenai tingkah laku yang dapat diterima dan tidak dapat diterima, tingkah laku etis atau tidak etis, dan cara-cara dalam berinteraksi. Seorang remaja akan mengalami perkembangan moral, seiring dengan semakin luasnya ia berinteraksi. Pada awalnya, seorang remaja hanya berinteraksi di lingkungan kerluarganya. Disini pembentukan dasar-dasar moral terjadi dan akan menjadi acuan bagi para remaja ketika ia berinteraksi (Santrock, 2003).

Adapun yang dimaksud dengan perkembangan moral adalah perkembangan yang berkaitan dengan aturan mengenai apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia dalam interaksinya dengan orang lain (Santrock dalam Desmita, 2005). Pembentukan moral terasa sulit bagi remaja karena ketidak konsistenan dalam konsep benar dan salah yang ditemukannya dalam kehidupan sehari-hari yang membuat remaja bingung. Hal ini akan menjadi penghalang bagi remaja dalam proses pembentukan moralnya.

Perkembangan moral memiliki dimensi *intrapersonal*, yang mengatur aktivitas seseorang ketika dia tidak terlibat dalam interaksi sosial dan dimensi *interpersonal* yang mengatur interaksi sosial dan penyelesaian konflik (Santrock,

2005). Aspek-aspek perkembangan moral menurut Piaget (dalam Santrock, 2005) yaitu:

- a. Keinginan untuk bertanggung jawab
- b. Keinginan untuk mendapat keadilan
- c. Keinginan untuk menyelesaikan tugas

Menurut (Hurlock, 1999) ada empat faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan moral yaitu:

- a. Mempelajari apa yang diharapkan kelompok sosial dari anggotanya sebagaimana dicantumkan dalam hukum, kebiasaan, dan peraturan
- b. Mengembangkan hati nurani
- c. Belajar mengalami perasaan bersalah dan rasa malu bila perilaku individu tidak sesuai dengan harapan kelompok
- d. Mempunyai kesempatan untuk interaksi sosial untuk belajar apa saja yang diharapkan kelompok

Berdasarkan uraian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan moral ialah mempelajari apa yang diharapkan kelompok, mengembangkan hati nurani, belajar mengalami perasaan bersalah dan rasa malu, mempunyai kesempatan untuk interaksi sosial, faktor lingkungan, faktor pribadi anak juga ikut berperan dalam pembentukan kode moral.

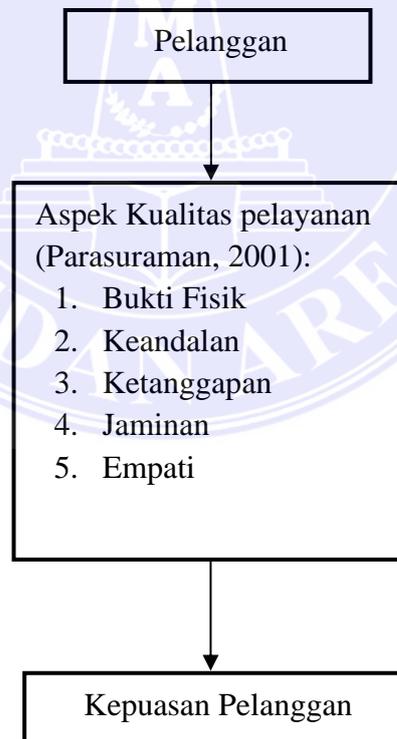
6) Aspek kepribadian

Pada awalnya kita mendefinisikan kepribadian sebagai karakteristik personal yang abadi (tetap) dari seorang individu. Ketika memasuki masa pubertas, setiap anak telah mempunyai sistem kepribadian yang merupakan pembentukan dari perkembangan selama ini. Diluar sistem kepribadian anak seperti perkembangan ilmu pengetahuan dan informasi, pengaruh media massa,

keluarga, sekolah, teman sebaya, budaya, agama, nilai dan norma masyarakat tidak dapat diabaikan dalam proses pembentukan kepribadian tersebut. pada masa remaja, seringkali berbagai faktor penunjang ini dapat saling mendukung dan dapat saling berbenturan nilai (Hurlock, 2004).

Pada masa remaja, perubahan kepribadian lebih disebabkan oleh konsep baik-buruk yang diperoleh dari teman sebaya. Standar kelompok merupakan dasar konsep ideal mengenai kepribadian mereka sehingga terkadang sulit bagi mereka untuk menyatakan kepribadian yang sudah terbentuk sejak masa kanak-kanak dengan konsep ideal teman sebaya.

C. Kerangka Konseptual



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Metode penelitian adalah prosedur atau langkah-langkah dalam mendapatkan pengetahuan ilmiah atau ilmu. Metode penelitian adalah cara sistematis untuk menyusun ilmu pengetahuan. Menurut Suryana (2010) metode penelitian merupakan serangkaian tata cara yang digunakan dalam mendapatkan pengetahuan ilmiah atau ilmu.

Tipe penelitian ini adalah penelitian menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah salah satu jenis penelitian yang bertujuan mendeskripsikan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi tertentu, atau mencoba menggambarkan fenomena secara detail (Lehmann; dalam Yusuf, 2014).

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari satu variabel yaitu Kualitas Pelayanan.

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati. Adapun definisi operasional dari variabel kualitas pelayanan adalah bentuk kinerja yang diberikan seseorang kepada orang lain dalam memenuhi kebutuhan,

keinginan dan harapan orang tersebut. Adapun variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini diukur melalui aspek-aspek kualitas pelayanan, yaitu *tangibles* (buktifisik), *reability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (empati). Kualitas pelayanan diungkap melalui jumlah skor total pada skala kualitas pelayanan dengan asumsi semakin tinggi jumlah skor pada skala maka semakin tinggi kualitas pelayanan dan sebaliknya semakin rendah jumlah skor pada skala maka semakin rendah tingkat kualitas pelayanan.

D. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Populasi dalam penelitian ini tidak mempunyai jumlah yang tetap sehingga populasi dalam penelitian ini disebut populasi infinit. maka populasi yang menjadi target dalam penelitian ini adalah individu yang pernah melakukan pembelian di *outlet* minuman Sun Thai Tea Kecamatan Stabat.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2013) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila peneliti melakukan penelitian terhadap populasi yang besar, sementara peneliti ingin meneliti tentang populasi tersebut dan peneliti memiliki keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel. Dengan Teknik pengambilan sampel yang tepat, hasil penelitian dapat digeneralisasikan kepada populasi yang

diteliti. Maknanya sampel yang diambil dapat mewakili atau representatif bagi populasi tersebut.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Teknik *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi yang dipilih untuk menjadi sampel (Sugiyono, 2018). Pada *purposive sampling*, penulis menarik sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Kriteria responden yang digunakan penulis adalah pelanggan yang sudah pernah melakukan pembelian di *Outlet* minuman Sun Thai Tea Kecamatan Stabat minimal 2 kali dan berumur 13-21 tahun. Jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang.

E. Metode Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Skala Likert. Menurut Saifuddin (2020) skala adalah suatu metode penelitian dengan menggunakan daftar pernyataan yang harus dijawab dan dikerjakan oleh orang yang menjadi subyek penelitian.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala kualitas pelayanan. Skala kualitas pelayanan yang digunakan adalah skala yang disusun dengan melakukan adaptasi terhadap alat ukur SERVQUAL yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) yang terdiri dari 2 bagian yaitu harapan/ekspektasi dan pelayanan yang diterima/persepsi pelanggan dimana setiap butir pernyataan dibagi menjadi 7 skala ukur. Dalam penelitian ini digunakan 7 tingkat (likert) diberikan bobot sebagai berikut.

1. Jawaban sangat setuju diberi bobot 7
2. Jawaban cukup setuju diberi bobot 6
3. Jawaban setuju diberi bobot 5
4. Jawaban netral diberi bobot 4
5. Jawaban cukup tidak setuju diberi bobot 3
6. Jawaban tidak setuju diberi bobot 2
7. Jawaban sangat tidak setuju diberi bobot 1

Skala kualitas pelayanan berdasarkan aspek-aspek yang dikemukakan oleh Parasuraman (2001), yaitu *tangibles* (buktifisik), *realibility* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (empati). Skala ini berbentuk skala likert dengan jumlah item sebanyak 44 butir.

Tabel 1. Kisi-kisi instrumen penelitian Ekspektasi

Variabel	Sub- variabel	Indikator	Jlh	No. pernyataan
Kualitas pelayanan	<i>Reliability</i>	Ketika perusahaan berjanji melakukan sesuatu, maka akan dilaksanakan	5	5,6,7,8,9
		Memberikan pelayanan yang dapat diandalkan		
		Pelayanan disajikan sesuai dengan waktu yang dijanjikan		
		Memperhatikan catatan		
		Menginformasikan kapan pelayanan dilaksanakan		
	<i>Responsiveness</i>	Memberikan pelayanan dengan cepat	4	10,11,12,13
		Karyawan selalu siap membantu pelanggan		
		Karyawan tidak sibuk untuk menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat		
		Karyawan dapat dipercaya		

	<i>Assurance</i>	Pelanggan merasa aman saat bertransaksi	4	14,15,16,17
		Karyawan berperilaku sopan		
		Karyawan mendapat dukungan dari perusahaan dalam melakukan tugasnya		
		Perusahaan memberikan perhatian individual		
	<i>Emphaty</i>	Karyawan mengetahui kebutuhan pelanggan	5	18,19,20,21,22
		Inisiatif pelayanan		
		Jam operasional sesuai dengan kebutuhan pelanggan		
		Ketika pelanggan mengalami masalah, karyawan menunjukkan simpati dan meyakinkan		
		Pelayanan tanpa memandang status sosial		
	<i>Tangibles</i>	Memiliki peralatan terbaru	4	1,2,3,4
		Fasilitas fisik terlihat jelas		
		Penampilan pegawai		
		Penampilan fasilitas sesuai dengan pelayanan yang diberikan		
			22	22

Tabel 2. Kisi-kisi instrumen penelitian Persepsi

Variabel	Sub- variabel	Indikator	Jlh	No. pernyataan
Kualitas pelayanan	<i>Reliability</i>	Ketika perusahaan berjanji melakukan sesuatu, maka akan dilaksanakan	5	5,6,7,8,9
		Memberikan pelayanan yang dapat diandalkan		
		Pelayanan disajikan sesuai dengan waktu yang dijanjikan		
		Memperhatikan catatan		
		Menginformasikan kapan pelayanan dilaksanakan		

	<i>Responsiveness</i>	Memberikan pelayanan dengan cepat	4	10,11,12,13
		Karyawan selalu siap membantu pelanggan		
		Karyawan tidak sibuk untuk menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat		
		Karyawan dapat dipercaya		
	<i>Assurance</i>	Pelanggan merasa aman saat bertransaksi	4	14,15,16,17
		Karyawan berperilaku sopan		
		Karyawan mendapat dukungan dari perusahaan dalam melakukan tugasnya		
		Perusahaan memberikan perhatian individual		
	<i>Emphaty</i>	Karyawan mengetahui kebutuhan pelanggan	5	18,19,20,21,22
		Inisiatif pelayanan		
		Jam operasional sesuai dengan kebutuhan pelanggan		
		Ketika pelanggan mengalami masalah, karyawan menunjukkan simpati dan meyakinkan		
		Pelayanan tanpa memandang status sosial		
	<i>Tangibles</i>	Memiliki peralatan terbaru	4	1,2,3,4
		Fasilitas fisik terlihat jelas		
		Penampilan pegawai		
		Penampilan fasilitas sesuai dengan pelayanan yang diberikan		
			22	22

F. Validitas dan Relibilitas

1. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata "*validity*" yang mempunyai arti sejauhmana ketepatan (mampu mengukur apa yang hendak diukur) dan kecermatan suatu instrumen pengukuran melakukan fungsi ukurnya, yaitu dapat memberikan gambaran mengenai perbedaan yang sekecil-kecilnya antara subjek yang lain (Azwar, 2014). Pengukuran dapat dikatakan validitas yang tinggi apabila menghasilkan data secara akurat memberikan gambaran mengenai variabel yang diukur sesuai dengan tujuan pengukuran tersebut. Akurat yang dimaksud adalah tepat dan cermat sehingga jika tesnya menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran, maka pengukurannya memiliki validitas rendah. Validitas pada masing-masing skala yang diuji dalam penelitian ini menggunakan teknik *Konsistensi Internal* dengan memanfaatkan program IBM SPSS *Statistics 25 for windows* dengan koefisien validitas lebih dari 0,3 ($>0,3$).

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas alat ukur adalah untuk mencari dan mengetahui sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya. Reliabel dapat juga dikatakan kepercayaan, keterandalan, kejegan, kestabilan, konsistensi dan sebagainya. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama selama dalam diri subjek yang diukur memang belum berubah (Saifuddin, 2020).

Penelitian ini menggunakan uji reliabilitas pada skala kualitas pelayanan dengan memanfaatkan program IBM SPSS *Statistics 26 for Windows* dengan menggunakan koefisien reliabilitas Alpha Cronbach. Menurut Saifuddin (2020)

suatu suatu konstruk dapat dikatakan reliabel jika nilai koefisien reliabilitasnya adalah lebih dari 0,700 ($> 0,7$).

G. Metode Analisis Data

Penelitian ini diuji secara statistik dengan menggunakan teknik analisis regresi berganda (*multiple regression*). Analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua (Sugiyono, 2018). Data yang dikumpulkan kemudian akan dilakukan analisis statistik dengan memanfaatkan program IBM SPSS *Statistic 26 for windows*.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kontribusi aspek kualitas pelayanan (buktifisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati) yang diperoleh dari *outlet* minuman Sun Thai Tea di Kecamatan Stabat yaitu, Keandalan 32%, Empati 22%, Bukti fisik 18%, Ketanggapan 16%, dan Jaminan 12%.
2. Pada aspek Keandalan merupakan aspek yang memberikan kontribusi tinggi yaitu sebesar 32%. Respon subjek penelitian pada aspek Keandalan paling banyak terdapat pada tingkat sedang sebesar 54% dengan jumlah subjek yaitu 54 orang dan paling sedikit pada tingkat sangat rendah yaitu 4% dengan jumlah subjek 4 orang.
3. Aspek Jaminan menjadi aspek yang memberikan kontribusi terendah yaitu sebesar 12%. Respon subjek penelitian pada aspek Jaminan paling banyak terdapat pada tingkat tinggi sebesar 37% dengan jumlah subjek yaitu 37 orang dan paling sedikit pada tingkat sangat tinggi yaitu 6% dengan jumlah subjek 6 orang.
4. Berdasarkan hasil perhitungan mean hipotetik dan mean empirik dikatakan bahwa seluruh aspek dari kualitas pelayanan tergolong dalam kategori sangat rendah, dikarenakan bahwa nilai yang di dapat < 35 . Untuk aspek Bukti fisik skor mean hipotetik 13,5 dan mean empirik 8,77 kemudian untuk aspek Keandalan skor mean hipotetik 17 dan mean empirik 13,67 pada aspek

Ketanggapan memiliki skor mean hipotetik 17 dan mean empirik 13,01 Selanjutnya pada aspek Jaminan memiliki skor mean hipotetik 12 dan mean empirik 5,71 dan yang terakhir pada aspek jaminan memiliki skor mean hipotetik 16 dan mean empirik 7,09. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan dari *outlet* sun thai tea di stabat masih tergolong sangat rendah dan butuh tinjauan lebih dari pemilik *outlet*.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, maka peneliti ingin memberi saran sebagai berikut:

1. Saran untuk Pemilik *Outlet*

Diharapkan *outlet* agar selalu memperhatikan setiap pegawai *outlet* yang berjaga, supaya terhindar dari hal-hal yang membuat kualitas pelayanan menjadi buruk, seperti melakukan kunjungan ke setiap *outlet* dalam waktu 2 minggu sekali, membuat *daily report*, membuat kotak suara berupa penilaian pelanggan terkait pelayanan pegawai *outlet*. Diharapkan agar pemilik memperhatikan dan menambah jumlah fasilitas fisik yang digunakan pelanggan seperti kursi, meja serta kebersihan dan kerapihan *outlet* demi kenyamanan pelanggan. Disarankan agar *owner* memperhatikan kinerja karyawan dengan cara memberikan pelatihan atau training kembali untuk mengembangkan kemampuan dan ilmu pengetahuan tentang layanan pada karyawan agar karyawan mampu menampilkan dan memberikan layanan yang lebih baik lagi.

2. Saran untuk Pegawai *Outlet*

Untuk menghindari ketidakpuasan pelanggan diharapkan untuk pegawai *outlet* agar lebih ramah dalam melayani pelanggan, seperti melayani dengan senyuman. Selain itu pegawai *outlet* juga diharapkan lebih tanggap dalam menerima pesanan pelanggan, meningkatkan keandalan dalam bekerja agar pelanggan tidak pergi atau mencari *outlet* minuman thai tea yang lain, serta diharapkan agar pegawai memberikan kenyamanan transaksi dan penjelasan produk yang lebih baik bagi pelanggan. Diharapkan agar karyawan melaksanakan SOP pelayanan yang disediakan oleh perusahaan agar pelaksanaan layanan dapat direalisasikan pada pelanggan.

3. Saran untuk Pelanggan

Diharapkan pelanggan yang membeli, dapat memberikan masukan atau saran terkait kualitas pelayanan yang diberikan *outlet* kepada pelanggan agar pegawai dapat memberikan layanan yang dibutuhkan oleh para pelanggan. Selain itu, diharapkan juga pelanggan mau bersabar menerima produk ketika orderan produk banyak di *outlet* demi kenyamanan antara pegawai dan pelanggan.

4. Saran untuk Peneliti selanjutnya

Diharapkan peneliti selanjutnya dapat meneliti pada lokasi yang berbeda misalkan meneliti kualitas pelayanan pada pegawai restoran. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat meneliti dengan mengkorelasikan kualitas pelayanan dengan variabel lain, agar hasil penelitian kualitas pelayanan semakin beragam dengan metode yang beragam juga, seperti variabel kualitas produk, kepuasan pelanggan dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, A. F. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Semarang: Skripsi Universitas Diponegoro.
- Azwar, Saifuddin. (2014). Reliabilitas dan Validitas. Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR.
- Bulan, T. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 5(2), 592–602. <http://jurnal.unsam.ac.id/index.php/jmk/article/view/73>.
- Brady, K.M., Cronin Jr., (2001). Some New Thoughts On Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierrarchial Approach. *The Journal of Marketing*, Vol. 65:34-49.
- Gandhy, A. (2018). Analysis Of Service Quality And Customer Satisfaction of Dunkin Donuts. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik*, 2(2), 135–146.
- Hurlock, (1999). Psikologi Perkembangan. Jakarta: Erlangga -----(1999). Psikologi Perkembangan. Jakarta: Erlangga
- Hurlock, E.B. (2011). Psikologi perkembangan suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan. Jakarta: Erlangga.
- Hurlock, E. B. (1973). “Adolescent development “, (4th edition), McGraw-Hill Kogakusha, Ltd, Tokyo.
- Jahja, Yudrik. (2011). Psikologi Perkembangan, Jakarta: Kencana.
- Jayanti, N.D. (2016). Kualitas Pelayanan (*Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangibles*) Di Legend Premium Coffee Yogyakarta. Skripsi : Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, K. L. (2016). Manajemen pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, C. H., & Wright, L. K. (2007). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: PT Indeks.
- Lupiyoadi, R. (2010). Manajemen pemasaran jasa. Jakarta: Salemba Empat.
- Marlapa, E. (2020). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. APJ. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*. Vol 6(1). 41-58
- Mönks, F. J., Knoers, A. M. P., & Haditono, S. R., (2002) “Psikologi

perkembangan: Pengantar dalam berbagai bagaiannya”, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta,.

Muharsih, L. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Layanan Ojek Online Di Karawang. *Psychopedia Jurnal Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 6 (1), 19–28. <https://doi.org/10.36805/psychopedia.v6i1.1464>

Orilio, W. (2005). Moment of truth: Small gestures make a big difference in caring for customers. *Nation's Restaurant News*. New York: Mar 14, Vol.39. Iss. 11. 19. 2 pgs. <http://proquest.umi.com/pqdweb?did=817451861&sid=24&fmt=3&clientId=72459&RQT=309&VName=PQD>.

Parasuraman, A. V. (2001). *Delivering quality service*. (Penerjemah: Sutanto). New York: The Free Press.

Pratama, D., dan Sari, Y. P., (2021), Karakteristik Perkembangan Remaja, *Jurnal Edukasimu*, 1(3), 1-9.

Retnowati, S. (2011). Remaja dan Permasalahannya. <http://sofia-psy.staff.ugm.ac.id> [On-line: 23 Desember 2011].

Roesdijanto, dkk. (2016). Transformasi ojek tradisional ke ojek online. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 3(1)

Saifuddin, Ahmad. (2020). *Penyusunan Skala Psikologi*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.

Santoso, B. (2016). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Tanjung Asri Banyuwangi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*. Vol. 2(2). 21-35

Santrock, J. W. (2003). *Adolescence :Perkembangan Remaja*. Edisi Keenam. Jakarta: Erlangga. _____ . (2005). *Perkembangan Remaja*. Jakarta: Erlangga.

Sarwono, S. W., (2016). *Psikologi Remaja, edisi revisi*, Jakarta: Rajawali Pers.

Siregar, M. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Ompu Gende Coffee Medan. *Jurnal Diversita*, 7(1), 114–120. <https://doi.org/10.31289/diversita.v7i1.5190>

Situmorang, M. (2019). Studi Identifikasi Kualitas Pelayanan Di Uptd (Unit Pelaksana Teknis Daerah) Puskesmas Panombeian Panei Kabupaten Simalungun. Skripsi. : Universitas Medan Area

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung:

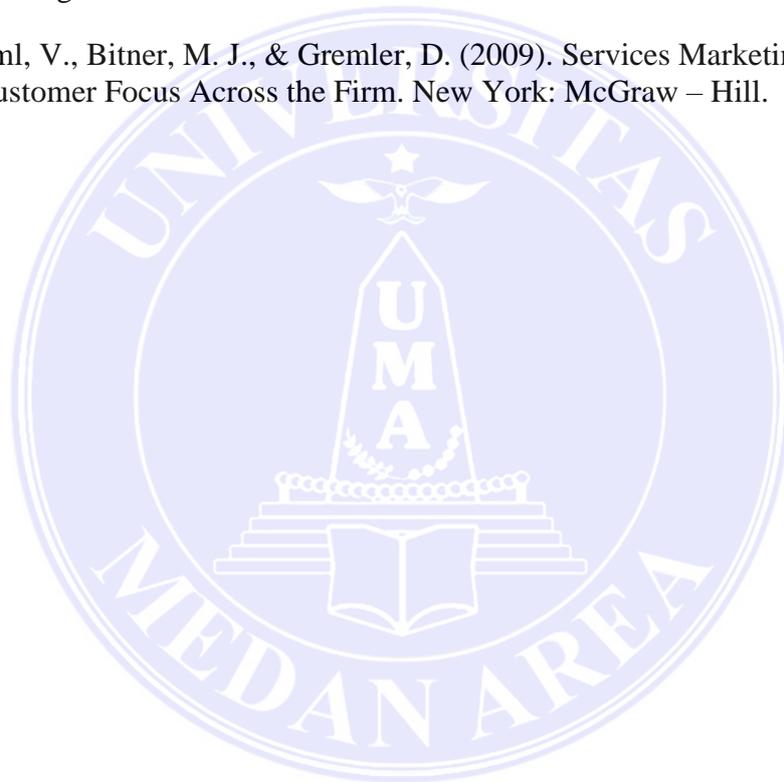
CV. Alfabeta.

Tjiptono, F. (2012). *Service management: mewujudkan pelayanan prima*. Yogyakarta: Andi Offset.

Venetis, K. A., & Ghauri, P. N. (2004). The importance of service quality on customer retention: an empirical study of business service relationships. *European Journal of Marketing*, 38(11/12), 1577–1598. <https://doi.org/10.1108/03090560410560254>

Yusuf, Muri. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*: Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.

Zeithaml, V., Bitner, M. J., & Gremler, D. (2009). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. New York: McGraw – Hill.



LAMPIRAN

Data Penelitian Persepsi

Responden	1	2	3	4		5	6	7	8	9		10	11	12		13	14	15	16		17	18	19	20	21	
	ASPEK KUALITAS PELAYANAN																									
	Bukti Fisik					Keandalan					Ketanggapan				Jaminan					Empati						
	1	2	3	4	Total	1	2	3	4	5	Total	1	2	3	Total	1	2	3	4	Total	1	2	3	4	5	Total
1	3	2	3	5	13	3	2	5	3	3	16	2	2	5	9	4	3	3	3	13	3	5	3	5	3	19
2	5	5	5	5	20	5	5	5	5	2	22	5	5	5	15	5	5	5	3	18	5	5	4	5	2	21
3	5	5	5	5	20	3	5	5	3	5	21	5	2	3	10	3	5	3	3	14	5	5	5	5	5	25
4	5	3	3	5	16	5	2	3	2	2	14	3	5	2	10	3	3	3	5	14	5	5	5	5	2	22
5	5	5	3	5	18	5	2	5	5	3	20	3	5	3	11	4	3	5	5	17	3	3	5	5	3	19
6	3	2	5	5	15	5	2	4	5	3	19	3	5	5	13	3	5	5	5	18	2	5	5	2	3	17
7	5	5	5	5	20	2	5	4	2	2	15	5	5	5	15	3	5	3	3	14	5	5	4	5	2	21
8	5	3	5	5	18	5	5	5	5	2	22	5	5	5	15	4	3	3	3	13	2	5	4	3	2	16
9	5	5	4	5	19	2	5	5	4	2	18	5	5	5	15	3	3	3	5	14	2	5	5	5	2	19
10	5	2	5	2	14	3	5	4	5	5	22	5	5	5	15	4	5	3	3	15	5	3	5	5	5	23
11	5	2	5	5	17	5	2	5	5	2	19	5	5	3	13	5	3	5	5	18	2	5	4	5	2	18
12	4	3	4	5	16	5	3	5	4	5	22	5	3	5	13	3	3	3	3	12	5	5	5	5	5	25
13	5	5	4	2	16	5	5	5	5	3	23	5	5	5	15	3	4	3	2	12	3	5	5	3	3	19
14	5	5	5	5	20	3	3	3	2	2	13	3	5	3	11	3	5	2	5	15	5	5	5	2	2	19
15	4	3	3	2	12	3	3	2	5	5	18	3	5	5	13	3	2	2	5	12	5	2	5	3	5	20
16	5	5	5	2	17	5	3	5	5	2	20	3	5	5	13	5	3	3	5	16	5	3	3	5	2	18
17	5	4	3	3	15	5	5	2	3	3	18	5	5	5	15	2	4	3	3	12	5	5	5	5	3	23
18	5	3	5	3	16	2	3	2	5	5	17	4	5	2	11	3	5	2	3	13	3	5	5	5	5	23
19	4	5	5	5	19	2	5	5	2	5	19	5	3	2	10	3	5	3	3	14	3	5	3	5	5	21
20	3	4	3	2	12	2	3	3	5	2	15	5	5	5	15	3	3	3	5	14	3	5	5	3	2	18

21	5	3	3	5	16	5	3	3	5	5	21	5	5	5	15	5	3	3	3	14	5	5	5	2	5	22
22	5	2	5	5	17	5	5	3	3	5	21	4	5	5	14	5	4	5	3	17	5	3	3	3	5	19
23	3	2	5	5	15	3	5	5	2	3	18	5	5	2	12	3	5	3	3	14	4	5	3	5	3	20
24	3	5	3	5	16	5	3	5	4	5	22	5	3	5	13	4	5	2	4	15	3	2	3	5	5	18
25	3	2	3	2	10	5	5	5	3	5	23	3	3	5	11	4	3	5	5	17	4	5	2	5	5	21
26	3	4	3	3	13	5	3	5	5	2	20	3	5	5	13	3	2	2	5	12	5	3	2	2	2	14
27	5	4	5	2	16	5	3	5	5	5	23	5	5	5	15	5	2	5	3	15	3	5	2	3	5	18
28	5	5	4	5	19	3	2	4	3	3	15	5	3	3	11	3	2	5	4	14	5	5	5	2	3	20
29	3	5	5	2	15	3	5	4	5	5	22	5	5	3	13	5	5	3	4	17	5	5	5	3	5	23
30	3	4	4	5	16	4	2	5	4	3	18	5	5	3	13	4	3	3	3	13	3	5	2	5	3	18
31	4	3	4	2	13	2	2	3	3	5	15	5	5	2	12	5	3	5	3	16	5	5	3	5	5	23
32	5	3	3	5	16	3	2	2	5	2	14	5	5	2	12	5	2	5	2	14	2	3	2	5	2	14
33	5	5	3	5	18	3	5	2	5	5	20	5	3	5	13	4	5	5	5	19	3	2	3	5	5	18
34	4	3	3	5	15	3	3	5	5	5	21	3	3	5	11	4	2	2	2	10	5	2	2	5	5	19
35	5	4	3	5	17	2	3	3	3	3	14	5	5	5	15	3	5	5	3	16	5	5	3	5	3	21
36	3	5	5	5	18	5	5	3	4	5	22	3	5	5	13	5	2	2	5	14	5	3	2	5	5	20
37	4	3	5	5	17	5	5	2	4	3	19	5	5	5	15	4	5	2	4	15	5	5	4	5	3	22
38	5	2	5	5	17	5	3	3	4	2	17	5	5	5	15	5	2	5	3	15	3	5	5	5	2	20
39	5	5	5	5	20	2	5	3	3	5	18	5	5	5	15	5	2	5	3	15	2	5	5	3	5	20
40	5	2	3	5	15	2	2	5	3	2	14	5	5	5	15	4	5	2	3	14	3	3	5	2	2	15
41	5	5	5	5	20	2	2	2	3	5	14	5	5	5	15	4	3	2	5	14	5	3	5	3	5	21
42	4	5	3	5	17	2	5	5	3	5	20	5	5	5	15	5	3	5	4	17	5	2	5	2	5	19
43	5	4	3	5	17	5	5	3	5	5	23	5	4	2	11	5	3	5	3	16	5	2	5	5	5	22
44	5	3	5	3	16	3	3	5	5	5	21	5	3	2	10	4	5	4	3	16	3	5	3	3	5	19
45	4	4	5	5	18	2	5	4	5	5	21	3	5	3	11	2	4	5	3	14	3	5	5	2	5	20

46	5	4	5	5	19	5	2	5	5	5	22	5	5	5	15	4	5	3	2	14	5	5	5	5	5	25
47	5	5	5	5	20	3	5	5	5	5	23	5	5	5	15	5	4	2	3	14	5	5	5	5	5	25
48	4	5	5	3	17	2	2	3	3	5	15	3	5	5	13	2	5	2	5	14	3	3	5	5	5	21
49	5	5	5	5	20	5	5	2	5	5	22	3	5	5	13	5	2	5	3	15	5	5	4	2	5	21
50	3	3	5	4	15	3	2	5	5	5	20	5	5	2	12	4	5	3	2	14	2	5	3	3	5	18
51	5	3	3	5	16	5	3	5	3	5	21	5	3	2	10	5	4	5	2	16	3	5	3	2	5	18
52	4	3	5	5	17	3	3	2	5	5	18	5	5	5	15	5	5	3	2	15	5	3	5	5	5	23
53	5	3	5	4	17	5	3	3	3	5	19	5	3	2	10	5	4	5	5	19	5	5	5	3	5	23
54	5	5	3	3	16	5	3	5	5	5	23	5	5	5	15	4	4	2	3	13	5	2	5	2	5	19
55	4	5	5	5	19	3	5	5	3	5	21	5	5	3	13	5	3	2	3	13	3	5	2	3	5	18
56	5	5	5	3	18	2	5	5	3	4	19	5	5	5	15	5	5	5	5	20	2	5	5	3	4	19
57	5	5	5	5	20	5	2	3	3	5	18	5	3	5	13	4	2	3	4	13	3	2	3	3	5	16
58	5	5	5	5	20	5	5	3	5	4	22	5	5	3	13	5	5	3	3	16	5	5	5	5	4	24
59	4	3	5	5	17	2	3	5	5	3	18	5	3	2	10	5	2	5	3	15	5	5	5	5	3	23
60	5	4	3	3	15	4	5	2	5	3	19	5	5	5	15	3	5	2	2	12	5	5	3	5	3	21
61	5	5	5	5	20	5	4	5	5	5	24	5	5	2	12	3	3	3	3	12	5	3	5	5	5	23
62	5	3	3	5	16	5	5	5	4	5	24	3	5	2	10	3	3	5	2	13	5	5	2	5	5	22
63	5	4	5	5	19	5	5	3	3	5	21	5	5	3	13	5	5	5	2	17	3	5	3	3	5	19
64	5	5	5	3	18	2	3	4	5	5	19	5	5	5	15	5	3	4	3	15	5	3	5	2	5	20
65	5	5	5	3	18	2	2	4	3	3	14	5	5	5	15	5	3	3	3	14	3	5	5	3	3	19
66	5	5	5	3	18	3	5	4	4	5	21	5	5	3	13	3	3	3	4	13	2	5	3	3	5	18
67	3	3	3	5	14	5	2	5	5	5	22	3	5	5	13	3	5	2	2	12	2	3	2	3	5	15
68	4	5	3	5	17	5	2	5	5	5	22	5	5	2	12	3	5	5	5	18	2	5	2	5	5	19
69	5	3	5	5	18	5	5	5	5	5	25	4	5	2	11	4	3	5	2	14	3	5	5	2	5	20
70	5	5	5	3	18	5	5	5	4	3	22	5	5	5	15	3	3	3	5	14	3	5	3	2	3	16

71	5	5	5	3	18	3	3	4	4	5	19	5	5	5	15	5	3	3	4	15	3	5	5	2	5	20
72	5	3	5	3	16	2	5	2	5	5	19	3	5	5	13	2	5	3	4	14	2	5	5	2	5	19
73	5	5	3	5	18	2	2	2	3	2	11	5	5	5	15	2	5	2	3	12	3	5	5	2	2	17
74	4	5	5	5	19	5	5	5	4	3	22	3	3	5	11	5	2	5	3	15	2	3	5	5	3	18
75	5	5	3	3	16	5	3	5	5	5	23	5	5	2	12	3	3	5	3	14	5	3	5	2	5	20
76	5	5	3	5	18	5	3	4	5	3	20	5	5	2	12	5	5	3	5	18	3	2	3	3	3	14
77	4	4	4	5	17	5	2	5	3	3	18	5	5	2	12	3	5	5	3	16	5	2	5	3	3	18
78	5	3	3	5	16	2	5	5	5	5	22	5	3	5	13	5	3	2	3	13	5	2	3	3	5	18
79	5	4	5	3	17	5	5	3	5	2	20	5	5	5	15	3	5	3	5	16	2	5	2	3	2	14
80	5	3	3	5	16	5	5	3	5	5	23	5	3	2	10	5	3	3	3	14	3	3	5	3	5	19
81	5	3	5	5	18	2	2	5	4	2	15	3	5	5	13	5	5	3	3	16	3	3	5	5	2	18
82	3	5	4	5	17	2	5	3	5	3	18	5	5	5	15	5	2	5	5	17	2	5	3	5	3	18
83	5	3	3	5	16	5	5	5	4	3	22	5	5	2	12	5	3	5	3	16	5	3	5	5	3	21
84	3	3	5	5	16	3	5	5	3	3	19	3	5	2	10	3	3	5	4	15	2	3	5	5	3	18
85	5	5	5	3	18	4	5	3	3	2	17	5	5	5	15	3	5	5	5	18	5	5	3	5	2	20
86	4	4	5	5	18	5	3	5	2	5	20	5	5	2	12	3	2	3	3	11	3	5	5	3	5	21
87	5	4	5	5	19	5	3	5	5	3	21	5	5	5	15	5	3	5	3	16	3	5	3	3	3	17
88	5	4	5	5	19	5	3	5	5	4	22	5	5	5	15	5	3	2	3	13	3	3	3	5	4	18
89	5	5	5	3	18	5	3	5	2	5	20	5	5	2	12	5	5	3	5	18	5	2	3	5	5	20
90	4	3	3	5	15	5	2	5	2	5	19	5	5	5	15	5	5	5	3	18	3	5	2	5	5	20
91	5	5	5	3	18	5	3	2	5	2	17	3	5	5	13	3	5	5	5	18	4	5	5	3	2	19
92	5	5	5	3	18	3	5	2	2	2	14	5	5	3	13	3	2	5	3	13	4	5	5	5	2	21
93	5	5	5	5	20	5	5	2	5	2	19	5	5	5	15	5	2	3	5	15	5	5	5	5	2	22
94	3	3	3	5	14	3	2	3	5	2	15	5	5	5	15	3	3	3	5	14	5	5	5	5	2	22
95	4	5	5	3	17	5	2	5	2	4	18	5	5	3	13	5	5	3	2	15	5	2	5	3	4	19
96	5	5	5	5	20	2	2	5	2	3	14	5	5	5	15	5	3	5	5	18	5	2	3	5	3	18
97	3	5	5	5	18	5	5	2	5	5	22	5	5	3	13	3	2	3	2	10	5	5	5	5	5	25
98	3	5	5	5	18	3	3	5	2	2	15	5	5	5	15	5	3	2	3	13	5	3	2	2	2	14
99	3	5	3	5	16	5	5	2	5	2	19	5	3	5	13	5	5	5	5	20	4	5	5	5	2	21
100	5	3	3	5	16	2	5	2	3	2	14	5	5	3	13	3	3	5	3	14	5	3	5	2	2	17

Data Penelitian Ekspektasi

Responden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20					
	ASPEK KUALITAS PELAYANAN																								
	Bukti Fisik					Keandalan					Ketanggapan					Jaminan				Empati					
	1	2	3	4	Total	1	2	3	4	5	Total	1	2	3	4	Total	1	2	3	Total	1	2	3	4	Total
1	7	6	7	7	27	7	7	7	7	6	34	7	7	6	7	27	7	7	7	21	7	7	6	7	27
2	7	7	6	6	26	7	6	6	6	7	32	6	7	7	6	26	7	7	7	21	6	6	7	7	26
3	6	7	7	7	27	7	7	7	6	7	34	7	7	7	6	27	7	7	7	21	7	7	7	6	27
4	7	5	6	5	23	7	7	5	7	6	32	5	6	7	7	25	7	7	7	21	7	6	7	7	27
5	7	7	6	7	27	6	7	7	7	6	33	7	7	7	6	27	7	6	7	20	7	7	7	6	27
6	7	7	7	6	27	5	7	7	7	7	33	5	7	6	7	25	7	7	7	21	6	7	6	7	26
7	6	6	7	7	26	7	7	7	6	7	34	7	7	6	7	27	7	7	7	21	7	7	7	7	28
8	7	7	6	7	27	6	7	7	7	7	34	7	6	6	7	26	7	6	7	20	6	7	6	7	26
9	6	7	5	6	24	7	6	6	7	7	33	6	7	7	7	27	6	7	7	20	7	7	7	6	27
10	7	6	6	7	26	7	6	7	6	7	33	7	6	5	7	25	7	7	7	21	7	7	7	6	27
11	6	7	6	7	26	6	7	6	7	6	32	7	7	6	7	27	7	7	7	21	7	7	7	7	28
12	7	7	7	6	27	7	7	7	7	7	35	6	5	7	7	25	6	7	7	20	6	7	7	6	26
13	6	7	7	7	27	7	7	7	7	7	35	5	7	6	6	24	7	6	7	20	7	6	6	7	26
14	7	6	6	7	26	6	7	7	7	7	34	6	7	7	7	27	7	7	7	21	7	7	7	7	28
15	7	7	7	7	28	7	6	6	7	6	32	7	7	6	7	27	7	7	7	21	7	6	7	6	26
16	6	6	7	7	26	7	6	7	7	7	34	7	6	7	7	27	7	7	7	21	7	7	7	7	28
17	7	7	7	6	27	7	7	7	6	6	33	6	6	7	7	26	7	7	7	21	7	7	7	7	28
18	7	7	6	6	26	7	6	7	7	7	34	7	7	7	7	28	7	7	7	21	6	7	6	7	26
19	7	7	7	7	28	7	7	6	7	7	34	6	7	6	7	26	7	7	7	21	7	7	6	7	27
20	5	7	7	6	25	7	6	7	7	7	34	6	6	7	6	25	7	7	7	21	7	6	7	6	26

21	7	6	7	6	26	6	7	7	7	34	7	7	6	7	27	7	7	7	21	6	7	6	7	26
22	5	6	7	5	23	6	7	7	7	34	6	7	6	7	26	7	7	6	20	6	7	7	7	27
23	6	7	7	6	26	7	7	5	6	32	7	5	7	7	26	7	7	7	21	7	6	6	7	26
24	7	5	5	7	24	6	7	7	6	32	6	7	7	7	27	7	7	7	21	7	7	7	7	28
25	7	6	6	6	25	7	7	6	7	34	7	6	7	7	27	7	6	7	20	6	7	7	6	26
26	5	5	7	7	24	6	7	7	6	33	7	7	7	6	27	6	7	7	20	7	7	6	7	27
27	7	7	5	5	24	6	7	7	7	34	7	7	6	7	27	7	6	7	20	7	6	7	6	26
28	7	7	7	7	28	7	7	6	7	34	7	7	7	5	26	7	7	7	21	7	6	7	6	26
29	7	7	7	7	28	7	7	6	7	34	7	7	6	7	27	7	7	7	21	7	7	5	7	26
30	6	7	7	5	25	7	5	7	7	33	7	7	7	7	28	7	6	7	20	6	7	7	6	26
31	7	7	6	7	27	7	6	5	5	30	7	6	7	5	25	7	7	7	21	7	7	7	6	27
32	7	7	6	7	27	7	7	6	7	34	7	7	7	7	28	7	7	7	21	7	7	7	7	28
33	7	6	6	7	26	7	7	7	7	35	5	7	5	7	24	7	7	7	21	6	7	6	6	25
34	6	7	5	7	25	7	6	7	6	33	5	7	5	6	23	7	7	6	20	7	7	6	7	27
35	7	6	6	6	25	6	7	6	7	33	7	6	7	7	27	7	7	7	21	6	7	7	6	26
36	6	7	6	6	25	7	7	7	6	34	6	5	5	7	23	6	7	6	19	7	7	7	7	28
37	7	6	7	7	27	6	7	5	7	32	7	6	6	7	26	5	7	7	19	7	6	7	7	27
38	6	6	7	7	26	5	6	6	7	31	7	5	7	6	25	7	7	7	21	7	7	7	6	27
39	7	7	6	6	26	6	5	5	5	27	6	7	6	5	24	7	7	7	21	7	6	6	7	26
40	7	5	7	6	25	7	7	7	6	34	7	7	7	7	28	7	7	7	21	6	7	7	6	26
41	7	5	7	5	24	6	7	7	7	34	6	7	6	6	25	7	6	7	20	7	7	6	7	27
42	7	7	7	5	26	7	5	7	7	33	5	7	7	6	25	7	7	5	19	6	7	6	6	25
43	7	7	6	5	25	5	7	7	7	33	7	7	7	6	27	7	6	7	20	7	7	7	6	27
44	6	7	7	7	27	6	7	7	7	32	7	7	7	7	28	7	7	6	20	6	7	7	7	27
45	5	7	7	7	26	7	7	7	6	34	7	7	5	7	26	7	7	7	21	6	6	6	6	24

46	7	7	6	7	27	7	7	7	7	35	7	7	7	28	7	7	7	21	7	6	6	7	26
47	6	7	7	5	25	7	6	6	7	32	6	6	7	26	7	7	7	21	6	7	6	6	25
48	6	7	6	6	25	7	7	6	6	33	7	7	6	27	7	7	6	20	7	7	7	6	27
49	7	5	6	7	25	6	7	7	7	34	7	6	7	27	5	7	7	19	7	7	7	7	28
50	6	6	7	7	26	6	5	6	7	31	6	7	7	26	7	7	7	21	7	7	6	6	26
51	6	7	5	6	24	7	5	7	5	30	6	7	7	27	7	7	7	21	7	7	7	7	28
52	7	7	6	6	26	7	6	6	7	33	7	7	7	28	7	7	7	21	6	7	6	7	26
53	6	6	7	6	25	7	5	7	7	32	7	7	6	27	7	7	6	20	7	6	6	7	26
54	6	7	6	6	25	6	7	7	7	33	7	7	7	27	6	6	7	19	6	7	7	6	26
55	6	6	7	6	25	6	5	6	7	31	7	5	7	26	7	7	6	20	6	7	7	7	27
56	7	7	5	5	24	7	7	7	7	35	7	7	7	27	7	6	7	20	7	6	7	7	27
57	7	7	6	7	27	6	6	6	7	32	7	6	7	27	7	7	6	20	7	6	7	7	27
58	7	6	7	7	27	7	7	7	6	34	7	5	7	25	7	7	7	21	7	7	5	7	26
59	6	7	6	7	26	6	6	7	6	32	7	6	7	27	7	7	7	21	6	6	7	7	26
60	6	6	7	5	24	5	7	7	7	33	6	5	5	23	7	7	6	20	7	6	7	6	26
61	7	7	6	7	27	6	6	7	5	30	5	6	6	24	7	5	7	19	6	7	6	7	26
62	7	7	6	7	27	7	6	7	7	34	6	7	6	26	7	5	7	19	7	7	7	7	28
63	7	7	7	6	27	7	6	6	7	33	7	7	7	28	7	7	7	21	7	7	6	7	27
64	7	7	6	6	26	7	7	7	6	34	5	7	7	26	7	7	7	21	7	7	7	6	27
65	5	7	6	6	24	6	7	7	7	34	7	6	7	26	7	7	7	21	7	7	7	7	28
66	5	7	6	7	25	7	7	6	7	34	7	7	6	26	7	7	7	21	6	6	7	7	26
67	5	5	7	6	23	7	6	6	7	33	7	7	7	28	7	7	7	21	7	6	7	7	27
68	7	5	7	7	26	7	6	7	6	32	7	7	5	25	7	7	7	21	6	6	7	7	26
69	6	7	7	6	26	7	7	7	7	33	7	7	6	25	7	7	7	21	6	7	7	7	27
70	7	6	7	6	26	6	5	6	6	30	7	5	7	25	7	7	7	21	7	7	6	6	26

71	6	6	7	5	24	7	5	5	7	5	29	6	7	7	7	27	6	7	7	20	7	5	7	7	26
72	6	7	7	7	27	7	7	6	7	5	32	7	7	7	5	26	7	6	7	20	7	7	7	6	27
73	7	5	6	5	23	7	6	7	6	7	33	7	6	6	7	26	7	7	6	20	7	7	7	7	28
74	7	6	6	7	26	7	7	6	6	6	32	7	5	7	7	26	7	7	7	21	7	6	7	7	27
75	5	6	6	5	22	7	5	7	7	7	33	7	7	6	6	26	7	7	7	21	6	6	7	7	26
76	7	7	5	5	24	7	5	7	6	7	32	7	7	7	7	28	7	7	5	19	7	7	6	7	27
77	6	7	6	7	26	7	5	7	7	6	32	6	7	7	7	27	7	7	7	21	6	7	7	7	27
78	7	6	6	5	24	6	5	5	7	7	30	7	5	6	5	23	7	6	7	20	7	7	6	7	27
79	5	7	7	5	24	7	6	6	7	6	32	6	7	7	6	26	6	7	6	19	6	7	7	7	27
80	7	7	6	7	27	7	7	6	7	7	34	7	7	7	6	27	7	7	7	21	7	7	7	7	28
81	6	7	5	5	23	6	7	7	6	7	33	7	6	6	7	26	7	7	7	21	5	7	7	6	25
82	7	6	7	6	26	7	6	5	6	7	31	7	7	6	7	27	7	7	7	21	7	7	7	7	28
83	7	7	7	7	28	7	6	7	7	7	34	7	7	7	6	27	7	7	7	21	7	7	7	7	28
84	6	7	7	7	27	7	5	7	7	6	32	6	7	7	7	27	7	7	6	20	7	7	6	7	27
85	7	7	7	6	27	6	6	6	6	7	31	7	7	5	7	26	7	7	7	21	7	6	7	7	27
86	7	6	6	7	26	7	7	7	7	6	34	6	6	7	7	26	7	7	7	21	7	6	7	5	25
87	7	7	6	7	27	7	7	7	6	7	34	7	6	7	7	27	7	7	7	21	7	7	7	7	28
88	7	7	7	7	28	7	6	7	6	7	33	7	7	5	6	25	7	7	7	21	7	7	7	7	28
89	7	7	7	6	27	7	7	7	7	6	34	6	7	7	7	27	7	7	7	21	7	7	7	6	27
90	7	7	7	7	28	6	7	7	7	7	34	7	5	7	7	26	7	7	7	21	7	7	6	7	27
91	6	7	7	6	26	7	7	6	5	7	32	6	6	5	7	24	6	7	7	20	7	6	7	7	27
92	7	7	6	6	26	7	7	5	5	7	31	6	7	7	7	27	5	7	7	19	7	7	7	7	28
93	7	6	5	7	25	7	7	7	6	6	33	7	6	5	7	25	7	7	7	21	7	7	7	7	28
94	5	7	7	7	26	7	7	6	6	7	33	5	5	7	6	23	7	7	7	21	6	7	6	7	26
95	7	6	7	6	26	7	7	7	7	7	35	7	7	7	5	26	7	7	6	20	7	6	7	7	27
96	7	7	7	7	28	7	7	7	6	6	33	6	5	5	7	23	7	7	7	21	6	6	7	7	26
97	7	6	6	6	25	6	7	7	7	7	34	7	7	7	6	27	7	7	6	20	7	7	7	6	27
98	5	6	7	5	23	7	6	6	5	6	30	7	7	7	6	27	7	7	7	21	7	6	7	6	26
99	7	7	7	7	28	7	7	7	7	5	33	7	5	7	7	26	7	7	7	21	7	7	6	7	27
100	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	6	7	5	7	25	7	7	7	21	6	7	7	7	27

Informasi

Saya, Bella Theresia Br Silitonga, adalah mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang sedang melakukan penelitian sebagai tugas akhir perkuliahan. Saya memohon kesediaan bapak/ibu/ saudara untuk menjadi responden penelitian saya. Terkait dengan penelitian yang dilakukan, saya ingin menyampaikan beberapa informasi sebagai berikut:

1. Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengalaman anda sebagai pelanggan yang pernah mendapatkan layanan di outlet Outlet Sun Thai Tea Stabat
2. Penelitian ini melibatkan individu berusia 13- 21 tahun sebanyak 100 orang
3. Peneliti menjamin kerahasiaan identitas anda dan hasil penelitian ini hanya dipergunakan untuk kepentingan akademis dan pengembangan ilmu psikologi.
4. Peneliti menjamin kebebasan anda untuk menjadi responden penelitian ini tanpa ada paksaan atau dampak yang merugikan kepentingan anda.
5. Anda diminta untuk membaca pernyataan dengan seksama dan kemudian memberikan tanggapan dengan memilih hal ternatif jawaban yang tersedia.
6. Terdapat 44 pernyataan dan waktu yang dibutuhkan untuk menanggapi sekitar 15 menit.
7. Manfaat yang diperoleh dengan mengisi skala yang diberikan adalah alat tulis
8. Adapun risiko yang muncul dengan menjadi responden adalah anda harus menyisihkan waktu untuk menanggapi pernyataan-pernyataan tersebut.

Lembar Persetujuan Responden

Saya yang tertandatangan di bawah ini:

Nama :

Usia :

Jenis kelamin :

Pekerjaan :

Menyatakan telah memahami tujuan penelitian, memahami adanya jaminan kerahasiaan, kebebasan untuk berpartisipasi, manfaat dan risiko menjadi responden penelitian ini. Dengan demikian, saya menyatakan:

BERSEDIA

TIDAK BERSEDIA *

*) coret yang sesuai

Untuk menjadi responden penelitian ini dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari siapapun.

Responden,

Peneliti,

Bella Theresia Br Silitonga

SKALA KUALITAS LAYANAN

Petunjuk pengisian pernyataan.

- a. Mohon berikan tanggapan dari pernyataan-pernyataan di bawah ini dengan memberikan tanda checklist (√) pada alternatif jawaban yang tersedia.
- b. Tidak ada jawaban yang benar atau salah. Pilihlah jawaban yang sesuai dengan kondisi Anda
- c. Mohon diteliti kembali apakah semua pertanyaan telah terjawab.

Keterangan : SS (Sangat Setuju), CS (Cukup Setuju), S : (Setuju), N : (Netral),
 CS : (Cukup Tidak Setuju), TS : (Tidak Setuju), STS : (Sangat Tidak Setuju)

PETUNJUK: Survei ini berhubungan dengan penilaian terhadap layanan yang diberikan. Tolong tunjukkan pendapat anda mengenai layanan dari Outlet Sun Thai Teaserta harus memiliki kondisi yang dijelaskan oleh setiap pernyataan.

No.	Pernyataan	STS	TS	CTS	N	CS	S	SS
1.	Outlet Sun Thai Tea seharusnya memiliki peralatan terkini dalam pembuatan produk							
2	Meja, kursi, ruangan serta produk Outlet Sun Thai Tea seharusnya menarik secara visual							
3	Karyawan Outlet Sun Thai Tea seharusnya berpakaian dengan baik dan rapi							

4	Penampilan produk dari Outlet Sun Thai Tea saya harap sesuai dengan tawaran yang disediakan							
5	Saya harap pesanan diterima sesuai waktu yang dijanjikan							
6	Saya harap Outlet Sun Thai Tea peduli dan melakukan pemeriksaan ulang ketika pelanggan mengalami masalah pada produk							
7	Outlet Sun Thai Tea ini saya harap dapat diandalkan dalam memberikan produk dengan cepat dan tepat							
8	Outlet Sun Thai Tea seharusnya memiliki ketepatan dalam hal jam buka dan jam tutup							
9	Saya harap Outlet Sun Thai Tea melakukan perhitungan pembayaran sesuai dengan harga pesanan							
10	Saya harap Outlet Sun Thai Tea sigap dalam melayani pelanggan							
11	Saya harap Outlet Sun Thai Tea tidak membiarkan pelanggan berdiri lama saat tempat penuh dalam menunggu pesanan							
12	Karyawan Outlet Sun Thai Tea seharusnya tidak selalu menolong atau membantu pelanggan							
13	Saya harap Outlet Sun Thai Tea cepat merespon permintaan pelanggan							

14	Saya harap karyawan dari Outlet Sun Thai Tea memberikan informasi yang akurat mengenai produk yang dijual							
15	Pelanggan seharusnya dapat merasa aman dalam melakukan pembayaran dengan karyawan Outlet Sun Thai Tea							
16	Karyawan Outlet Sun Thai Tea seharusnya sopan							
17	Saya harap karyawan Outlet Sun Thai Tea mendapat edukasi untuk dapat melakukan pekerjaannya dengan baik							
18	Outlet Sun Thai Tea seharusnya tidak boleh memberikan perhatian khusus kepada pelanggan							
19	Outlet Sun Thai Tea seharusnya tidak boleh memberikan pelayanan dengan memandang status sosial							
20	Saya harap Karyawan Outlet Sun Thai Tea mampu membantu pelanggan yang kebingungan memilih menu							
21	Saya harap Outlet Sun Thai Tea memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan pelanggan							
22	Outlet Sun Thai Tea diharapkan untuk mempunyai jam operasi yang nyaman untuk pelanggan							

Petunjuk: Pernyataan dibawah ini merupakan hal yang anda terima dan rasakan pada pelayanan di Outlet Outlet Sun Thai Tea

No.	Pernyataan	STS	TS	CTS	N	CS	S	SS
1.	Outlet Sun Thai Tea memiliki peralatan terkini dalam pembuatan produk							
2	Meja, kursi, ruangan serta produk Outlet Sun Thai Tea menarik secara visual							
3	Karyawan Outlet Sun Thai Tea berpakaian dengan baik dan tampil rapi							
4	Penampilan produk dari Outlet Sun Thai Tea sesuai dengan tawaran yang disediakan							
5	Saya menerima pesanan sesuai waktu yang dijanjikan							
6	Saya harap Outlet Sun Thai Tea peduli dan melakukan pemeriksaan ulang ketika pelanggan mengalami masalah pada produk							
7	Outlet Sun Thai Tea ini dapat diandalkan dalam memberikan produk dengan cepat dan tepat							
8	Outlet Sun Thai Tea memiliki ketepatan dalam hal jam buka dan jam tutup							
9	Outlet Sun Thai Tea melakukan perhitungan pembayaran sesuai dengan harga pesanan							
10	Outlet Sun Thai Tea sigap dalam melayani pelanggan							
11	Outlet Sun Thai Tea tidak membiarkan pelanggan berdiri							

	lama saat tempat penuh dalam menunggu pesanan							
12	Karyawan Outlet Sun Thai Tea tidak selalu menolong atau membantu pelanggan							
13	Outlet Sun Thai Tea terlalu lambat merespon permintaan pelanggan							
14	karyawan dari Outlet Sun Thai Tea memberikan informasi yang akurat mengenai produk yang dijual							
15	Pelanggan merasa aman dalam melakukan pembayaran dengan karyawan Outlet Sun Thai Tea							
16	Karyawan Outlet Sun Thai Tea sopan							
17	Karyawan Outlet Sun Thai Tea mendapat edukasi untuk dapat melakukan pekerjaannya dengan baik							
18	Outlet Sun Thai Tea tidak memberikan perhatian khusus kepada pelanggan							
19	Outlet Sun Thai Tea tidak memberikan pelayanan dengan memandang status sosial							
20	Karyawan Outlet Sun Thai Tea mampu membantu pelanggan yang kebingungan memilih menu							

21	Outlet Sun Thai Tea memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan pelanggan							
22	Outlet Sun Thai Tea diharapkan untuk mempunyai jam operasi yang nyaman untuk pelanggan							



HASIL UJI VALIDITAS & RELIABILITAS EKSPEKTASI

Reliability Scale: EKSPEKTASI

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	80	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	80	100.0

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

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
VAR00001	140.3000	72.187	.752	.929
VAR00002	140.2875	71.423	.825	.927
VAR00003	140.1750	75.615	.553	.932
VAR00004	140.2750	71.518	.819	.927
VAR00005	140.1750	75.615	.553	.932
VAR00006	140.2500	76.873	.344	.936
VAR00007	140.2500	71.987	.808	.928
VAR00008	140.2875	71.423	.825	.927
VAR00009	140.1750	75.615	.553	.932
VAR00010	140.2875	71.423	.825	.927
VAR00011	140.2500	72.646	.745	.929
VAR00012	140.1750	75.615	.553	.932
VAR00013	140.1750	75.615	.553	.932
VAR00014	140.2500	76.873	.344	.936
VAR00015	140.1875	80.205	.084	.939
VAR00016	140.2875	71.726	.822	.927
VAR00017	140.2875	71.423	.825	.927
VAR00018	140.1750	75.615	.553	.932
VAR00019	140.2500	77.101	.336	.936
VAR00020	140.1750	75.615	.553	.932
VAR00021	140.2000	79.225	.179	.938
VAR00022	140.2875	71.423	.825	.927

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
146.9125	81.397	9.02205	22

Reliability Scale: PERSEPSI

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	80	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	80	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.906	22

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	141.1500	36.534	.621	.900
VAR00002	141.1750	36.298	.648	.899
VAR00003	141.2000	36.162	.585	.900
VAR00004	141.2125	35.334	.804	.896
VAR00005	141.2125	36.245	.635	.899
VAR00006	141.0375	37.783	.401	.905
VAR00007	141.0125	38.418	.366	.905
VAR00008	141.0375	37.783	.401	.905
VAR00009	141.0125	38.418	.366	.905
VAR00010	141.1250	35.047	.682	.898
VAR00011	141.3500	41.547	-.245	.921
VAR00012	141.1750	36.298	.648	.899
VAR00013	141.2000	36.162	.585	.900
VAR00014	141.0000	38.633	.330	.906
VAR00015	141.2500	36.241	.504	.903
VAR00016	141.2000	34.289	.761	.895
VAR00017	141.1750	36.298	.648	.899
VAR00018	141.1750	35.893	.581	.901
VAR00019	141.1250	34.794	.721	.897
VAR00020	141.1250	35.047	.682	.898
VAR00021	141.2375	37.019	.432	.904
VAR00022	141.1875	37.395	.438	.904

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
147.8750	40.111	6.33331	22

Frequencies

Statistics

		Jenis Kelamin	Usia
N	Valid	100	100
	Missing	0	0
Mean		1.62	5.27
Median		2.00	5.00
Std. Deviation		.488	2.339
Minimum		1	1
Maximum		2	9

Frequency Table

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	38	38.0	38.0	38.0
	Perempuan	62	62.0	62.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	13 Tahun	5	5.0	5.0	5.0
	14 Tahun	8	8.0	8.0	13.0
	15 Tahun	11	11.0	11.0	24.0
	16 Tahun	14	14.0	14.0	38.0
	17 Tahun	19	19.0	19.0	57.0
	18 Tahun	16	16.0	16.0	73.0
	19 Tahun	5	5.0	5.0	78.0
	20 Tahun	7	7.0	7.0	85.0
	21 Tahun	15	15.0	15.0	100.0
		Total	100	100.0	100.0



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS PSIKOLOGI

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

Nomor : 1592/FPSI/01.10/XI/2022
 Lampiran : -
 Hal : Riset dan Pengambilan Data

17 November 2022

Yth. Bapak/Ibu Pimpinan/Owner
 Outlet Minuman Sun Thai Tea
 di
 Tempat

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

Nama : **Bella Theresia Br Silitonga**
 NPM : **188600029**
 Program Studi : Ilmu Psikologi
 Fakultas : Psikologi

untuk melaksanakan pengambilan data di **Outlet Minuman Sun Thai Tea, Jl. Proklamasi, Kwa Bingai, Kec. Stabat, Kab. Langkat, Sumatera Utara** guna penyusunan skripsi yang berjudul **"Kualitas Pelayanan Pada Outlet Minuman Sun Thai Tea di Kecamatan Stabat"**.

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 Outlet 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



Abita, S.Psi, MM, M.Psi, Psikolog

Tembusan
 - Mahasiswa Ybs
 - Arsip



SURAT KETERANGAN

Kepada Yth,
Dosen Fakultas Psikologi
Universitas Medan Area
Jl. Kolam No. 1 Medan Estate

Saya selaku pimpinan Outlet Sun Thai Tea Stabat menerangkan bahwa :

Nama : BELLA THERESIA Br. SILITONGA
NPM : 188600029
Fakultas : PSIKOLOGI
Program Studi : PSIKOLOGI

Benar nama tersebut telah selesai melakukan riset dan pengambilan data di Outlet Sun Thai Tea Stabat pada tanggal 18 s/d 15 Desember 2022. Diharapkan data tersebut dapat membantu yang bersangkutan dalam penyusunan tugas akhir perkuliahan dan bermanfaat bagi mahasiswa.

Demikian surat ini disampaikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Stabat, 17 Desember 2022

Pimpinan Outlet Sun Thai Tea,


SUN THAI TEA
(Ikhsan Maulana)

Tembusan:

-Pertinggal

