

**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN
KONSUMEN DI KAFE KOPI SADIS MEDAN**

SKRIPSI

OLEH :

Febri Evri Tamara

18.860.0199



**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

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 30/10/23

Access From (repository.uma.ac.id)30/10/23

**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN
KONSUMEN DI KAFE KOPI SADIS MEDAN**

SKRIPSI

*Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan
Gelar Sarjana Di Fakultas Psikologi
Universitas Medan Area*



OLEH :

Febri Evri Tamara

18.860.0199

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

HALAMAN PENGESAHAN


Judul Skripsi : Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Di
Kafe Kopi Sadis Medan

Nama : Febri Evri Tamara

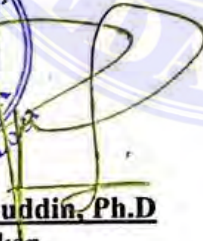

NPM : 188600199

Fakultas : Psikologi


Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing



Eryanti Novita, S.Psi. M.Psi. Psikolog
Pembimbing



Prof. Hasanuddin, Ph.D
Dekan



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

Tanggal disetujui: 6 Oktober 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 dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 06 Oktober 2023



(Febri Evri Tamara)

188600199

**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 : Febri Evri Tamara
NPM : 18.860.0199
Program Studi : Ilmu Psikologi
Fakultas : Psikologi
Jenis karya : Skripsi

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Medan, 06 Oktober 2023

Yang menyatakan



(Febri Evri Tamara)

188600199

Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Di Kafe Kopi Sadis Medan

Oleh:

FEBRI EVRI TAMARA

188600199

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji secara empirik apakah ada hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen di kafe kopi sadis Medan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Subjek penelitian adalah pelanggan di Restoran Kopi Sadis yang berjumlah 71 orang dengan menggunakan insidental sampling di susun berdasarkan skala likert. Alat ukur yang digunakan adalah instrumen kualitas pelayanan yang terdiri dari 28 item dengan menunjukkan *Cronbach's alpha* ,792 dan instrumen kepuasan konsumen yang terdiri dari 28 item dengan menunjukkan *Cronbach's alpha* ,810 yang artinya seluruh instrumen lebih besar dari nilai konstanta yang digunakan, yaitu, 0.7. Analisis data ini menggunakan teknik r Product Moment. Berdasarkan analisis data, diperoleh bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dinyatakan diterima, yaitu ada hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen, artinya makin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan melalui perhitungan analisis r Product Moment dengan nilai atau koefisien (R_{xy}) = 0,792 dengan nilai signifikan p sebesar 0,000, dimana $p < 0,05$ maka hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berkorelasi positif dengan kepuasan konsumen di Kafe Kopi Sadis Medan. Berdasarkan hasil perhitungan mean hipotetik pada variabel kualitas pelayanan dengan 4 pilihan jawaban diperoleh sebesar 50. Untuk mean empirik kualitas pelayanan adalah 35,5 dengan SD sebesar 5,244. Hal ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan Kafe Kopi Sadis Medan tergolong tinggi. Sedangkan untuk mean hipotetik kepuasan konsumen diperoleh sebesar 47,5 dengan SD sebesar 6,935. Hal ini membuktikan bahwa kepuasan konsumen Kafe Kopi Sadis Medan tergolong tinggi.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

The Correlation Between Service Quality and Customer Satisfaction in Cafe Kopi Sadis Medan

By:

FEBRI EVRI TAMARA

188600199

Abstract

This study aims to find out and test empirically whether there is a relationship between service quality and customer satisfaction at sadist coffee cafes in Medan. The method used in this research is a quantitative method. The research subjects were customers at Sadis Coffee Restaurant, totaling 71 people using incidental sampling arranged according to a Likert scale. The measuring instrument used is the service quality instrument which consists of 28 items showing Cronbach's alpha .792 and the consumer satisfaction instrument which consists of 28 items showing Cronbach's alpha .810 which means that all instruments are greater than the value of the constant used, namely 0.7 . This data analysis uses the r Product Moment technique. Based on data analysis, it was found that the hypothesis proposed in this study was accepted, namely that there was a positive relationship between service quality and customer satisfaction, meaning that the higher the service quality, the higher the customer satisfaction. This is proven through the calculation of r Product Moment analysis with a value or coefficient (R_{xy}) = 0.792 with a significant p value of 0.000, where $p < 0.05$, this shows that service quality is positively correlated with customer satisfaction at Sadis Coffee Cafe Medan. Based on the results of the calculation of the hypothetical mean on the service quality variable with 4 answer choices, it is obtained at 50. The empirical mean of service quality is 35.5 with an SD of 5.244. This proves that the service quality of Medan Sadis Coffee Cafe is high. Meanwhile, the hypothetical mean of consumer satisfaction is 47.5 with an SD of 6.935. This proves that Sadis Coffee Cafe Medan's customer satisfaction is high.

Keywords: Service Quality, Consumer Satisfaction

RIWAYAT HIDUP

Peneliti dilahirkan di Medan pada tanggal 12 November 2000 dari ayah Syamsul Bahri dan Ibu Evi Zulfinar, peneliti merupakan putri ke-3 dari tiga bersaudara. Tahun 2018 peneliti lulus dari SMA Negeri 7 medan dan pada tahun 2018 terdaftar sebagai Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.



Medan, 06 Oktober 2023

(Febri Evri Tamara)

188600199

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala Rahmat dan Hidayah yang telah diberikan sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian yang berjudul “ Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen di Kafe Kopi Sadis Medan”, sebagai salah satu syarat dalam meraih gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Ilmu Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Medan Area

Terima kasih Penulis sampaikan kepada ibu Eryanti Novita, S.Psi, M.Psi, Psikolog. Selaku pembimbing yang telah banyak memberikan saran. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada orangtua terutama ibu penulis serta seluruh keluarga dan orang terdekat atas segala doa dan perhatiannya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat Penulis harapkan demi kesempurnaan tugas skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat baik untuk kalangan pendidikan maupun masyarakat. Akhir kata Penulis ucapkan terima kasih.

Medan, 06 Oktober 2023



(Febri Evri Tamara)

188600199

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR BAGAN	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Hipotesis Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kepuasan Konsumen.....	10
2.1.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	10
2.1.2 Faktor - Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen . Error!	
Bookmark not defined.	
2.1.3 Aspek - aspek kepuasan konsumen Error! Bookmark not	
defined.	
2.1.4. Ciri - Ciri Konsumen Yang Puas. Error! Bookmark not defined.	
2.2 Kualitas Pelayanan	14
2.3 Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen	20

2.4 Kerangka Konseptual.....	22
III. METODE PENELITIAN	
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	23
3.1.1 Waktu Penelitian.....	23
3.1.2 Lokasi Penelitian	23
3.2 Bahan dan Alat	24
3.3 Metode Penelitian.....	24
3.4 Populasi Penelitian.....	25
3.4.1 Populasi	25
3.4.2 Sampel.....	25
3.5 Prosedur Kerja	26
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil	32
4.2 Pembahasan.....	41
V. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	44
5.2 Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	47

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Umumnya masyarakat modern dewasa ini ditandai dengan aktivitas kerja yang tinggi. Aktivitas tersebut berdampak semakin banyak orang menghabiskan waktunya diluar rumah karena banyaknya kegiatan, khususnya di kalangan pelajar, mahasiswa maupun karyawan yang sebagian besar dari mereka mencari tempat yang nyaman untuk bersantai dan mencari makanan ringan dengan harga yang terjangkau dan memiliki cita rasa yang enak dan berkualitas. Hal tersebut menjadi salah satu faktor pendorong menjamurnya *coffee shop* pada saat ini. Ditambah lagi dengan sifat masyarakat Indonesia yang suka mengobrol tentang beragam topik hingga *life update* sambil menyeruput minuman membuat *coffee shop* selalu ramai. Suasana nyaman yang diciptakan dengan alunan musik yang diputar membuat ngopi jadi *lifestyle* baru. Apalagi ada aturan baru beberapa perusahaan yang sering memperbolehkan *work from anywhere* hingga *work from cafe* jadi kunjungan tempat kerja baru. Selain itu, bahan baku biji kopi lokal yang mudah didapat serta kemudahan promosi di sosial media membuat gerai *coffee shop* semakin tinggi jumlahnya. Margin keuntungan *coffee shop* yang relatif tinggi juga membuat banyak pebisnis yang ingin mencoba peruntungan pada bisnis ini.

Gelombang awal diawali dengan kemunculan konsumsi kopi yang dinikmati masyarakat Indonesia di kedai kopi kecil atau warung kopi tradisional dalam bentuk seduhan dari kopi instan (*ready to drink*). Beberapa brand pionir kopi instan dalam

kemasan sachet di Indonesia ada Kapal Api, Nescafe, ABC, hingga Torabika. Kemudian beranjak pada tahun 2001 kemunculan *franchise coffee shop* asal luar negeri mulai memasuki Indonesia, seperti *Coffee Bean* dan *Starbucks*. Kehadiran brand besar ini memunculkan gelombang tren konsumsi kopi di Indonesia berupa rasa gengsi ketika duduk di gerai kopi merek besar. Dari hasil research Toffin, sejak tahun 2013 konsumsi kopi mulai bergeser dari gengsi menjadi *curiosity* dengan cara produksi kopi hingga muncul produsen kopi artisan dengan mesin kopi canggih. Lompat di tahun 2016, segelas es kopi yang dikenal miliki harga mahal kini hadir lebih terjangkau berkat kehadiran berbagai usaha *coffee shop* kekinian. Kopi secara mudah dapat dinikmati di gerai kopi estetik dengan seduhan kopi kekian seperti kopi gula aren dan kopi literan.

Cafe atau *coffee shop* (kedai kopi) adalah merupakan suatu tempat yang biasanya menyediakan tempat duduk di bagian luar ataupun dalam ruangan. Biasanya cafe tidak menyediakan makanan berat karena lebih fokus ke makanan ringan seperti kue, roti dan sup. (*Cafes and Bars: The architecture of public display*, 2007). Cafe adalah restoran kecil yang melayani atau menjual makanan ringan dan minuman, kafe biasanya digunakan orang untuk rileks. Cafe atau *coffee shop* atau yang lebih dikenal sebagai kedai kopi berasal dari turki berdiri sejak 1475. Pada awalnya *coffee shop* hanya menjual kopi. Cafe di dirikan di eropa pada tahun 1529.

Salah satu *coffee shop* yang ada di Kota Medan adalah Kopi Sadis Medan yang berlokasi di Jalan Nusantara No. 5 Kec. Percut Sei Tuan Medan Tembung. Kopi Sadis Medan menyediakan berbagai jenis kopi kekinian, variasi minuman kekinian *non coffee*, makanan ringan (*snack*), makanan berat dengan harga ekonomis dan

penawaran harga *bundling* untuk momen-momen tertentu. Kopi Sadis Medan cukup terkenal dikalangan anak muda karena *coffee shop* ini memiliki desain interior yang artistik, kursi bergaya *vintage*, dan adanya taman yang cukup menarik untuk dijadikan objek foto. Kopi Sadis Medan melakukan perubahan konsep interior ataupun eksterior *café* dalam 2-3 tahun sekali. Hal ini merupakan suatu upaya yang dilakukan Kopi Sadis Medan untuk meningkatkan kepuasan konsumennya serta dapat menarik konsumen baru. Selain itu Kopi Sadis Medan menyediakan *live music* bagi konsumennya mulai dari jam 17.00 s.d 21.00 pada hari sabtu dan minggu. Kopi Sadis Medan termasuk salah satu *coffee shop* yang cukup berhasil bertahan ditengah persaingan yang cukup ketat. Hal ini menunjukkan bahwa Kopi Sadis Medan dapat menjaga kepuasan konsumennya sehingga dapat bertahan dikalangan generasi milenial dan generasi z pada masa kini.

Kepuasan konsumen merupakan bagian dari pemasaran dan memainkan peran penting di pasar. Strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen membuat perusahaan harus memahami perilaku maupun memenuhi kebutuhan konsumen untuk mencapai kepuasan konsumen, Oliver (2007). Kepuasan pelanggan merupakan suatu evaluasi purna beli, jika kepuasan pelanggan tercapai maka akan timbul loyalitas dari pelanggan, oleh karena itu kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi perusahaan. Pengertian kepuasan konsumen menurut Peter dan Olson (2016) adalah konsep yang paling menentukan dalam pemikiran pemasaran dan riset konsumen. Secara teori, konsumen yang merasa puas dengan produk, jasa, atau merek, kemungkinan besar akan terus membelinya dan memberitahukan

kepada yang lain perihal tersebut. Bila tidak puas, kemungkinan besar konsumen akan berganti produk atau merek dan mengadukan kepada produsen barang, dan konsumen lain. Menurut Elitan (dalam Ika, 2010), ciri-ciri kepuasan konsumen yaitu, tidak ada keluhan atau keluhan yang teratasi, adanya kesesuaian antara ekspektasi atau harapan pelanggan dengan *performance* produk. Menurut Wilkie (dalam Utama, 2013) menyatakan bahwa terdapat lima aspek pada kepuasan konsumen, yaitu : *Expectation* (Harapan), *Performance* (Kinerja), *Comparison* (Perbandingan), *Confirmation/ disconfirmation*, *Disrepancy* (Ketidaksesuaian). Faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen Menurut Ratnasari dan Aksa (2011) yaitu : Kualitas produk, Kualitas pelayanan, Emosional.

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti pada tanggal 29 April 2022, 30 April 2022, 1 Mei 2022 terdapat pelanggan yang memiliki Kepuasan konsumen dilihat dari faktor faktor menurut Ratnasari dan Aksa (2011), bahwa konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang konsumen harapkan.

Kesimpulan yang peneliti peroleh dari wawancara dan observasi kepada beberapa konsumen Kopi Sadis Medan ditemukan bahwa sebagian konsumen kurang merasa puas dengan karyawan yang ada di Kopi Sadis Medan meliputi karyawan yang kurang komunikatif dan responsif apabila ada pesanan yang cukup lama keluar, serta kurangnya kecekatan karyawan dalam melayani konsumen yang dapat dilihat dari tidak berjalannya sistem *waiting list* yang mengakibatkan konsumen langsung pergi apabila café tersebut sedang dalam keadaan ramai.

Salah satu cara agar kepuasan konsumen tercapai yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dari perusahaan itu sendiri. Kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen adalah elemen penting yang harus dipertanggungjawabkan demi meningkatkan tujuan perusahaan (Ismail dan Haron, 2006). Kualitas pelayanan merupakan faktor dan akar penting yang mampu memberikan kepuasan bagi pelanggannya yang terkait dengan hasil perilaku dari mulut ke mulut seperti keluhan, rekomendasi dan pertukaran atau perpindahan (Yaves *et al*, 2004 dalam Sumarto, 2007). Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan bagi pelanggan agar pelanggan merasa mendapat nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan pelanggan merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan pelanggan akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya (Ayse, 2007). Menurut Kotler (2019) kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Konsumen akan merasa puas ketika persepsi mereka tentang pelayanan di kafe memenuhi atau melebihi harapan mereka.

Konsumen zaman sekarang memiliki banyak pilihan barang atau jasa yang dapat mereka beli. (Kotler, 2008) menyebutkan dalam menentukan pilihan, konsumen didasari oleh persepsi mereka akan kualitas pelayanan dan penilaian dari konsumen tentang kualitas pelayanan yang ada. Maka kualitas barang atau jasa ditentukan oleh seorang konsumen (Mowen, 2001).

Pengertian kualitas pelayanan Menurut Kotler (2019) kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Selain kualitas pelayanan ada beberapa

faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pada konsumen seperti kualitas produk, harga, faktor situasi, personal, namun faktor pertama merupakan hal yang tidak kalah penting untuk sebuah perusahaan dengan menciptakan kualitas pelayanan. Konsumen yang merasa puas dengan produk atau jasa yang diterima, maka konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan mengkonsumsi ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama.

Menurut Kasmir (2005), ciri-ciri pelayanan yang baik yaitu, Tersedianya Karyawan yang Baik, Mampu Berkomunikasi dengan Baik, Berusaha Memahami Kebutuhan Pengunjung dan Mampu Melayani secara Cepat dan Tepat. Kualitas pelayanan berperan penting dalam menghasilkan profit jualan. Sehingga penting untuk terus memperbaiki kualitas pelayanan agar konsumen merasa puas atas pelayanan yang di berikan. Di kafe kopi sadis sendiri ketika menghadirkan pesanan konsumen cukup lama sehingga membuat konsumen kurang merasa puas atas pelayanan yang di berikan , jika kualitas pelayanannya baik secara tidak langsung konsumen akan merasa puas dan kemungkinan besar konsumen akan melakukan pembelian ulang. Garvin (dalam Tjiptono,2005) mengembangkan delapan aspek kualitas pelayanan yaitu : Kinerja (*performance*), Ciri-ciri atau keistimewaaan tambahan (*features*), Kehandalan (*reability*), Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*), Data tahan (*durability*), *Serviceability* , Estetika , Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*).

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan pada Kopi Sadis Medan diketahui bahwa sebagian besar konsumen merasa kecewa dengan kehandalan (*reability*) karyawan Kopi Sadis Medan, meskipun konsumen merasa puas dengan kopi, makanan, fasilitas dan suasana café tetapi konsumen sering memberikan komentar buruk terkait *service ability* seperti makanan dan minuman yang terlalu lama disajikan, kebersihan kamar mandi, pelayan yang terlalu cuek. Komentar buruk ini dapat dilihat pada ulasan google.

Keputusan-keputusan konsumen untuk mengkonsumsi atau tidak mengkonsumsi suatu barang/jasa dipengaruhi oleh berbagai faktor antara lain adalah persepsinya terhadap kualitas pelayanan. Pemberian pelayanan yang berkualitas kepada konsumen adalah hal yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin sukses dan berhasil. Kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen karena Kualitas Pelayanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan. Buruknya kualitas jasa yang di berikan kepada pelanggan mengakibatkan banyak kerugian yang dialami pelaku bisnis. Pernyataan ini dapat menunjukkan adanya interaksi yang kuat antara “kepuasan konsumen” dengan “kualitas pelayanan”. Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan Judul “Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen di Kafe Kopi Sadis Medan”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang di uraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini yang ingin diketahui adalah, “Apakah ada hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Kafe Kopi Sadis Medan?”

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini memiliki tujuan tertentu yaitu untuk mengetahui “Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Kafe Kopi Sadis Medan.”

1.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Dengan asumsi semakin baik tingkat kualitas pelayanan yang diberikan kafe , maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen pada kafe tersebut, sebaliknya semakin buruk kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin rendah kepuasan konsumen.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Mendapatkan wawasan tentang Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen, yang terkait dengan pelaksanaan yang dilakukan di Kafe

1.5.2 Manfaat Praktis

Menambah referensi untuk mahasiswa sehingga mereka dapat meningkatkan pengetahuan dan wawasan yang dimiliki dalam hal kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan di sebuah Kafe

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kepuasan Konsumen

2.1.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut Peter dan Olson (2016) kepuasan konsumen yaitu konsep yang paling menentukan dalam pemikiran pemasaran dan riset konsumen. Secara teori, konsumen yang merasa puas dengan produk, jasa, atau merek, kemungkinan besar akan terus membelinya dan memberitahukan kepada yang lain perihal tersebut. Bila tidak puas, kemungkinan besar konsumen akan berganti produk atau merek dan mengadakan kepada produsen barang, dan konsumen lain.

Menurut Kotler (2005) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Menurut Tjiptono (2004) kepuasan konsumen merupakan evaluasi pembeli dimana alternatif yang di pilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (Outcome) tidak memenuhi harapan. Menurut Engle (2005) kepuasan didefinisikan sebagai evaluasi paska konsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi harapan.

Berdasarkan uraian diatas mendapatkan kesimpulan bahwa kepuasan konsumen adalah respon emosional berupa perasaan senang, bangga maupun sejahtera yang muncul ketika mendapatkan barang atau jasa yang sesuai harapan.

Maka dapat di simpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan konsumen terhadap kinerja atau pelayanan diharapkannya.

2.1.2 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen.

Menurut Ratnasari dan Aksa (2011) untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen, faktor-faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah:

- a. Kualitas produk, konsumen akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- b. Kualitas pelayanan, pada industri jasa, adalah mutlak bahwa konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang konsumen harapkan.
- c. Emosional, konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu, sehingga membuatnya mengalami tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk, tetapi nilai sosial atau self-esteem yang membuat konsumen menjadi puas terhadap suatu merek tertentu.

Moerir (dalam Yuliarini, & Riyasa, 2007) faktor-faktor kepuasan konsumen diantaranya adalah tingkah laku yang sopan, cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan, waktu penyampaian yang tepat, dan keramah-tamahan.

Berdasarkan faktor - faktor diatas didapatkan kesimpulan bahwa ada berbagai faktor pendorong perilaku kepuasan konsumen. Tetapi yang menjadi

pengaruh kepuasan konsumen meliputi kualitas produk, Kualitas pelayanan , citra merek, emosional, dan keramah-tamahan.

2.1.3 Aspek-aspek Kepuasan Konsumen.

Menurut Wilkie (dalam Utama, 2013) menyatakan bahwa terdapat lima aspek pada kepuasan pelanggan, yakni:

a. *Expectation* (harapan)

Pemahaman mengenai kepuasan pelanggan dibangun selama fase prapembelian melalui proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen. Sebelum melakukan pembelian, konsumen mengembangkan expectation (pengharapan) atau keyakinan mengenai apa yang mereka harapkan dari suatu produk atau jasa ketika mereka menggunakan suatu produk atau jasa tersebut. Pengharapan ini akan dilanjutkan kepada fase pasca pembelian, ketika mereka secara aktif mengkonsumsi kembali produk tersebut.

b. *Performance* (kinerja)

Selama mengkonsumsi suatu produk, konsumen menyadari kegunaan produk actual dan menerima kinerja produk tersebut sebagai dimensi yang penting bagi konsumen.

c. *Comparison* (perbandingan)

Setelah mengkonsumsi, terdapat adanya harapan pembelian dan persepsi kinerja actual yang pada akhirnya konsumen akan membandingkan keduanya.

d. Confirmation/disconfirmation

Hasil dari perbandingan tersebut akan menghasilkan confirmation of expectation, yaitu ketika harapan dan kinerja berada pada level yang sama, atau akan menghasilkan disconfirmation of expectation, yaitu jika kinerja actual lebih baik atau kurang dari level yang diharapkan.

e. Discrepancy (ketidaksesuaian)

Jika level kinerja tidak sama, discrepancy mengindikasikan bagaimana perbedaan antar kinerja dengan harapan. Untuk negative disconfirmations, yaitu ketika kinerja actual berada di bawah level harapan, kesenjangan yang lebih luas lagi akan mengakibatkan tingginya level ketidakpuasan.

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

1. Aspek kenyamanan, meliputi lokasi perusahaan, kebersihan, dan kenyamanan.
2. Aspek hubungan konsumen dengan karyawan, meliputi keramahan karyawan, informasi yang diberikan oleh karyawan, komunikatif, responsif, suportif, dan cekatan dalam melayani konsumen.
3. Aspek kompetensi teknis petugas, meliputi keberanian bertindak dan pengalaman.
4. Aspek biaya, meliputi mahalnnya produk, terjangkau tidaknya oleh konsumen.

Berdasarkan aspek aspek diatas didapatkan kesimpulan bahwa aspek yang digunakan dalam penelitian ini adalah yang dikemukakan oleh Wilkie (dalam

Hutama, 2013), Expectation (harapan) , Performance (kinerja) , Comparison (perbandingan), Confirmation/disconfirmation, dan Disrepancy (ketidaksesuaian).

2.1.4 Ciri-ciri Konsumen Yang Puas

Menurut Elitan (dalam Ika, 2010) kepuasan konsumen mempunyai ciri-ciri yaitu :

1. Tidak ada keluhan atau keluhan yang teratasi
2. Adanya kesesuaian antara ekspektasi atau harapan pelanggan dengan *performance* produk

Berdasarkan uraian diatas didapatkan kesimpulan bahwa kepuasan konsumen dapat diperoleh jika tidak ada keluhan atau keluhan yang teratasi, adanya kesesuaian antara *expektasi* atau harapan pelanggan dengan *performance* produk. Konsumen yang telah puas tidak akan mengeluhkan produk maupun jasa yang dikonsumsi karena kinerja produk dapat diterima oleh konsumen.

2.2 Kualitas Pelayanan.

2.2.1. Pengertian Kualitas Pelayanan.

Menurut Kotler (2019) kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Sementara itu, kualitas jasa menurut Achmad & Ainaini (2006) adalah keadaan dimana penyedia jasa mampu memenuhi spesifikasi atau kebutuhan pelanggan sesuai dengan harapannya, jadi *performance* atau kinerja aktual jasa disampaikan sesuai tepat sama dengan harapan konsumen.

Menurut Abdullah dan Tantri (2019) kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan untuk dapat memenuhi harapan konsumennya.

Berdasarkan uraian diatas didapatkan kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah tindakan seseorang kepada orang lain melalui sajian produk ataupun jasa sesuai dengan yang berlaku pada barang atau jasa tersebut untuk memenuhi kebutuhan, keinginan orang yang ingin dilayani

2.2.2 Faktor – Faktor Kualitas Pelayanan.

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

- a. Memusatkan perhatian konsumen, Hal ini dilakukan dengan mendengarkan
- b. Konsumen dengan penuh perhatian, menanggapi pembicaraan dengan konsumen, dan menempatkan kepentingan konsumen pada nomor satu.
- c. Memberikan pelayanan yang efisien , Adalah dimana pelayanan dilakukan dengan tuntas dan tidak bertele-tele dan melakukan dengan waktu yang seakurat mungkin.
- d. Meningkatkan perasaan harga diri tamu, dapat dilakukan dengan mengenali kehadiran konsumen, memuji dengan tulus, dan tidak menggurui konsumen.
- e. Membina hubungan dengan konsumen, bisa dengan berbagai cara contohnya dengan mendengarkan apa yang disampaikan oleh konsumen dan menunjukkan simpati kepada konsumen.

- f. Memberikan penjelasan dan keterangan, yaitu memberikan pelayanan secara baik dan benar kepada konsumen.
- g. Menentukan apa yang diinginkan konsumen, dengan menanyakan kembali apa yang diinginkan konsumen dan menarik inti dari apa yang ia katakan.
- h. Memberikan penjelasan tentang jasa pelayanan yang dapat diberikan perusahaan, Menjelaskan keuntungan yang akan di peroleh jika menggunakan fasilitas dan pelayanan yang disediakan perusahaan.

2.2.3 Aspek-Aspek kualitas Pelayanan.

Garvin (dalam Tjiptono,2005) mengembangkan delapan aspek kualitas pelayanan yaitu :

1. Kinerja (*performance*) yaitu mengenai karakteristik operasi pokok dari produk inti. Misalnya bentuk dan kemasan yang bagus akan lebih menarik konsumen.
2. Ciri-ciri atau keistimewaaan tambahan (*features*) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap dari suatu produk seperti gambar atau logo yang menjadi ciri produk tersebut.
3. Keandalan (*reability*) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Seperti halnya produk atau jasa yang diterima konsumen harus sesuai bentuk sampai jenisnya dengan kesepakatan bersama.

5. Data tahan (*durability*) yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Biasanya konsumen akan merasa puas bila produk yang dibeli tidak pernah rusak.
6. *Service ability* yaitu meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, penanganan keluhan yang memuaskan.
7. Estetika yaitu daya tarik produk terhadap panca indera. Misalnya kemasan berwarna-warni cerah, kondisi gedung dan lain sebagainya.
8. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*) yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Sebagai contoh merek yang lebih dikenal masyarakat (*brand image*) akan lebih dipercaya dari pada merek yang masih baru dan belum dikenal.

Parasuraman, dkk (Yulianto, dkk, 2016) Ada 5 aspek yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu :

1. *Tangible* (wujud/tampilan), adalah mutu pelayanan yang berupa wujud/tampilan melalui fisik, perlengkapan, penampilan karyawan, dan peralatan komunikasi. Servis tidak dapat dilihat, tidak dapat dicium dan tak dapat diraba maka aspek *tangible* menjadi aspek penting sebagai ukuran terhadap pelayanan. Pelanggan akan menggunakan indera penglihatan untuk menilai kualitas pelayanan.
2. *Reliability* (keandalan), adalah mutu pelayanan yang berupa kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai janji yang ditawarkan, sehingga dapat memberikan pelayanan yang optimal dan akurat. Dalam pelayanan jasa dapat meliputi, kecepatan pelayanan, ketepatan pelayanan dan kelancaran

pelayanan. ini sering dipersepsikan paling penting bagi pelanggan industri jasa.

3. *Responsiveness* (ketanggapan), adalah mutu pelayanan yang berupa kemauan pihak pemberi pelayanan untuk memberikan informasi dan membantu merespon kebutuhan atau keinginan konsumen dengan segera. ini dinamis dimana harapan pelanggan terhadap kecepatan pelayanan cenderung naik dari waktu ke waktu. Kepuasan terhadap ini adalah berdasarkan persepsi bukan aktual, karena persepsi mengandung aspek psikologis maka faktor komunikasi dan situasi fisik di sekeliling pelanggan yang menerima pelayanan merupakan hal yang penting dalam mempengaruhi penilaian pelanggan.
4. *Assurance* (jaminan), adalah mutu pelayanan yang berupa adanya jaminan yang mencakup pengetahuan dan ketrampilan petugas, kesopanan dan keramahan petugas, kemampuan petugas dalam berkomunikasi, sifat dapat dipercaya dan adanya jaminan keamanan.

2.2.4 Ciri-ciri pelayanan yang baik.

Ciri-ciri pelayanan yang baik menurut Kasmir (2005) antara lain :

1. Tersedianya Karyawan yang Baik.

Kenyamanan pengunjung sangat tergantung dari karyawan yang melayaninya, karyawan harus ramah, sopan dan menarik. Di samping itu, karyawan harus cepat tanggap, pandai berbicara, menyenangkan serta pintar. Karyawan juga harus mampu memikat dan mengambil hati pengunjung sehingga pengunjung semakin tertarik. Demikian juga dengan cara kerja karyawan harus rapi, cepat dan cekatan.

2. Mampu Berkomunikasi dengan Baik.

Mampu berkomunikasi dengan baik artinya karyawan harus mampu berbicara kepada setiap pengunjung. Karyawan juga harus mampu dengan cepat memahami keinginan pengunjung. Selain itu, karyawan harus mampu berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti.

3. Berusaha Memahami Kebutuhan Pengunjung.

Berusaha memahami kebutuhan pengunjung artinya para karyawan khususnya customer service harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh para pengunjung. Karyawan yang lamban akan membuat pengunjung lari. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan pengunjung secara cepat.

4. Mampu Melayani secara Cepat dan Tepat.

Mampu melayani secara cepat dan tepat artinya dalam melayani pengunjung diharapkan para karyawan harus melakukannya sesuai dengan prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat

kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan standar perusahaan dan keinginan pengunjung.

2.3 Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen.

Di zaman sekarang ini Kafe sudah banyak diminati, banyak Kafe yang bagus dan diminati di saat ini mulai dari tempat nya, rasa makanan nya, harga nya bahkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh macam - macam Kafe, salah satunya Kafe Kopi Sadis Medan. Merupakan Kafe yang memiliki tempat yang *Aesthetic*, makanan nya yang harganya yang sesuai dan Kafe yang selalu memberikan kualitas pelayanan yang terbaik dari Kafe tersebut.

Peter dan Olson (2016) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah konsep yang paling menentukan dalam pemikiran pemasaran dan riset konsumen. Secara teori, konsumen yang merasa puas dengan produk, jasa, atau merek, kemungkinan besar akan terus membelinya dan memberitahukan kepada yang lain perihal tersebut. Bila tidak puas, kemungkinan besar konsumen akan berganti produk atau merek dan mengadakan kepada produsen barang, dan konsumen lain.

Menurut Ratnasari dan Aksa (2011) untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen yaitu Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Emosional. Konsumen yang merasa benar-benar puas, mereka bias mengkonsumsi ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di perusahaan yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan konsumen secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa

pelayanan merupakan aspek yang penting dalam mempertahankan bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2005).

Menurut Kotler (2019) kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan .

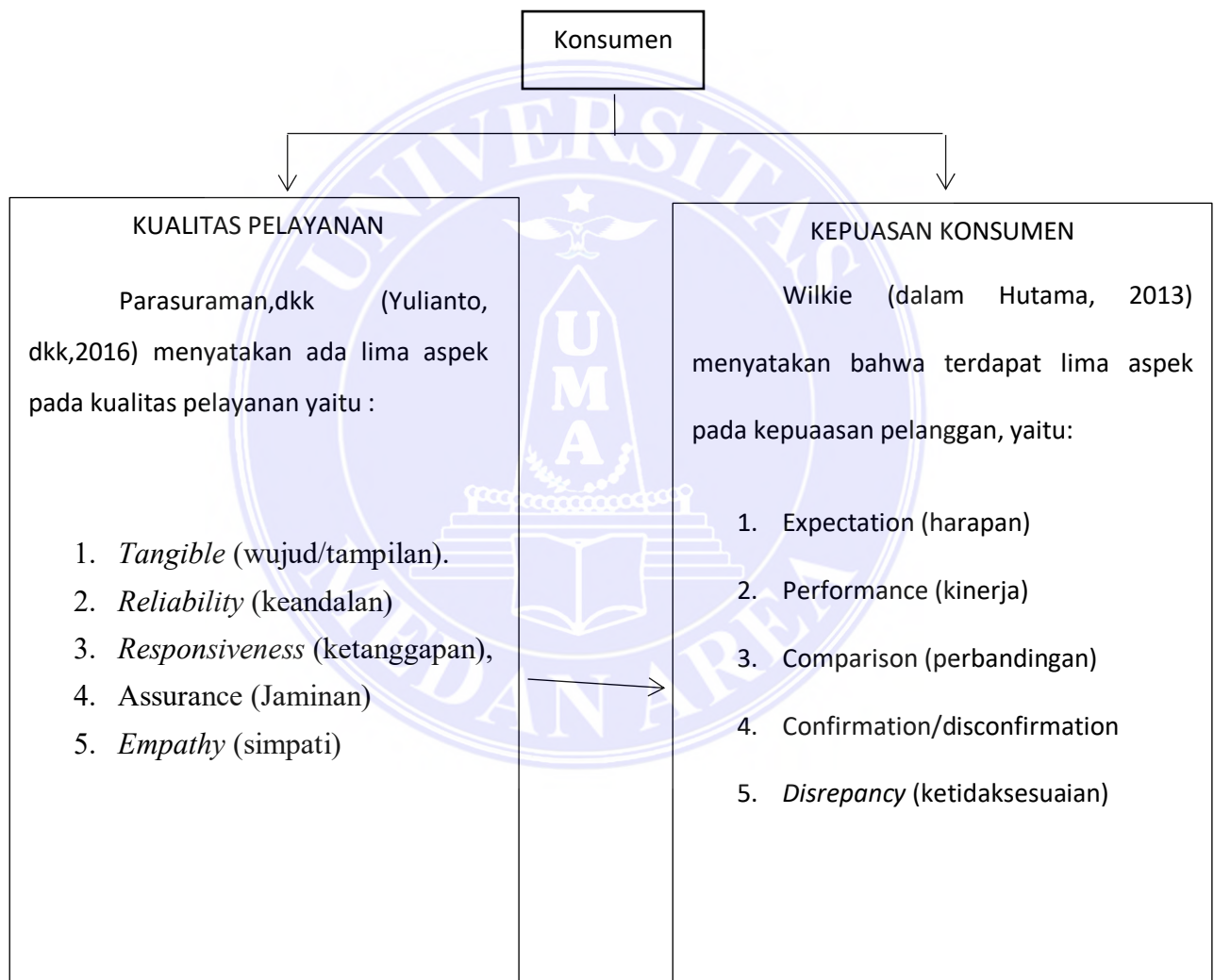
Sugiarto (2002) mengemukakan beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu, Memusatkan perhatian konsumen, memberikan pelayanan secara efisien, meningkatkan perasaan harga diri tamu, memberikan penjelasan dan keterangan, menentukan apa yang diinginkan konsumen, memberikan penjelasan tentang jasa pelayanan yang dapat diberikan perusahaan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Camelia Hanifah Amalina (2010) dengan judul “Hubungan antara kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen pada ritel modern” yang menyatakan bahwa Ada hubungan positif antara kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan

Demikian juga sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Suiayin Mahfirah Agsa (2016) dengan judul “Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Keude Kupie Ulee Kareng dan Gayo Sei Serayu Medan ” yang menyatakan bahwa ada hubungan positif antara kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan

2.4 Kerangka Konseptual

Dari pengertian variabel diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa ada nya hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada Kafe Kopi Sadis Medan. Dengan demikian, maka dapat dibuat sebuah kerangka berpikir sebagai berikut :



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Waktu Penelitian

Peneliti melakukan penelitian tanggal 21 Maret hingga 1 April 2023 lama waktu yang digunakan 11 hari.

3.1.2 Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan di salah satu kafe di tembung yang sudah berdiri sejak 4 April 2015 Pendirinya bernama Iqbal Fahri yang merupakan seorang pengusaha asal Medan Tembung. Nama Kopi Sadis digunakan untuk menarik perhatian konsumen terhadap nama nya yang unik. “Sadis” disini bukan berarti sadis yang kejam, tapi maksud dari “Sadis” disini adalah akronim dari **“Santainya tuh Di Sini”** harapan pemilik kafe ini yaitu membuat para konsumen merasa santai dan nyaman Kopi Sadis ini berlokasi di Jalan Nusantara No. 5 Kec. Percut Sei Tuan Medan Tembung, Deli serdang atau depan kantor Koramil Tembung. Buat menuju kesini sangat mudah sekitar 20 menit dari kampus Unimed, UIN SU atau UMA. Cafe ini setiap hari ramai dikunjungi, terlebih oleh kaum milenial. Di kafe ini ada indoor dan outdoor nya dan buka di jam 11.00 sampai jam 23.00 suasananya lebih menarik dengan adanya *Live Acoustic* yang akan membuat moment minum kopi lebih tidak membosankan. Kafe ini menyediakan berbagai macam menu selain kopi Kopi Sadis menyediakan jus dan berbagai macam teh , adajuga berbagai makanan ringan untuk menemani bersantai sambil minum kopi.

3.2 Bahan dan Alat

3.2.1 Bahan penelitian

Bahan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner berbentuk kertas, peneliti mencetak kuesioner dengan menggunakan seperangkat komputer dan printer. Kuesioner adalah daftar yang berisi pertanyaan atau pernyataan-pernyataan secara tertulis yang harus dijawab oleh responden secara tertulis (Supratik, 2015). Setelah itu peneliti membagikan kuesioner kepada para pelanggan yang berada di tempat penelitian. Kemudian pelanggan tersebut mengisi pernyataan-pernyataan yang berada di kuesioner menggunakan alat tulis (pulpen).

3.2.2 Alat Penelitian

Adapun alat penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah perangkat keras dan perangkat lunak. Adapun untuk keperluan analisis data dengan menggunakan SPSS versi 23.0 *for windows*. Kemudian skor yang mewakili pilihan subjek pada setiap butir pernyataan dipindahkan ke tahap berikutnya yaitu *Microsoft Excel* 2010. Skala yang digunakan yaitu skala model Likert

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Adapun penelitian kuantitatif deskriptif menurut (Azwar, 2019) penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data *numerical* (angka) yang diolah dengan metode statistika. Penelitian ini termasuk dalam penelitian non-eksperimen, dimana peneliti tidak memberikan perlakuan terhadap subjek penelitian. Adapun variabel yang menjadi pokok

bahasan dalam penelitian ini yaitu variable terikatnya, Kepuasan Konsumen, Kemudian Variabel Bebasnya yaitu, Kualitas Pelayanan.

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.

3.4.1. Populasi

Setiap penelitian, masalah populasi dan sampel yang dipakai merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan. (Sugiyono, 2018) menyatakan bahwa populasi adalah individu yang biasa dikenai generalisasi dari kenyataan-kenyataan yang diperoleh dari sampel penelitian. Sedangkan menurut (Arikunto, 2015) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Adapun populasi penelitian sebagai berikut:

Data Pelanggan Yang Datang Terhitung Tanggal 21 Maret S/D 1 April
200 ORANG

Populasi dalam penelitian ini diambil dari jumlah keseluruhan pelanggan terhitung dari tanggal 21 Maret s/d 1 April 2023, namun tidak semuanya mau dilakukan pengujian.

3.4.2 Sampel Penelitian

Pada penelitian menggunakan Teknik insidental sampling, dimana Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja pelanggan yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sample, yang mana sampel yang bisa di menjadi tesste berjumlah 71 responden, terhitung dari tanggal 21 Maret s/d 1 April 2023.

3.4.3 Teknik Pengambilan Sample

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah Insidental Sampling dimana teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja pelanggan yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3.5 Prosedur Kerja

Pada penelitian ini, prosedur atau langkah pada penelitian ini yang akan dijalankan yaitu :

3.5.1 Persiapan Administrasi

Sebelum penelitian dilaksanakan, terlebih dahulu dilakukan persiapan-persiapan yang berkaitan dengan administrasi penelitian, yaitu masalah perizinan hal ini meliputi perizinan dari Fakultas Psikologi Universitas Medan Area. Langkah-langkah yang dilakukan guna meminta kesediaan untuk mengadakan penelitian. Setelah ada persetujuan dari pihak tersebut, peneliti mengurus surat riset dari Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Medan. Setelah alat ukur di sebar maka Fakultas Psikologi Universitas Medan Area mengeluarkan surat selesai.

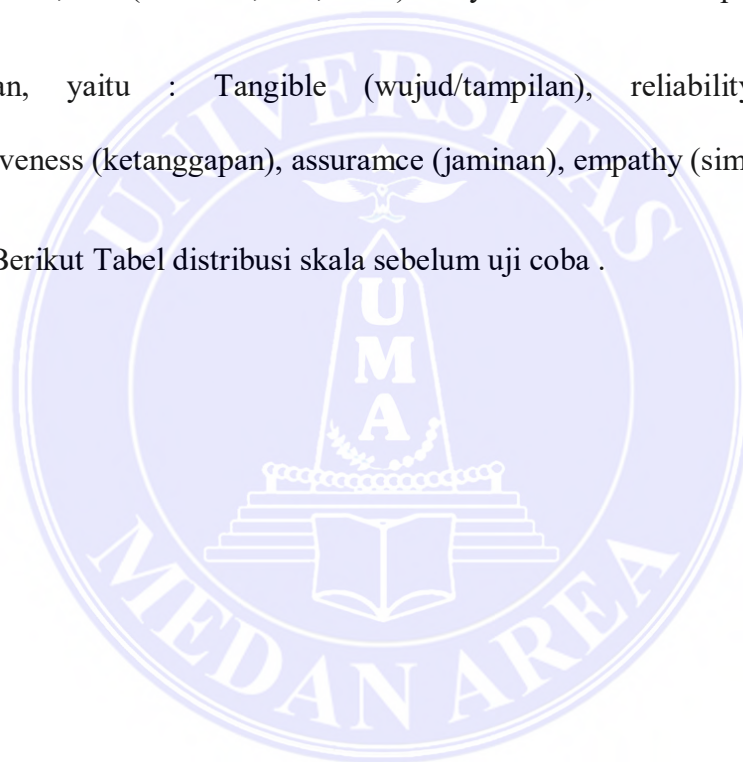
3.5.2 Persiapan alat ukur penelitian

Persiapan yang dimaksud adalah mempersiapkan alat ukur yang nantinya digunakan untuk penelitian, yakni dimulai dengan penyusunan skala. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode skala kepuasan konsumen dan skala kualitas pelayanan.

Skala disusun berdasarkan aspek-aspek yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut Wilkie (dalam utama, 2013), aspek-aspek yang mempengaruhi antara lain adalah: *Expectation* (harapan), *Performance* (kinerja), *Comparison* (perbandingan), *Confirmation/disconfirmation*, *Disrepuncy* (ketidaksamaan).

Kemudian skala kualitas pelayanan berdasarkan aspek aspek menurut Parasuraman, dkk (Yulianto, dkk, 2016) menyatakan ada lima aspek pada kualitas pelayanan, yaitu : *Tangible* (wujud/tampilan), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assuramce* (jaminan), *empathy* (simpati).

Berikut Tabel distribusi skala sebelum uji coba .



Tabel I.

Distribusi Skala Sebelum uji coba.

Aspek Kepuasan Konsumen	Indikator	Favourable	Unfavourable	Total
<i>Expectation</i>	Harapan terhadap produk	1,2	15,16	4
	Harapan kenyamanan	3,4	17,18	4
<i>Performance</i>	Kemampuan pegawai untuk menangani konsumen	5,6	19,20	4
<i>Comparison</i>	Kesesuaian harapan dengan kinerja	7,8	21,22	4
<i>Confirmation.</i>	Penegasan terhadap jaminan	9,10	23,24	4
<i>Discrepancy</i>	Perbandingan kinerja dan harapan	11,12	25,26	4
	Mengetahui kebutuhan pelanggan	13,14	27,28	4
Total	14		14	28

Table 2.

Distribusi Skala Sebelum uji coba.

Aspek Kualitas Pelayanan	Indikator	Favourable	Unfavourable	Total
<i>Tangible</i>	Tampilan pegawai	1,2	15,16	4
	Tampilan tempat dan produk	3,4	17,18	4
<i>Reliability</i>	Memberikan pelayanan sesuai janji yang ditawarkan	5,6	19,20	4
	Memberikan pelayanan yang optimal dan akurat	7,8	21,22	4
<i>Responsiveness</i>	Kecepatan dan ketepatan dalam bekerja	9,10	23,24	4
<i>Assurance</i>	Mempunyai pengetahuan terhadap produk yang ditawarkan	11,12	25,26	4
	Tingkat ketidaksesuaian	13,14	27,28	4
Total		14	14	28

Skala diatas disusun berdasarkan skala Likert dengan 4 Pilihan Jawaban, yakni Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju. Pernyataan disusun berdasarkan bentuk *favourable* dan *unfavourable*. Penelitian yang diberikan untuk jawaban *favourable*, yakni Sangat Setuju (SS) diberi nilai 4, jawaban Setuju (S) diberi nilai 3, jawaban Tidak Setuju (TS) diberi nilai 2, dan jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai 1. Sedangkan untuk item yang *unfavourable*, maka penilaian yang diberikan untuk jawaban Sangat Setuju (SS) diberi nilai 1, jawaban Setuju (S) diberi nilai 2, jawaban Tidak Setuju (TS) diberi nilai 3 dan jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai 4.

3.5.3. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya (Azwar 1986). Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan bahwa variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang hendak diteliti oleh peneliti (Cooper dan Schindler, dalam Zulganef, 2006). Validitas berhubungan dengan suatu peubah mengukur apa yang seharusnya diukur. (Sugiharto dan Sitinjak, 2006). Validitas dalam penelitian menyatakan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi sebenarnya yang diukur. Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. Instrument penelitian ini menggunakan validitas konstruk

Reliabilitas adalah Reliabilitas berasal dari kata reliability. Pengertian dari reliability (reliabilitas) adalah keajegan pengukuran (Walizer, 1987). menyatakan bahwa reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkap informasi yang sebenarnya dilapangan (Sugiharto dan Situnjak,2006).

Reliabilitas, atau keandalan, adalah konsistensi dari serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur. Hal tersebut bisa berupa pengukuran dari alat ukur yang sama (tes dengan tes ulang) akan memberikan hasil yang sama, atau untuk pengukuran yang lebih subjektif, apakah dua orang penilai memberikan skor yang mirip (reliabilitas antar penilai). Untuk penelitian ini reabilitas yang dipakai adalah Reliabilitas *cronbach alpha*.

3.5.4 Metode Analisis Data

Penelitian ini bersifat deskriptif, karena bertujuan untuk mengetahui dari setiap faktor-Faktor yang mempengaruhi motivasi kerja digunakan rumus F persen.

Selanjutnya setelah diketahui persentase setiap faktor dilakukan perhitungan frekuensi untuk melihat jumlah setiap aspek.

Hasil persentase tersebut bertujuan untuk mengetahui seberapa besar hubungan anntar variabel.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis dengan metode *r Product Moment*, diketahui bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Hal ini dapat diketahui melalui nilai korelasi r_{xy} sebesar 0,792 dengan nilai signifikan p sebesar 0,000, dimana $p < 0,05$ maka hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berkorelasi positif dengan kepuasan konsumen di Kafe Kopi Sadis Medan.
2. Berdasarkan koefisien determinan (r^2) dari hubungan antara variabel bebas X terhadap variabel bebas Y adalah sebesar $r^2 = 0,531$. Ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berkontribusi terhadap kepuasan konsumen sebesar 53,1%. Selebihnya 46,9% kurangnya kepuasan konsumen dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti seperti kualitas produk dan emosional konsumen.
3. Berdasarkan hasil perhitungan mean hipotetik pada variabel kualitas pelayanan dengan 4 pilihan jawaban diperoleh sebesar 50. Untuk mean empirik kualitas pelayanan adalah 35,5 dengan SD sebesar 5,244. Hal ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan Kafe Kopi Sadis Medan

tergolong tinggi. Sedangkan untuk mean hipotetik kepuasan konsumen diperoleh sebesar 47,5 dengan SD sebesar 6,935. Hal ini membuktikan bahwa kepuasan konsumen Kafe Kopi Sadis Medan tergolong tinggi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, serta kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

5.2.1 Bagi Kafe Kopi Sadis Medan

Diharapkan Kafe Kopi Sadis Medan dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen dengan terus melakukan perbaikan dan inovasi baik dari : *Tangible* (wujud/tampilan) seperti menu makanan dan suasana kafe yang kekinian. *Reliability* (keandalan) seperti mengantarkan makanan dan minuman yang tidak terlalu lama. *Responsiveness* (ketanggapan) seperti pelayan kafe yang selalu siap siaga dalam merespon konsumen. Assurance (Jaminan) seperti memberikan jaminan/garansi atas kualitas makanan yang bersih, higienis, dan halal. *Empathy* (simpati) seperti mau mendengarkan keluhan dan masukan dari konsumen.

5.2.2 Bagi Konsumen Kopi Sadis Medan

Diharapkan konsumen Kopi Sadis Medan dapat memberikan rekomendasi positif terhadap rekan sejawat, keluarga, dan kolega atas kualitas pelayanan prima yang telah diberikan oleh Kopi Sadis Medan dengan cara memberikan *like* dan komentar positif pada akun sosial

media Kopi Sadis Medan, ataupun menandai (*tagging*) Kopi Sadis Medan pada saat mengunggah foto/video/reels pada akun sosial media.

5.2.3 Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan peneliti berikutnya dapat meneliti variabel bebas lainnya untuk melihat hubungan ataupun pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen, seperti variabel kualitas produk, emosional konsumen, harga, kepercayaan dan lainnya. Peneliti selanjutnya dapat mempergunakan teknik analisis data lain seperti analisis regresi linier berganda dengan SPSS, ataupun menggunakan metode SEM (*Structural Equation Modelling*) analisis jalur dengan PLS (*Partial Least Square*) maupun AMOS.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayşe Özfer Özcelik, L. S.A. a. M. S. S. 2007. An Evaluation of Fast-Food Preferences According to Gender. *Humanity & Social Sciences Journal*, 2(1).
- Fahmi, Fikri Nor, 2012. *Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Buku Gramedia Lembuswana di Samarinda*, Fakultas Ekonomi Universitas Mulawarman.
- Gronross, Christian. 1990. *Service Management and Marketing : Managing the Moment of Truth in Service Competition*. CA- Lexington.
- Ismail, I., Haron, H., Ibrahim, D.N., and Isa, S.M. 2006. Service Quality Client Satisfaction and Loyalty Toward Audit Firm: Perception of Malaysia Public Listen Companys. *Manajerial Auditing Journal*, 21(7).
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary. *Principles of Marketing. Seventh Edition*, Prentice - Hall Inc, 1996.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 1997. *Prinsip - Prinsip Pemasaran (Edisi Bahasa Indonesia)*, Edisi Ketiga, Jilid I, Penerbit PT Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2005, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*, Jilid Dua, Erlangga, Jakarta.
- Lestari, Nurlaela Eva Puji. (2020). Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Waroeng *Steak And Shake* Cabang Margonda. *Perspektif: Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*. Vol. 18. No.2.
- Lovelock, Christopher H. 1991. *Service Marketing. Second Edition*, Prentice-Hall.
- Mansur, T. (2008). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Publik Pada Bagian Bina Sosial Setdako Lhokseumawe. *Universitas Sumatera Utara, Medan*.
- Marnovita. (2020). Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan. *PSIKOBORNEO: Jurnal Ilmiah Psikologi*. Vol.8. No.1.
- Oliver, Sandra. (2007). *Strategi Public Relations*. Jakarta : Esensi.
- Pupuni, N. W., & Sulistyawati, E. (2013). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Perilaku Pembelian Ulang (Studi*

Kasus pada Produk Pasta Gigi Merek Pepsodent di Kota Denpasar (Doctoral dissertation, Udayana University).

- Pradana, F. (2018). Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Pengalaman Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah Pt Fac Sekuritas Indonesia Di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 9(2).
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 312-318. Cooper, Donald R and Emory, William. 1995. *Business Research Methods*.
- Setyawati, E. (2017). Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Pada M-One Hotel & Entertainment. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Manajemen*, 1.
- Yulianto, E., Prawiranata, A., & Kusumawati, A. (2016). Pengaruh keramahtamahan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (Survei pada pelanggan villa Agrowisata Kebun Teh Wonosari Lawang, Malang). Brawijaya University.
- Yuliarmi, N. N., & Riyasa, P. (2007). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan PDAM Kota Denpasar. *Buletin Studi Ekonomi*, 12(1).



Lampiran A

KUESIONER PENELITIAN HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN DI KAFE KOPI SADIS MEDAN

Dengan Hormat,

Responded yang terhormat, saya **Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Medan Area**.

Saat ini saya sedang mengadakan penelitian mengenai, "**Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Di Kafe Kopi Sadis Medan.**"

Sehubungan dengan itu, kami membutuhkan sejumlah data untuk di olah dan kemudian di jadikan sebagai bahan penelitian melalui kerja sama dan kesediaan saudara mengisi **Kuesioner** ini.

Kami harapkan saudara/i mengisi **Kuesioner** ini agar mendapatkan data yang valid.

Keterangan pilihan jawaban

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Informasi yang di dapat dari kuesioner ini bersifat **Rahasia** dan digunakan hanya untuk kepentingan Akademis.

Atas perhatian dan kesediaan saudara/i mengisi **Kuesioner** ini kami mengucapkan Terimakasih.

Hormat saya,

Febri Evri Tamara

Nama*

Jenis Kelamin*

Usia*

Skala Kepuasan Konsumen

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya merasa puas dengan hidangan yang mereka berikan.				
2.	Saya senang ketika gambar dimenu sesuai dengan aslinya.				
3.	Saya melihat, Kafe Kopi Sadis selalu menambah fasilitas penunjang demi menghadirkan kepuasan konsumen.				
4.	Saya merasa puas dengan berbagai menu yang dapat saya pilih				
5.	Saya melihat penyajian pegawai dalam menawarkan menu sangat menarik				
6.	Pegawai Kafe Kopi Sadis cepat membuat pesanan pembeli				
7.	Saya puas karena hasil yang saya inginkan sesuai dengan kenyataan				
8.	Saya merasa puas dengan pengolahan kopi mereka yang pas di mulut				
9.	Saya merasa puas dengan jaminan produk yang mereka berikan kepada saya				

10.	Semua varian kopi yang ada pada menu tidak membuat saya kecewa dengan rasanya				
11.	Menurut saya, dapat memenuhi pelayanan baik sesuai yang saya harapkan				
12.	Hasil yang saya inginkan sama dengan kenyataan sehingga saya merasa puas				
13.	Pelayanan serta produk yang diberikan sangat memuaskan saya				
14.	Saya puas dengan pengolahan kopi mereka yang membuat saya semangat				
15.	Saya kecewa karena hidangan yang mereka berikan tidak sesuai harapan				
16.	Gambar yang dimenu tidak sesuai dengan yang aslinya				
17.	Saya kecewa dengan fasilitas yang kurang nyaman dan tampilan yang monoton				
18.	Pilihan makanan/minuman yang ada dimenu kurang memuaskan bagi saya				

19.	Penyajian pegawai dalam menawarkan menu sangat kurang bersemangat				
20.	Pegawai Kafe Kopi Sadis sangat lama membuat pesanan pembeli				
21.	Saya kecewa karena apa yang saya inginkan tidak sesuai dengan kenyataan				
22.	Saya merasa pengolahan kopi mereka yang dibuat tidak enak				
23.	Saya kecewa terhadap jaminan produk yang mereka berikan kepada saya				
24.	Beberapa kopi yang ada pada menu sangat tidak memuaskan saya karena tidak pas pengolahannya				
25.	Pelayanan yang mereka berikan tidak sesuai ekspektasi saya				
26.	Hasil yang saya inginkan jauh dari kenyataan				
27.	Pelayanan serta produk yang mereka berikan kurang memuaskan saya				

28.	Saya kecewa dengan pengolahan kopi mereka yang tidak pas sehingga saya tidak selera lagi				



LAMPIRAN B
SKALA KUALITAS PELAYANAN

Keterangan pilihan jawaban

SS = **Sangat Setuju**

S = **Setuju**

TS = **Tidak Setuju**

STS = **Sangat Tidak Setuju**

NO	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Menurut saya, pegawai kafe kopi sadis penampilannya rapih dan bersih				
2.	Pegawai kafe kop sadis , terkesan ramah kepada konsumen				
3.	Dekorasi halaman, dan interior kafe kopi sadis cukup menarik				
4.	Pegawai kafe kopi sadis selalu menjaga kebersihan dan kualitas makanan dan minuman				
5.	Menurut saya, menu yang di rekomendasikan sesuai dengan yang di tawarkan				
6.	Menurut saya, pegawai selalu menjaga kualitas cita rasa khas kopi yang konsisten				

7.	Pegawai kafe kopi sadis, mampu menyesuaikan selera konsumen				
8.	Pegawai kafe kopi sadis, cukup teliti dalam hal pembayaran				
9.	Saya di berikan penyajian yang cepat				
10.	Ketika konsumen datang dan pulang pegawai dengan cepat membersihkan meja dan kursi				
11.	Pegawai kafe kopi sadis mudah berbagi informasi menangani pengolahan kopi				
12.	Pegawai kafe kopi sadis memahami setiap menu				
13.	Pegawai kafe kopi sadis memberikan pengertian khusus terhadap konsumen bila di butuhkan				
14.	Pegawai selalu sabar dan sopan menghadapi keinginan konsumen				
15.	Penampilan pegawai kafe kopi sadis terlihat tidak rapi				
16.	Pegawai kafe kopi sadis, terkesan cuek				
17.	Dekorasi halaman dan interior kafe kopi sadis tidak menarik				

18.	Tampilan makanan atau minuman yang mereka hidangkan tidak bersih dan berkualitas				
19.	Rekomendasi makanan atau minuman yang mereka tawarkan tidak sesuai dengan yang di harapkan				
20.	Rasa kopi yang mereka hidangkan setiap harinya selalu berbeda				
21.	Pegawai tidak mampu menyesuaikan selera konsumen				
22.	Pegawai kasir di kafe kopi sadis kurang teliti dalam hal pembayaran				
23.	Pengantaran pesanan konsumen sangat lama				
24.	Pegawai kurang memperhatikan kebersihan meja dan kursi				
25.	Pegawai kurang memahami cara membuat kopi yang benar				
26.	Pegawai kafe kopi sadis kurang memahami ketika ditanya konsumen tentang menu				
27.	Pegawai tidak terlalu memperdulikan pelanggan bila di butuhkan				

28.	Pegawai kafe kopi sadis tidak sabar menghadapi konsumen				
-----	---	--	--	--	--



LAMPIRAN C

Kepuasan Konsumen

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3
4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3	2	2	1	3	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4
6	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4
7	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	
8	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
10	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4
11	3	2	3	3	1	2	3	3	2	2	2	3	2	1	2	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4

12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	
13	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	2	2	3	4	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	4
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
15	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	1	2	1	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	1
17	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3
18	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	1	1	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4
19	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
21	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	1	3	4	2	2	3	1
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
24	2	1	3	3	3	4	3	3	2	2	4	4	3	3	3	1	2	1	2	1	4	1	4	4	3	2	4	4	
25	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	2	3	3	4	4	1	
26	2	2	2	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	4	3	4	4	3	3	3	

27	4	1	2	4	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	2	2	1	3	2	3	3	4	3	3
28	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	2	4	4	3	4	2	2	4
29	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3
31	3	4	2	3	2	4	4	3	3	3	2	4	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	1	2
32	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	2	2	3
33	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	4
34	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	2	4	3	4
37	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3
38	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	1	1	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
39	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	1	4	4	3	2	4	4
40	3	3	3	3	3	1	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
41	3	2	2	3	2	2	1	2	3	3	2	1	3	4	4	1	4	3	3	2	1	2	2	3	2	1	1	2

42	4	3	3	2	3	3	4	3	3	2	2	4	3	3	3	2	1	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	2
43	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	2	1	3	3	2	3	3	3	4	4	3	4	2	2
44	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3
45	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	2	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	1	4	4	1	3	3	4
46	4	4	4	3	3	1	1	2	4	4	1	1	3	4	4	3	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
47	3	4	3	3	3	3	4	3	1	4	1	1	4	4	3	3	4	2	3	2	3	4	4	4	4	3	3	3
48	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	1	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4
49	4	1	3	3	1	1	3	4	1	3	2	4	4	3	4	4	3	4	1	1	1	3	1	3	2	1	4	4
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	1	2	4	4
51	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	3	4	2	3	3	3	4	4
52	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	2	3
53	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	1	1	3	2	3	3	3	3
54	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	1	3	3	4
55	4	4	3	3	4	1	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	1	3	2	4	4	3	4	2	4
56	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	2	4	3	4	3	3	2	4	4	4	3	3	4

57	4	4	4	4	3	1	3	3	4	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	1	4	3	2	1	
58	2	4	4	4	3	1	2	3	3	2	1	4	3	4	1	3	4	4	2	1	3	4	4	3	3	4	4	1
59	3	3	3	4	3	2	2	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	4	3	
60	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	2	1	2	3	3	3	4	3	3	2
61	3	3	3	4	3	1	2	2	4	2	3	4	4	3	3	3	3	3	2	1	3	2	3	3	4	3	3	3
62	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
63	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	2	3	4	2	4
64	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3
65	2	4	2	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3
66	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	4	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	4	3	2	3
67	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	3	4	3	3	4	1	1	1	2	3	3	2	4	4	1	4	4
68	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	1	4	4	4	1	4	3	2	3	4	2	4	4	4
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	4	4	4	2	2	2	4	4	3	2	4	4	4	2
70	3	3	4	3	3	4	4	2	4	3	3	3	1	1	4	4	3	3	3	4	4	3	2	4	1	4	2	1
71	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	3	4	2	2	3	4	3

Kualitas Pelayanan

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
1	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4
4	3	4	3	2	2	2	3	3	2	2	4	3	3	2	2	3	3	3	2	1	3	2	2	3	2	3	2	3
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	1	1	1	1	2	2	1	4	4	4	4	4	4
6	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4
7	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4
8	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	1	3	3	3	3
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
10	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	2	1	2	3	4	3	2	1	1	3	4	3	4	3	4	3	3

11	2	3	2	3	3	3	2	4	4	3	4	3	4	2	3	3	2	2	1	2	1	2	2	1	3	2	2	1
12	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	2
13	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
15	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	1	4	1	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3
16	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	1	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
18	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	2	2	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	1
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3
20	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	3
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	4	4	3
22	4	3	3	4	3	4	3	2	2	4	3	3	4	4	3	4	3	3	2	4	3	4	4	4	4	4	1	2
23	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	1	1	2	4	4	4	4	4	4
24	3	3	4	3	3	2	3	4	1	4	3	1	4	3	1	4	1	1	4	3	2	3	2	3	4	3	1	4
25	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4

26	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	2	3	4	4	2	3	3	4	4	3	4	4
27	4	1	1	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3
28	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	1	4	4	3	3	4	4	3	3	2
29	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	2
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3
31	4	3	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3
32	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	4
33	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	4	3	3	3	3	3	3
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3
35	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2
36	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4
37	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1	2	3	4	3	3
38	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	1	1	4	4	4
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4
40	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3

41	3	2	3	3	2	2	2	4	2	4	1	4	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	4	4	3	2	2	
42	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	2	2	1	4	3	2	2	4	4	2	3	4	
43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	1	4	4	
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	2	4	
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	1	4	1	4	4	4	1	1	
46	4	4	4	4	4	4	3	2	3	2	4	3	4	4	1	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	
47	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	1	1	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	
48	4	4	4	4	4	4	4	3	1	3	1	4	3	3	4	4	4	2	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	
49	3	1	4	4	4	4	1	2	1	3	1	3	1	4	4	1	1	4	1	4	4	3	4	4	4	1	4	4	
50	4	4	4	4	4	3	4	4	4	1	3	2	4	4	3	2	3	3	3	3	3	2	4	1	2	4	3	3	
51	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	1	1	3	4	4	4	3	3	1	1	4	3	4	1	2	3	3	3	
52	3	3	3	3	3	3	3	4	1	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	1	3	3	2	2	2	
53	3	3	3	3	3	4	3	3	1	3	2	3	3	4	3	1	4	4	3	2	3	3	1	3	3	2	1	2	
54	3	3	4	3	4	3	3	4	1	3	3	4	3	1	3	1	3	4	3	4	3	3	3	1	4	4	3	3	
55	3	3	4	4	3	4	3	3	1	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	1	3	2	4	4	4

56	3	3	4	3	3	4	3	4	1	2	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	1	2	4	3	3	3
57	4	4	4	3	3	2	3	3	4	3	3	2	4	2	1	1	4	1	1	2	1	2	1	3	4	4	3	2
58	4	4	4	4	2	3	3	3	4	2	1	3	3	4	3	4	4	2	4	4	3	4	4	3	2	1	3	3
59	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	2	3	3	2	3	4	3	3	3	3	4	1	3	4	3	2	1
60	3	3	4	3	3	4	3	3	2	1	2	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
61	3	3	3	3	4	3	2	4	1	2	3	3	4	3	4	1	4	3	2	3	2	3	1	3	3	3	4	4
62	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3
63	4	3	4	4	4	2	3	4	4	3	3	4	2	4	4	4	3	3	2	2	4	4	4	3	4	4	4	2
64	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	2	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4
65	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	4	4	2	4	3	3	4	3
66	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	2	3	3	4	1	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3
67	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	2	2	2	4	3	2	1	3	3	3	3
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	3	3	3	4
69	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	2	2	4	2	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3
70	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	2	4	3	3	4	1	4	2	4	2	4	4	4	3	3	3	3

71	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	2	4	4
----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---



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 30/10/23

Access From (repository.uma.ac.id)30/10/23

R-Tabel Uji Validitas

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

LAMPIRAN D

Uji Validitas dan Reabilitas

RELIABILITY

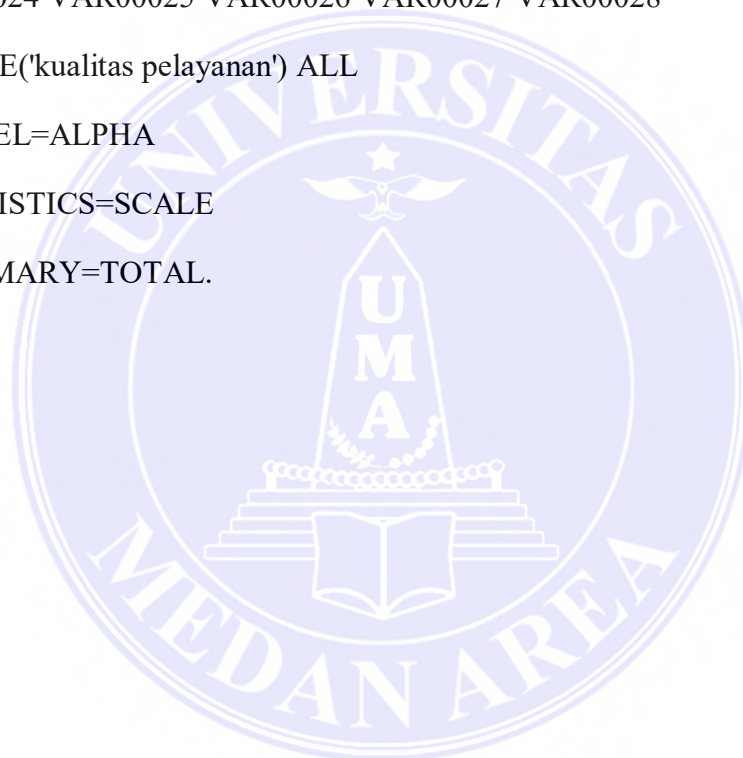
```
/VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004 VAR00005  
VAR00006 VAR00007 VAR00008 VAR00009 VAR00010 VAR00011  
VAR00012 VAR00013 VAR00014 VAR00015 VAR00016 VAR00017  
VAR00018 VAR00019 VAR00020 VAR00021 VAR00022 VAR00023  
VAR00024 VAR00025 VAR00026 VAR00027 VAR00028
```

```
/SCALE('kualitas pelayanan') ALL
```

```
/MODEL=ALPHA
```

```
/STATISTICS=SCALE
```

```
/SUMMARY=TOTAL.
```



Reliability

Note

Output Created		01-APR-2023 14:30:40
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	71
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		<p>RELIABILITY</p> <p>/VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004 VAR00005 VAR00006 VAR00007 VAR00008 VAR00009 VAR00010 VAR00011 VAR00012 VAR00013 VAR00014 VAR00015 VAR00016 VAR00017 VAR00018 VAR00019 VAR00020 VAR00021 VAR00022 VAR00023 VAR00024 VAR00025 VAR00026 VAR00027 VAR00028</p> <p>/SCALE('kualitas pelayanan') ALL</p> <p>/MODEL=ALPHA</p> <p>/STATISTICS=SCALE</p> <p>/SUMMARY=TOTAL.</p>
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.02

[DataSet0]

Scale: kualitas pelayanan

Case Processing Summary

	N	%
Valid	71	100.0
Cases Excluded ^a	0	.0
Total	71	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.792	28

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	85.1831	65.723	.473	.781
VAR00002	85.2535	64.963	.445	.780
VAR00003	85.2394	66.842	.228	.787
VAR00004	85.1690	64.800	.611	.777
VAR00005	85.2254	66.606	.359	.784
VAR00006	85.2535	65.163	.461	.780
VAR00007	85.3662	64.807	.520	.778
VAR00008	85.2817	68.862	.100	.793
VAR00009	85.5775	65.105	.224	.788
VAR00010	85.3803	67.125	.207	.790
VAR00011	85.4648	66.109	.224	.789
VAR00012	85.4366	65.107	.360	.783
VAR00013	85.2535	68.163	.144	.792
VAR00014	85.4366	67.192	.155	.794
VAR00015	85.4930	65.825	.227	.788
VAR00016	85.4789	63.739	.373	.782
VAR00017	85.4648	65.167	.342	.784
VAR00018	85.4789	66.396	.223	.787
VAR00019	85.7324	65.513	.228	.788
VAR00020	85.4648	65.652	.224	.786
VAR00021	85.6056	64.899	.351	.783
VAR00022	85.3521	65.774	.305	.786
VAR00023	85.5915	62.302	.445	.778
VAR00024	85.4225	66.019	.224	.790
VAR00025	85.2817	68.577	.102	.794
VAR00026	85.4366	65.735	.328	.785
VAR00027	85.4507	64.080	.394	.781
VAR00028	85.4366	65.364	.224	.786

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
88.5634	70.192	8.37809	28



NEW FILE.

DATASET NAME DataSet1 WINDOW=FRONT.

RELIABILITY

```
/VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004 VAR00005  
VAR00006 VAR00007 VAR00008 VAR00009 VAR00010 VAR00011  
VAR00012 VAR00013 VAR00014 VAR00015 VAR00016 VAR00017  
VAR00018 VAR00019 VAR00020 VAR00021 VAR00022 VAR00023  
VAR00024 VAR00025 VAR00026 VAR00027 VAR00028
```

```
/SCALE('kepuasan konsumen') ALL
```

```
/MODEL=ALPHA
```

```
/STATISTICS=SCALE
```

```
/SUMMARY=TOTAL.
```



Reliability

Notes

Output Created		01-APR-2023 14:34:18
Comments		
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
Input	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	71
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		<p>RELIABILITY</p> <p>/VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004 VAR00005 VAR00006 VAR00007 VAR00008 VAR00009 VAR00010 VAR00011 VAR00012 VAR00013 VAR00014 VAR00015 VAR00016 VAR00017 VAR00018 VAR00019 VAR00020 VAR00021 VAR00022 VAR00023 VAR00024 VAR00025 VAR00026 VAR00027 VAR00028</p> <p>/SCALE('kepuasan konsumen') ALL</p> <p>/MODEL=ALPHA</p> <p>/STATISTICS=SCALE</p> <p>/SUMMARY=TOTAL.</p>
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.03

[DataSet1]

Scale: kepuasan konsumen**Case Processing Summary**

	N	%
Valid	71	100.0
Cases Excluded ^a	0	.0
Total	71	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.810	28

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	84.8169	70.752	.351	.804
VAR00002	84.8732	69.112	.396	.801
VAR00003	84.8310	70.314	.381	.803
VAR00004	84.7465	70.906	.383	.803
VAR00005	84.9859	67.586	.602	.794
VAR00006	85.0704	68.209	.359	.803
VAR00007	84.9155	67.993	.517	.797
VAR00008	84.9437	70.625	.381	.803
VAR00009	84.8169	69.237	.417	.801
VAR00010	84.9437	69.997	.428	.801
VAR00011	85.0563	69.197	.387	.802
VAR00012	85.0423	70.470	.229	.806
VAR00013	84.9437	71.397	.226	.807
VAR00014	85.1127	70.530	.205	.810
VAR00015	85.3662	74.693	-.059	.822
VAR00016	85.2254	69.348	.339	.804
VAR00017	84.9718	71.028	.221	.809
VAR00018	85.0563	70.140	.309	.805
VAR00019	85.2113	69.112	.396	.801
VAR00020	85.1690	66.685	.455	.798
VAR00021	85.1127	67.130	.556	.794
VAR00022	85.1268	70.769	.214	.809
VAR00023	84.9859	66.957	.549	.794
VAR00024	85.0141	70.243	.300	.805
VAR00025	85.0563	71.482	.169	.811
VAR00026	85.0845	71.221	.186	.811
VAR00027	85.0423	69.555	.332	.804
VAR00028	85.0423	70.498	.207	.810

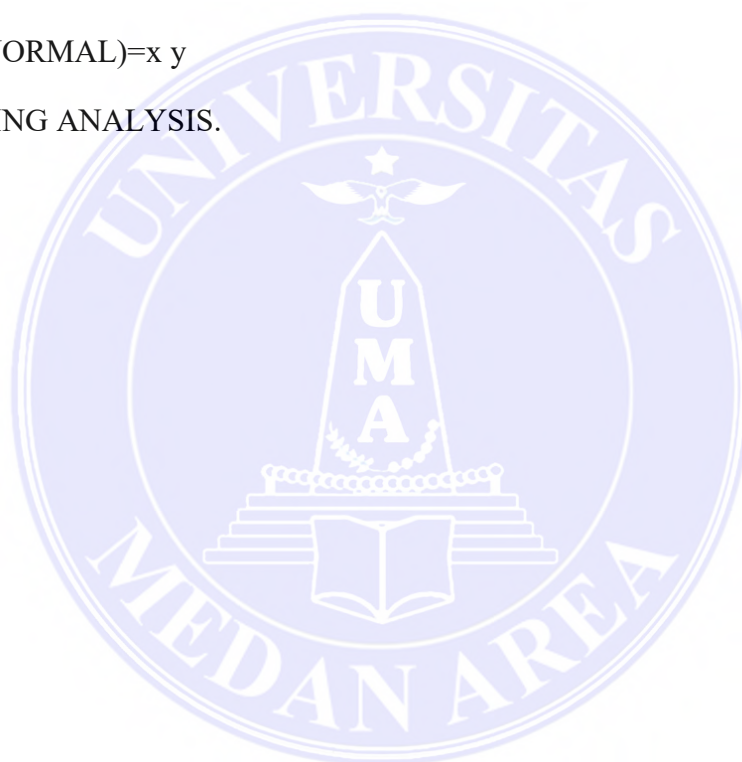
Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
88.1690	74.571	8.63545	28

NPAR TESTS

/K-S(NORMAL)=x y

/MISSING ANALYSIS.



NPar Tests

Notes

Output Created		01-APR-2023 14:42:06
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet2
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	71
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each test are based on all cases with valid data for the variable(s) used in that test.
Syntax		NPART TESTS
		/K-S(NORMAL)=x y /MISSING ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.11
	Number of Cases Allowed ^a	157286

a. Based on availability of workspace memory.

[DataSet2]

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		kualitas layanan	kepuasan konsumen
N		71	71
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	44.6197	60.3944
	Std. Deviation	5.24368	6.93537
Most Extreme Differences	Absolute	.080	.073
	Positive	.072	.056
	Negative	-.080	-.073
Kolmogorov-Smirnov Z		.673	.614
Asymp. Sig. (2-tailed)		.755	.846

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

EXAMINE VARIABLES=x y

/PLOT BOXPLOT

/COMPARE GROUPS

/STATISTICS EXTREME

/MISSING LISTWISE

/NOTOTAL.

Explore

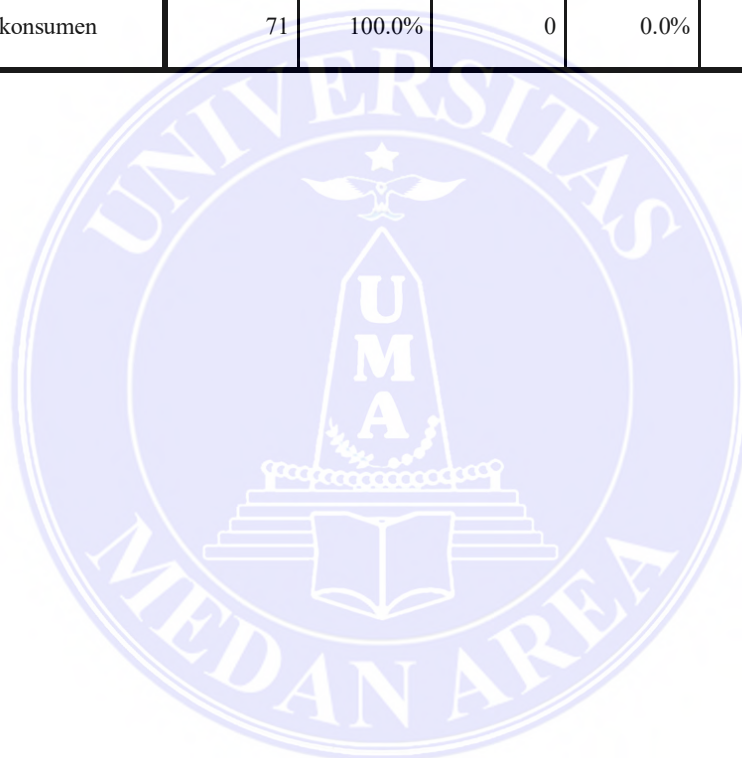
Notes

Output Created		01-APR-2023 14:42:24
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet2
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	71
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values for dependent variables are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any dependent variable or factor used.
Syntax		EXAMINE VARIABLES=x y
		/PLOT BOXPLOT
		/COMPARE GROUPS
		/STATISTICS EXTREME
		/MISSING LISTWISE
Resources	Processor Time	00:00:01.74
	Elapsed Time	00:00:05.48

[DataSet2]

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
kualitas layanan	71	100.0%	0	0.0%	71	100.0%
kepuasan konsumen	71	100.0%	0	0.0%	71	100.0%



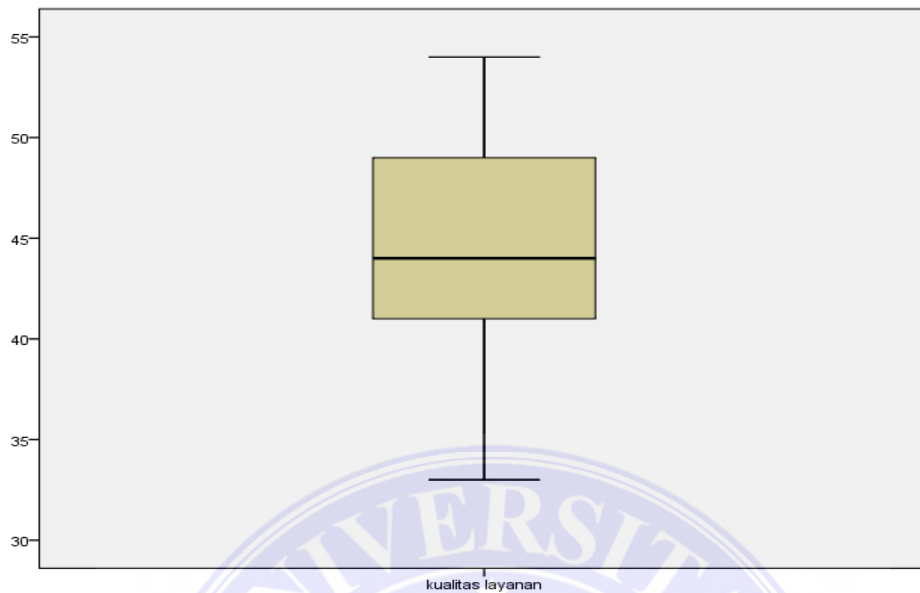
Extreme Values

	Case Number	Value
kualitas layanan	1	54.00
	2	54.00
	Highest 3	54.00
	4	54.00
	5	53.00
	1	33.00
	2	34.00
	Lowest 3	36.00
	4	37.00
	5	37.00 ^a
kepuasan konsumen	1	76.00
	2	73.00
	Highest 3	73.00
	4	72.00
	5	71.00 ^b
	1	41.00
	2	45.00
	Lowest 3	48.00
	4	49.00
	5	50.00

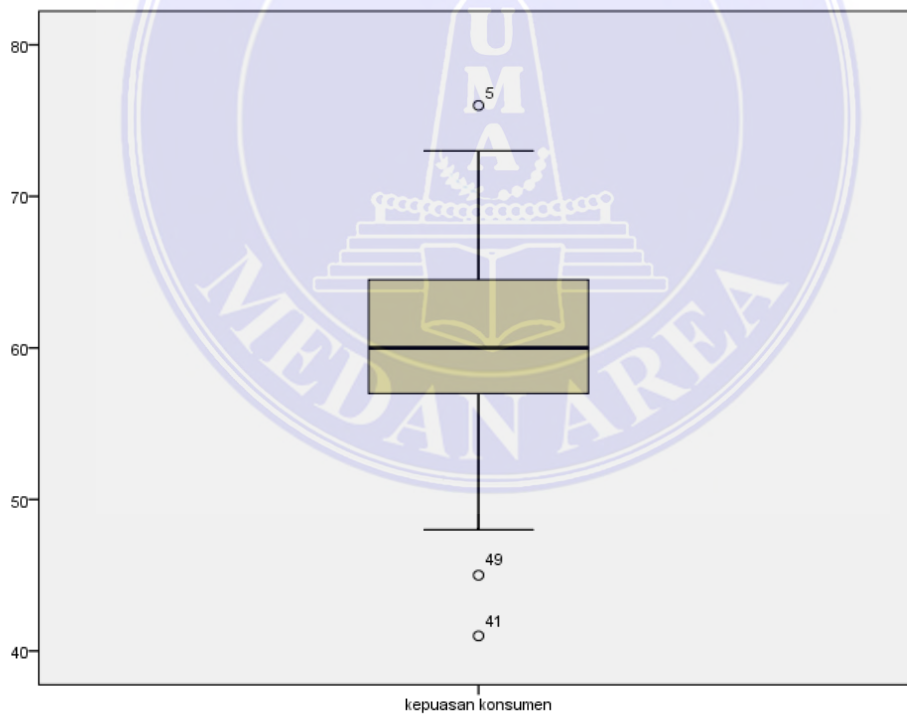
- a. Only a partial list of cases with the value 37.00 are shown in the table of lower extremes.
- b. Only a partial list of cases with the value 71.00 are shown in the table of upper extremes.



Kualitas Pelayanan



Kepuasan Konsumen



MEANS TABLES=y BY x

/CELLS MEAN COUNT STDDEV

/STATISTICS LINEARITY.

Means

Notes

Output Created		01-APR-2023 14:43:17
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet2
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
Missing Value Handling	N of Rows in Working Data File	71
	Definition of Missing	For each dependent variable in a table, user-defined missing values for the dependent and all grouping variables are treated as missing.
	Cases Used	Cases used for each table have no missing values in any independent variable, and not all dependent variables have missing values.
Syntax	MEANS TABLES=y BY x /CELLS MEAN COUNT STDDEV /STATISTICS LINEARITY.	
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.12

[DataSet2]

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
kepuasan konsumen * kualitas layanan	71	100.0%	0	0.0%	71	100.0%



Report

kepuasan konsumen

kualitas layanan	Mean	N	Std. Deviation
33.00	48.0000	1	.
34.00	51.0000	1	.
36.00	41.0000	1	.
37.00	54.7500	4	3.86221
38.00	56.0000	3	10.14889
39.00	56.6667	3	5.13160
40.00	51.6667	3	1.52753
41.00	57.5000	6	3.14643
42.00	57.8000	5	3.42053
43.00	58.5000	4	1.29099
44.00	58.0000	5	4.84768
45.00	64.0000	4	8.04156
46.00	61.6667	3	7.76745
47.00	63.2500	4	3.77492
48.00	64.2500	4	6.07591
49.00	66.6000	5	3.28634
50.00	64.2000	5	2.94958
51.00	65.2500	4	5.05800
52.00	73.0000	1	.
53.00	68.0000	1	.
54.00	67.7500	4	5.73730
Total	60.3944	71	6.93537

ANOVA Table

			Sum of Squares	df
(Combined)			2141.908	20
kepuasan konsumen * kualitas layanan	Between Groups	Linearity	1789.043	1
		Deviation from Linearity	352.865	19
	Within Groups		1225.050	50
Total			3366.958	70
ANOVA TABLE			Mean Square	F
(Combined)			107.095	4.371
kepuasan konsumen * kualitas layanan	Between Groups	Linearity	1789.043	73.019
		Deviation from Linearity	18.572	.758
	Within Groups		24.501	
Total				

ANOVA Table

			Sig.
(Combined)			.000
kepuasan konsumen * kualitas layanan	Between Groups	Linearity	.000
		Deviation from Linearity	.742
	Within Groups		
Total			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
kepuasan konsumen * kualitas layanan	.729	.531	.798	.636



LAMPIRAN UJI HIPOTESIS

CORRELATIONS

/VARIABLES=x y

/PRINT=ONETAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.



Correlations

Notes

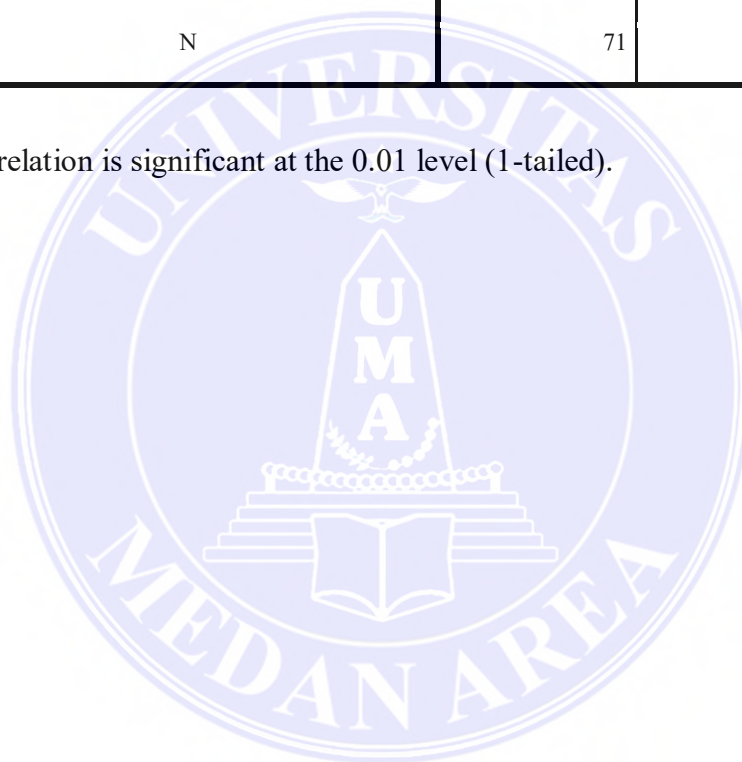
Output Created		01-APR-2023 14:43:56
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet2
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
Missing Value Handling	N of Rows in Working Data File	71
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		<p>CORRELATIONS</p> <p>/VARIABLES=x y</p> <p>/PRINT=ONETAIL NOSIG</p> <p>/MISSING=PAIRWISE.</p>
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.01

[DataSet2]

Correlations

		kualitas layanan	kepuasan konsumen
kualitas layanan	Pearson Correlation	1	.729**
	Sig. (1-tailed)		.000
	N	71	71
kepuasan konsumen	Pearson Correlation	.729**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	
	N	71	71

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).





KOPI SADIS

Jl. Nusantara No. 13, Bandar Khalipah, Kec Percut Sei Tuan, Kab Deli Serdang

Medan, 1 April 2023

Kepada Yth.
Wakil Dekan Bidang Pendidikan,
Peneletian, dan PKM
Fakultas Psikologi – UMA

Di tempat

Dengan Hormat,

Kami dari pihak "Kopi Sadis", dengan ini menyatakan bahwa :

Nama : Febri Evri Tamara
NIM : 188600199
Fakultas : Psikologi
Jurusan : Psikologi Industri & Organisasi
Universitas : Universitas Medan Area

Telah selesai melakukan penelitian pada "Kopi Sadis" selama 11 hari, terhitung mulai tanggal 21 Maret 2023 sampai dengan 1 April 2023 penyusunan skripsi yang berjudul Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen

Demikian surat ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya

Supervisor
KOPISADIS
(SIKANDAR E)