

**ANALISIS PENGARUH HARGA PRODUK DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
DENGAN METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI)*  
DAN *IMPORTANT PERFORMANCE*  
*ANALYSIS (IPA) DI COFFE SHOP KODAM***

**SKRIPSI**

**OLEH:**

**AHMAD RINALDI NASUTION**

**188150102**



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI**

**FAKULTAS TEKNIK**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**MEDAN**

**2024**

**ANALISIS PENGARUH HARGA PRODUK DAN KUALITAS**

**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 7/3/25

Access From (repository.uma.ac.id)7/3/25

**PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN  
METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI)* DAN *IMPORTANT  
PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)* DI *COFFEE SHOP KODAM***

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana di Fakultas Teknik  
Universitas Medan Area

Oleh:

**AHMAD RINALDI NASUTION**

**188150102**



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI**

**FAKULTAS TEKNIK**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**MEDAN**

**2024**

**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 7/3/25

Access From (repository.uma.ac.id)7/3/25

**LEMBAR PENGESAHAN**

Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH HARGA PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN METODE CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) DAN IMPORTANT PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) DI COFFEE SHOP KODAM

Nama : Ahmad Rinaldi Nasution

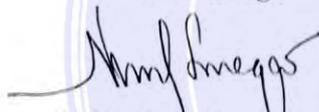
NPM : 188150102

Fakultas : Teknik

Program Studi : Teknik Industri

Disetujui Oleh:  
Komisi Pembimbing,

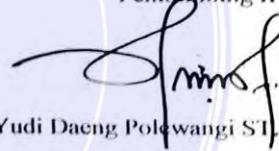
Pembimbing I



(Ir. Hj. Ninny Siregar, M.Si)

NIDN. 0127046201

Pembimbing II



(Yudi Daeng Polewangi ST, MT)

NIDN. 0112118503

Mengetahui,

Dekan Fakultas Teknik



(Dr. Eng. Supratno, ST, MT)

NIDN. 0102027402

Ketua Program Studi



(Nukhe Andri Suliana, ST, MT)

NIDN. 0127038802



## BALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ahmad Rinaldi Nasution

NPM : 188150102

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana yang merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini saya kutip dari hasil karya orang lain yang 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 dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan.

Medan, 12 Februari 2024



Ahmad Rinaldi Nasution

188150102

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS

### AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

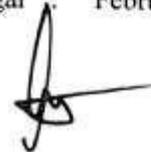
Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Rinaldi Nasution  
NPM : 18.815.0102  
Program Studi : Industri  
Fakultas : Teknik  
Jeniskarya : 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: **ANALISIS PENGARUH HARGA PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN METODE CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) DAN IMPORTANT PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) DI COFFEE SHOP KODAM**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan  
Pada tanggal : Februari 2024



Ahmad Rinaldi Nasution  
18.815.0102

iii

## RIWAYAT HIDUP

ii

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 7/3/25

Access From (repository.uma.ac.id)7/3/25

Penulis dilahirkan di Medan pada tanggal 21 Januari 2001 dari Khairuddin Nst dan Ibu Fitri Lina. Penulis merupakan anak ke-Empat dari Lima bersaudara. Adapun jenjang pendidikan yang sudah dilalui penulis sebagai berikut:

1. Tahun 2006, Penulis menempuh pendidikan di SD Negeri 060793 dan dinyatakan lulus pada tahun 2012.
2. Tahun 2012, Penulis menempuh pendidikan di SMP Harapan Mandiri dan dinyatakan lulus pada tahun 2015.
3. Tahun 2015, Penulis menempuh pendidikan di SMK Negeri 3 Medan dan dinyatakan lulus pada tahun 2018.
4. Tahun 2018, penulis melanjutkan kuliah di Universitas Medan Area pada Program Studi Teknik Industri di Fakultas Teknik.

Dengan ketekunan serta motivasi tinggi untuk terus belajar dan berusaha, penulis telah berhasil menyelesaikan pengerjaan tugas akhir skripsi ini. Semoga dengan penulisan tugas akhir skripsi ini mampu memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan.

Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH HARGA PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN METODE CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) DAN IMPORTANT PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) DI COFFEE SHOP KODAM”**.

### ABSTRAK

**Ahmad Rinaldi Nasution NPM 188150102, Analisis Pengaruh Harga Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) Dan *Important Performance Analysis* (IPA) Di *Coffee Shop* Kodam. Dibimbing oleh Ibu Ir. Hj. Ninny Siregar, M. Si dan Bapak Yudi Daeng Polewangi, ST, MT.**

Pesatnya perkembangan *coffee shop* yang menjual berbagai olahan makanan dan olahan kopi sebagai minuman, tidak terlepas kemampuannya untuk memaksimalkan kepuasan pelanggannya melalui pengembangan kualitas produk maupun kualitas pelayanannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga produk terhadap kepuasan pelanggan dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan metode CSI dan IPA. Jenis Penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan data yang dikumpulkan menggunakan metode CSI dan IPA. Responden dalam penelitian ini sebanyak 65 orang pelanggan di *Coffee Shop* Kodam. Berdasarkan

hasil pengolahan data CSI dan IPA diperoleh bahwa Kuadran C menunjukkan faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan tidak terlaksanakan dengan baik oleh perusahaan, atribut yang terkait terdapat pada item P3, sistem mampu meningkatkan kepuasan kerja yang dianggap kurang penting pada *coffee shop* kodam. Item P14, karyawan memberikan perhatian individual kepada para konsumennya. Item P16, pelanggan merasa puas dengan kualitas menu yang tersedia di *coffee shop* kodam. Dari perhitungan diperoleh nilai sebesar 81,40 yang artinya para konsumen di *coffeeshop* kodam merasa sangat puas dengan harga produk yang ditawarkan dan kualitas pelayanan yang ada pada *coffeeshop* kodam. Hal ini akan membuat para pelanggan akan datang kembali ke *coffeeshop* kodam karena pelayanan dan harganya yang sangat memuaskan konsumen.

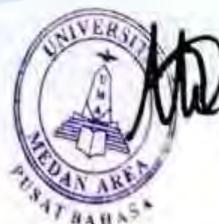
**Kata Kunci: Customer Satisfaction Index (CSI), Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Importance Performance Analysis (IPA)**

#### ABSTRAC

*Ahmad Rinaldi Nasution NPM 188150102, Analysis of the Effect of Product Price and Service Quality on Customer Satisfaction Using the Customer Satisfaction Index (CSI) and Important Performance Analysis (IPA) Methods at the Kodam Coffee Shop. Supervised by Mrs. Ir. Hj. Ninny Siregar, M. Si and Mr. Yudi Daeng Polewangi, ST, MT.*

*The rapid development of coffee shops that sell various processed foods and processed coffee as drinks cannot be separated from their ability to maximize customer satisfaction through developing product quality and service quality. The aim of this research is to determine the effect of product price on customer satisfaction and the effect of service quality on customer satisfaction using the CSI and IPA methods. The type of research used is descriptive with a quantitative approach and data collected using CSI and IPA methods. The respondents in this research were 65 customers at the Kodam Coffee Shop. Based on the results of CSI and IPA data processing, it was found that Quadrant C shows factors that are considered less important by customers and are not implemented well by the company, the related attributes are in item P3, the system is able to increase job satisfaction which is considered less important in the Kodam coffee shop. Item P14, employees provide individual attention to their customers. Item P16, customers are satisfied with the quality of the menu available at the Kodam coffee shop. From the calculations, a value of 81.40 was obtained, which means that consumers at the Kodam coffeeshop were very satisfied with the price of the products offered and the quality of service available at the Kodam coffeeshop. This will make customers come back to the Kodam coffeeshop because the service and prices are very satisfying to consumers.*

**Keywords: Customer Satisfaction Index (CSI), Service Quality, Customer Satisfaction, Importance Performance Analysis (IPA)**



12 / 02 - 2024

#### KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada tuhan yang maha esa yang tak henti- hentinya memberikan segala kenikmatan dan rahmat kepada seluruh hamba-Nya. Dengan Rahmat dan Hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul

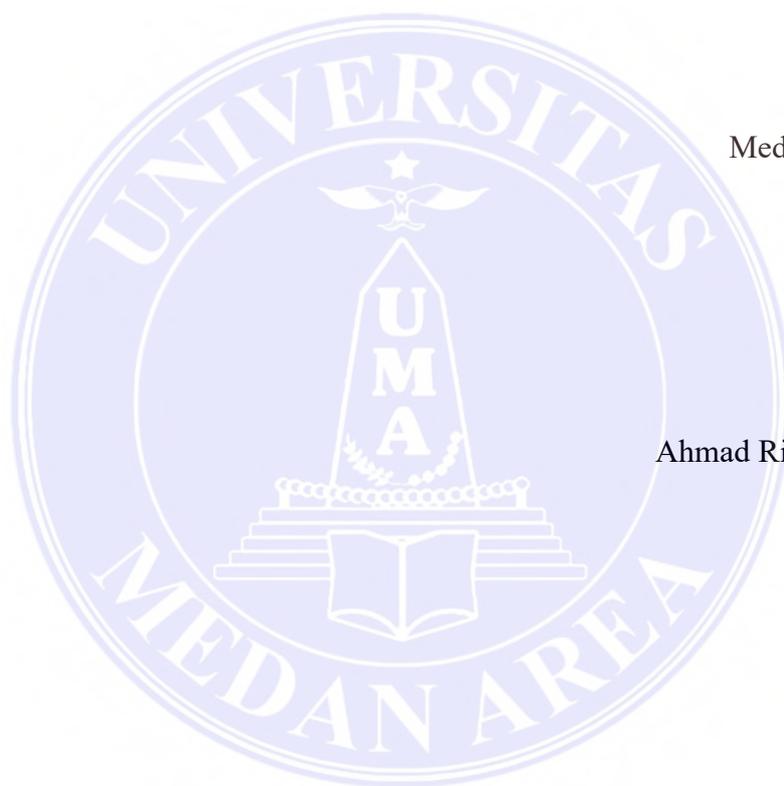
“Analisis Pengaruh Harga Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Important Performance Analysis (IPA)* di *Coffee shop* Kodam” dapat terselesaikan dengan baik. Adapun skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan skripsi pada Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Medan Area.

Dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Dr. Rahmad Syah, S. Kom selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Medan Area.
2. Ibu Nukhe Andri Silviana, ST, MT selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Medan Area.
3. Ibu Ir. Hj. Ninny Siregar, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah membantu memberikan petunjuk dan pengarahan dalam penulisan skripsi.
4. Bapak Yudi Daeng Polewangi, ST, MT selaku Dosen Pembimbing II yang telah membantu memberikan petunjuk dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
5. Kepada kedua orang tua tercinta, yang telah memberikan dukungan dan bantuannya baik secara materil dan moril.
6. Kepada teman – teman dan sahabat yang telah memberikan semangat, doa dan dukungannya.
7. Kepada pihak- pihak yang telah memberikan dukungan secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik, saran dan masukan yang bersifat membangun demi

kesempurnaan penulisan di masa yang akan datang. Akhir kata semoga Laporan ini dapat digunakan sebagai mana mestinya dan dijadikan sebagai bahan pembelajaran, wawasan, dan ilmu yang baru bagi semua pihak serta khususnya bagi penulis sendiri.



Medan, 2023

Penulis

Ahmad Rinaldi Nasution

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>iii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAC .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	2
1.3. Batasan Masalah.....	2
1.4. Tujuan Tugas Akhir .....	3
1.5. Manfaat Tugas Akhir .....	3
1.6. Sistematika Penelitian .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>5</b>
2.1. Pengendalian Kualitas .....	5
2.1.1 Tujuan Pengendalian Kualitas .....	5
2.1.2 Definisi Kualitas Pelayanan .....	6
2.1.3 Dimensi Kualitas Pelayanan .....	6
2.2 Harga .....	7
2.2.1 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga .....	8
2.2.2 Tujuan Pendapatan Harga .....	9
2.2.3 Indikator Harga .....	9
2.2.4 Strategi Penetapan Harga .....	10
2.3 Produk .....	11
2.3.1 Kualifikasi Produk .....	12
2.4 Indikator Produk .....	13
2.5 Kepuasan Pelanggan .....	13
2.5.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan .....	14
2.5.2 Indikator Kepuasan Pelanggan .....	15
2.6 Uji Validitas .....	15
2.7 Uji Reliabilitas .....	15

2.8 <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).....	16
2.9 <i>Important Performance Analysis</i> (IPA) .....	17
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>20</b>
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	20
3.2 Jenis Penelitian .....	20
3.3 Variabel Penelitian .....	20
3.4 Kerangka Berfikir.....	21
3.5 Flowchart Penelitian.....	23
<b>BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA .....</b>	<b>24</b>
4.1 Pengumpulan Data .....	24
4.1.1 Deskripsi Hasil Penelitian .....	24
4.2 Populasi Dan Sampel .....	25
4.3 Perancangan Kuesioner .....	26
4.4 Pengolahan Data.....	26
4.4.1 Uji Validitas .....	26
4.4.2 Uji Reliabilitas .....	27
4.4.3 <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) .....	28
4.4.4 <i>Important Performance Analysis</i> (IPA) .....	31
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>35</b>
5.1 Kesimpulan .....	35
5.2 Saran .....	36
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>37</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>39</b>
Gambar 3.1 Kerangka Berfikir .....	21
Gambar 3.2 Metodologi Penelitian.....	23
Gambar 4.1 Diagram Kartesius .....	32
 <b>DAFTAR TABEL</b>	
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	24
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia .....	25
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	25
Tabel 4.4 Skala Likert Kuesioner.....	26
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas .....	27

Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas .....	28
Tabel 4.7 Rekapitulasi Nilai MIS dan MSS .....	47
Tabel 4.8 Rekapitulasi Nilai <i>Weight Factors</i> .....	30
Tabel 4.8 Rekapitulasi Nilai <i>Weight Score</i> .....	31



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Rekapitulasi Data Kuesioner .....	40
Lampiran II Rekapitulasi Data Kepuasan .....	41
Lampiran III Hasil Uji Validitas .....	42
Lampiran IV Kuesioner Penelitian.....	47



## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Tren perkembangan bisnis saat zaman modern ini menjalani perkembangan yang sangat cepat, termasuk dalam hal penyediaan makanan dan minuman (layanan makanan) seperti *coffee shop*. Salah satu *Coffee shop* di kota Medan yang telah berkembang pesat adalah *Coffee shop* Kodam (Kopi Orang Dalam) yang telah menjadi salah satu tujuan kaum kalangan muda milenial dalam menikmati makanan dan minuman sambil bersantai. Menu yang ditawarkan di *Coffee shop* Kodam diantaranya yaitu *black cafe*, *cappuccino*, *milkshake*, *roti bakar*, *pisang bakar*, dan *espresso*, dan lainnya.

Kemajuan yang pesat dari kedai kopi yang menawarkan berbagai jenis hidangan makanan dan kopi sebagai minuman, tidak dipisahkan dari kemampuannya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui peningkatan kualitas produk dan layanan yang diberikan. Dalam Meningkatkan mutu pelayanan merupakan salah satu cara untuk memuaskan dan menjaga konsumen. Kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Kepuasan itu sendiri mencerminkan perbandingan antara harapan atau keyakinan konsumen terhadap layanan yang akan diterima dan kinerja layanan yang sebenarnya.

Dalam penelitian ini yang menjadi permasalahan utama yaitu harga produk sangat bersaing dengan *coffeshop* lainnya, seperti harga yang mahal dan bervariasi mulai Rp. 30.000 s/d Rp. 50.000. Selain itu, menu yang ditawarkan tidak sesuai dengan keinginan pelanggan seperti makanan yang disajikan kurang *fresh* dan rasa yang kurang enak tidak semenarik di foto menu. Hal ini membuat kualitas pelayanan

yang diberikan belum sesuai dengan keinginan pelanggan sehingga pelanggan merasa kurang puas terhadap pelayanan yang ada di *coffee shop* Kodam karena harus membuat pelanggan datang berulang kali ke bar sehingga membuat pelanggan tidak nyaman.

Inti dari konsep kualitas pelayanan adalah menunjukkan segala bentuk aktualisasi kegiatan pelayanan yang memuaskan orang-orang yang menerima pelayanan sesuai dengan daya tanggap dan keandalannya dalam menjalankan tugas pelayanan yang diberikan secara konsekuen untuk memuaskan yang menerima pelayanan.

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Harga Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Metode CSI dan IPA di *Coffee Shop* Kodam.”

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan Latar Belakang masalah diatas, maka rumusan masalah yang menjadi pembahasan dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh harga produk terhadap kepuasan pelanggan dengan metode CSI dan IPA?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan metode CSI dan IPA?

## **1.3. Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah yang diberikan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan di *coffee shop* Kodam (Kopi Orang Dalam) yang berlokasi di Jl. Sempurna Ujung Medan.

2. Responden pada penelitian ini adalah Pelanggan (*customer*) yang pernah melakukan pembelian minimal 1 kali sebelumnya di *Coffee Shop* Kodam.
3. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan metode *Important Performance Analysis* (IPA).

#### 1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga produk terhadap kepuasan pelanggan dengan metode CSI dan IPA.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan metode CSI dan IPA.

#### 1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan informasi mengenai harga produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan kedepannya bagi perusahaan dalam melakukan pelayanan yang lebih baik.

2. Bagi Penulis

Menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang kualitas layanan khususnya dalam hal kepuasan pelanggan dan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini digunakan sebagai referensi yang dapat menjadi bahan perbandingan pada penelitian dimasa yang akan datang.

#### 1.6. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini meliputi latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini meliputi landasan teori yang berisikan hal-hal mengenai pengendalian mutu, statistik dan analisisnya.

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang metode yang digunakan dalam penelitian, terdiri dari waktu dan tempat penelitian, objek penelitian, jenis penelitian, metode pengumpulan data, langkah pemecahan masalah, dan metode analisis penelitian.

## **BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Bab ini meliputi pengumpulan data dan pengolahan data yang berisikan data awal selanjutnya diolah menjadi informasi yang akan dibahas pada bagian analisis.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan kesimpulan dari perumusan masalah dan saran yang berisikan tentang perbaikan pada penelitian dimasa yang akan datang.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Pengendalian Kualitas

Menurut Pasaribu, dkk (2016) pengendalian kualitas dapat didefinisikan sebagai teknik dalam manajemen manufaktur atau pabrik yang akan menghasilkan atau memproduksi barang dengan mutu yang sama. Memproduksi barang dengan mutu yang sama dapat dijelaskan bahwa barang yang dihasilkan sesuai dengan standar kualitas yang ditentukan. Hertati, dkk (2015) mengatakan pengendalian kualitas adalah aktivitas untuk memperbaiki, mempertahankan dan mencapai kualitas produk atau jasa.

#### 2.1.1. Tujuan Pengendalian Kualitas

Tujuan utama dari pengendalian kualitas adalah untuk menentukan ruang lingkup proses produksi atau layanan jasa ditetapkan oleh perusahaan. Tujuan pengendalian kualitas secara umum menurut Munjiati (2016) antara lain:

1. Produk akhir memiliki spesifikasi dengan standart kualitas yang diberikan perusahaan.
2. Biaya design produk, biaya inspeksi, dan biaya proses manufaktur dioprasikan secara efisien.
3. Prinsip pengendalian kualitas adalah proses yang berkelanjutan untuk dianalisis dalam mengontrol dan meningkatkan proses yang memiliki fungsi untuk memenuhi spesifikasi produk yang diinginkan oleh pelanggan.

### 2.1.2. Definisi Kualitas Pelayanan

Pelayanan yang baik menjadi salah satu syarat kesuksesan dalam perusahaan. Kualitas pelayanan sering diartikan sebagai perbandingan antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang diterima secara nyata. Definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Kotler, 2005). Kualitas pelayanan merupakan suatu cerminan dari kebutuhan dan keinginan pelanggan akan suatu produk atau jasa. Oleh karena itu, mengidentifikasi dimensi persepsi kualitas pelayanan bertujuan untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan (Arman, 2021). Pelayanan dikatakan berkualitas atau memuaskan apabila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat. Apabila masyarakat tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak berkualitas atau tidak efisien. Karena itu kualitas pelayanan sangat penting dan selalu fokus kepada kepuasan pelanggan.

### 2.1.3. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller (2013:284) terdapat lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

1. Bukti fisik yaitu penampilan fisik layanan perusahaan, seperti penampilan fasilitas fisik, peralatan, kebersihan, kerapian dan media komunikasi.
2. Keandalan yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

3. Ketanggapan yaitu daya tanggap perusahaan dalam memberi layanan bagi pelanggan. Ketanggapan yaitu daya tanggap perusahaan dalam memberi layanan bagi pelanggan dan memberikan jasa dengan sigap cepat dalam melayani serta penanganan keluhan pelanggan.
4. Jaminan, yaitu kemampuan perusahaan memberi jaminan pelayanan yang merupakan pengetahuan dan kesopansantunan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan kepada pelanggan.
5. Empati, yaitu kesediaan karyawan untuk lebih peduli memberikan perhatian yang tulus secara pribadi kepada pelanggan.

## 2.2. Harga

Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa sehingga menimbulkan kepuasan konsumen (Alma,2011). Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk.

Menurut Assauri (2014), harga merupakan satu-satunya unsur *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja. Harga umumnya dipakai dalam kegiatan jual-beli suatu produk, baik itu barang maupun jasa. Harga jual ditentukan oleh penjual dan mengambil keuntungan dari harga tersebut, sedangkan konsumen mendapatkan kebutuhannya dengan membayar produk tersebut dengan harga yang ditentukan.

Kotler (2009) mengungkapkan bahwa harga merupakan bagian dari elemen bauran pemasaran yaitu harga, produk, saluran dan promosi, yaitu apa yang dikenal dengan istilah empat P (*Price, Product, Place* dan *Promotion*). Harga bagi suatu usaha menghasilkan pendapatan (*income*), adapun unsur-unsur bauran pemasaran

lainnya yaitu *Product* (produk), *Place* (tempat/saluran) dan *Promotion* (promosi) menimbulkan biaya atau beban yang harus ditanggung oleh suatu usaha.

### 2.2.1. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga

Ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga. Berdasarkan hukum permintaan dan penawaran, maka suatu permintaan yang akan meningkat dapat menaikkan harga dan permintaan yang turun bisa menurunkan harga. Menurut Tjiptono (2015), harga mempunyai peranan penting yang terdiri dari:

#### 1. Bagi Perekonomian

Harga produk mempengaruhi tingkat upah, sewa, bunga dan laba. Harga merupakan dasar dalam sistem perekonomian, karena harga berpengaruh terhadap alokasi faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja, tanah, modal, dan kewirausahaan. Tingkat upah yang tinggi menarik tenaga kerja, tingkat bunga yang tinggi menjadi daya tarik bagi investasi modal, dan seterusnya.

#### 2. Bagi Konsumen

Dalam penjualan ritel, ada segmen pembeli yang sangat sensitif terhadap faktor harga (menjadikan harga sebagai satu-satunya pertimbangan membeli produk) dan ada pula yang tidak. Mayoritas konsumen agak sensitif terhadap harga, namun juga mempertimbangkan faktor lain (seperti citra merek, lokasi toko, pelayanan, nilai dan kualitas).

#### Bagi Perusahaan

Dibandingkan dengan bauran pemasaran lainnya (produk, distribusi dan promosi) yang membutuhkan pengeluaran dana dalam jumlah besar, harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan. Harga mempengaruhi posisi bersaing dan pangsa pasar perusahaan.

## 2.2.2. Tujuan Penetapan Harga

3. Menurut Krisdayanto (2018:3) menyatakan bahwa tujuan penetapan harga adalah sebagai berikut:

1. Mendapatkan laba maksimum
2. Mendapatkan pengembalian investasi
3. Mencegah atau mengurangi persaingan
4. Mempertahankan atau memperbaiki *market share*.

### 2.2.3. Indikator Harga

Menurut Krisdayanto (2018:4) indikator-indikator yang mencirikan harga yaitu:

#### 1. Keterjangkauan Harga

Harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan dengan target segmen pasar yang dipilih.

#### 2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Jasa

Penilaian konsumen terhadap besarnya pengorbanan finansial yang diberikan dalam kaitannya dengan spesifikasi yang berupa kualitas jasa. Harga yang ditawarkan pada konsumen sesuai dengan kualitas jasa yang ditawarkan.

#### 3. Daya Saing Harga

Harga yang ditawarkan apakah lebih tinggi atau dibawah rata-rata.

#### 4. Kesesuaian Harga

Dengan manfaat konsumen akan merasakan puas ketika mereka mendapatkan manfaat setelah mengkonsumsi apa yang ditawarkan sesuai dengan nilai yang mereka keluarkan.

### 2.2.4. Strategi Penetapan Harga

Menurut Rahman (2010:131-142), strategi pemasaran melalui harga terbagi menjadi 6 strategi yaitu sebagai berikut:

#### 1. *Penetration Price Penetration price*

Strategi pendekatan pemasaran yang menetapkan harga jual lebih rendah daripada harga normalnya dengan tujuan untuk mempercepat penetrasi atau penerimaan pasar pada produk yang ditawarkan. Artinya sebuah perusahaan atau unit bisnis memfokuskan pada peningkatan pangsa pasar dengan menetapkan harga barang lebih rendah daripada harga normal. Strategi jangka panjangnya adalah untuk mempercepat penerimaan pasar atau meningkatkan pangsa pasar yang sudah ada.

## 2. *Skimming Price*

Berbanding terbalik dengan *penetration price*, *skimming price* justru menetapkan harga pada tingkat yang tinggi dalam waktu tertentu. Strategi ini mengasumsikan konsumen tertentu akan membayar pada harga, produk, baik barang maupun jasa dengan tingkat yang tinggi tersebut dengan menganggap produk tersebut bernilai prestisius. Strategi pemasaran dengan menetapkan harga tinggi dalam waktu terbatas ini, perlahan kemudian akan diturunkan sampai dengan level yang kompetitif atau sesuai dengan harga pasar.

## *Follow the Leader Price*

*Follow the Leader Price* merupakan strategi penetapan harga menurut pemimpin pasar, dengan menjadikan pesaing sebagai model dalam menetapkan harga barang atau jasa.

## 4. *Variabel Price*

*Variabel price* adalah pendekatan pemasaran dengan menetapkan lebih dari satu harga produk atau jasa dengan tujuan menawarkan harga pada konsumen.

## 5. *Flexible Price*

Pendekatan ini dapat digunakan jika jumlah barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan sangat terbatas, sedangkan permintaan pembeli cenderung berubah

di kemudian hari sehingga strategi ini menawarkan pendekatan pemasaran dengan

3.  
penetapan harga yang berbeda untuk mencerminkan perbedaan dalam permintaan konsumen.

#### 6. *Price Lining Price lining*

Pendekatan pemasaran dengan menetapkan beberapa tingkat harga barang dagangan yang berbeda. Strategi penetapan ini memiliki keuntungan untuk menyederhanakan pilihan bagi konsumen dan mengurangi persediaan minimum yang diperlukan.

### 2.3. Produk

Menurut Kotler & Keller (2009:4), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide.

Secara umum, produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan / keinginan pasar yang bersangkutan produk yang ditawarkan dapat berupa barang, jasa, orang, tempat, *property*, organisasi dan ide. Jadi produk dapat berupa manfaat *tangible* maupun *intangible* yang dapat memuaskan pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2013:4) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, pengalaman, acara, orang, tempat properti, organisasi, informasi dan ide.

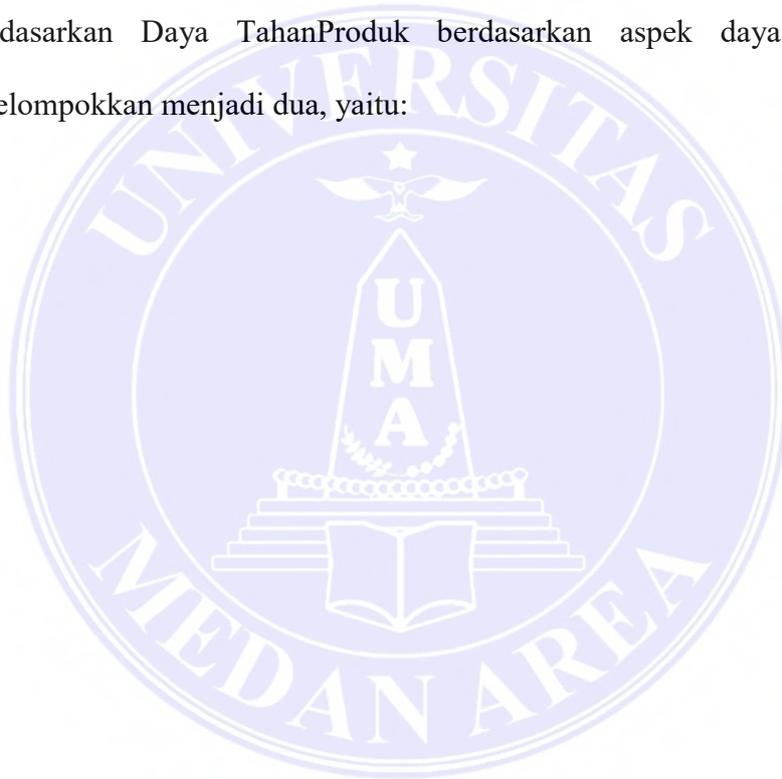
#### 2.3.1. Klasifikasi Produk

Menurut Kotler dan Keller (2013), produk dapat diklasifikasikan menjadi beberapa kelompok:

3. Berdasarkan wujudnya

Produk berdasarkan wujudnya dapat diklasifikasikan kedalam dua kelompok utama yaitu:

- a. Barang, merupakan produk yang berwujud fisik, sehingga bisa dilihat, diraba atau disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dipindahkan, dan perlakuan fisik lainnya.
  - b. Jasa, merupakan aktivitas, manfaat dan kepuasan yang ditawarkan untuk dijual (dikonsumsi pihak lain). Seperti halnya bengkel reparasi, salon kecantikan, hotel dan sebagainya.
4. Berdasarkan Daya Tahan Produk berdasarkan aspek daya tahan dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu:



a. Barang tidak tahan lama (*nondurable goods*)

Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Dengan kata lain, umur ekonomisnya dalam kondisi pemakaian normal kurang dari satu tahun. Contohnya: sabun, pasta gigi, minuman kaleng, dan sebagainya.

b. Barang tahan lama (*durable goods*)

Barang tahan lama merupakan barang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama dengan banyak pemakaian (umur ekonomisnya untuk pemakaian normal adalah satu tahun lebih).

Contohnya: lemari es, mesin cuci, pakaian dan lain-lain.

## 2.4 Indikator Produk

Tjptono (2015) mengatakan dalam penelitian ini akan digunakan beberapa indikator untuk mengukur variabel produk. Indikator produk yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Variasi produk yang ditawarkan
2. Kenyamanan penggunaan
3. Kesesuaian produk

## 2.5 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang (Kotler, 2005).

Priansa (2017:197) mengatakan bahwa Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki oleh seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan harapan yang dimiliki oleh konsumen. Jika barang dan jasa yang dibeli oleh konsumen sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen tersebut puas, begitupun juga sebaliknya.

### **2.5.1 Faktor – faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan**

Menurut Lupiyoadi (2001:158), faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk, konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, terutama untuk industri jasa konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosional, konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merk tertentu yang cenderung memiliki tingkat kepuasan tertentu.
4. Harga, produk mempunyai kualitas sama tetapi menetapkan harga yang *relative* murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.
5. Biaya, konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa.

### **2.5.2 Indikator Kepuasan Pelanggan**

Menurut (Philip Kotler, 2009: 36) Adapun indikator yang digunakan dalam menilai kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

1. Kualitas yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan
2. Pelayanan yang baik dan memberikan kepuasan bagi konsumen

## 2.6 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017: 125) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak, dengan menggunakan alat ukur yang digunakan (kuesioner). Uji validitas dilakukan pada responden sebanyak 65 pelanggan *coffee shop* Kodam.

Uji validitas digunakan untuk menguji seberapa cermat suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya. Ketentuan suatu instrumen valid apabila memiliki koefisien korelasi Product Moment ( $r$  hitung)  $>$   $r$  tabel dengan taraf signifikansi 95% dengan ( $\alpha=0,05$  atau 5%). Pengujian validitas ini dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 22.0 for windows* dengan kriteria berikut:

1. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
2. Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid. 3.

Nilai  $r$  hitung dapat dilihat pada kolom *corrected item total correlation*.

## 2.7 Uji reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017: 130) uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas ini dilakukan pada 65 orang pelanggan *coffee shop* Kodam, dengan menggunakan pertanyaan yang telah dinyatakan valid dalam uji validitas dan akan ditentukan reliabilitasnya. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan

program SPSS 22.0 *for windows*, variabel dinyatakan reliabel dengan kriteria berikut:

1. Jika r-alpha positif dan lebih besar dari r-tabel maka pernyataan tersebut reliabel.
2. Jika r-alpha negatif dan lebih kecil dari r-tabel maka pernyataan tersebut tidak reliabel. Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 maka *reliable*, jika nilai *Cronbach's Alpha* < 0,6 maka tidak *reliable*. Variabel dikatakan baik apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > dari 0,6 (Sugiyono, 2016).

### 2.8 Customer Satisfaction Index (CSI)

*Customer satisfaction index* mengetahui tingkat kepuasan konsumen penggunaan jasa secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk/jasa. Aritonang (2005) mengatakan ntuk mengetahui besarnya CSI ini langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS)

*Mean Importance Score* (MIS) atau rata-rata skor pentingnya. Nilai ini berasal dari rata-rata kepentingan tiap konsumen.

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n}$$

Dimana:

n = Jumlah Konsumen

Y<sub>i</sub> = Nilai Kepentingan atribut Y ke-i 2.

2. Menentukan nilai *Mean Satisfaction Score* (MSS)

$$\sum_{i=0}^n X_i$$

$$MSS = \frac{\sum_{i=1}^n MIS_i}{n}$$

3. Membuat *Weight Factors* (WF) atau faktor tertimbang.

Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per-atribut terhadap total MIS seluruh atribut.

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i}$$

Dimana:

p = Atribut kepentingan ke-p

4. Membuat *Weight Score* (WS) atau skor tertimbang.

Bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan rata – rata tingkat kepuasan atau *Mean Satisfaction Score* (MSS).

$$WS_i = WF_i \times MSS$$

5. Menentukan *Customer Satisfaction Index*

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WS_i}{HS}$$

Dimana:

p = atribut kepentingan ke-p

HS = (Highest Scale) Skala maksimum yang digunakan

## 2.9 Important Performance Analysis

Metode *important performance analysis* (IPA) pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James (1977), tujuannya untuk mengukur hubungan antara persepsi pelanggan dan prioritas peningkatan kualitas produk atau jasa yang dikenal

pula sebagai *Quadrant Analysis. Important Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan seseorang atas kinerja pihak lain. Kepuasan seseorang tersebut diukur dengan cara membandingkan tingkat harapannya dengan kinerja yang dilakukan pihak lain. Seringkali IPA digunakan oleh perusahaan untuk mengukur kepuasan konsumennya.

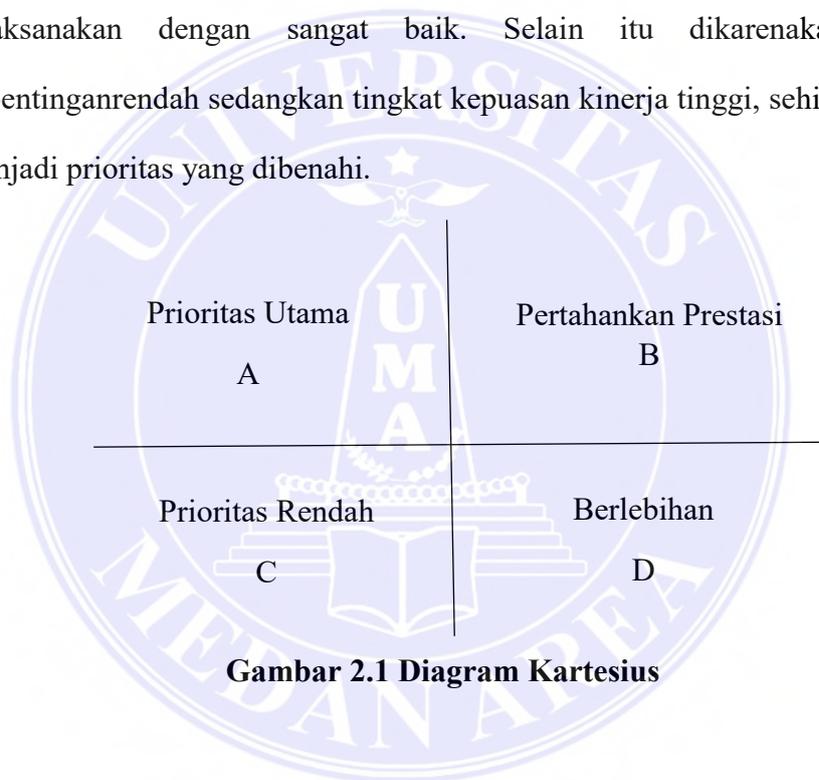
Menurut Syaifullah, dkk (2018) Metode Pentingnya Kinerja Sebuah Analisis (IPA) sangat bagus dan tepat dalam melakukan analisa kepuasan pelanggan. Metode proses analisa IPA cukup detail, sangat menentukan kepuasan pelanggan secara menyeluruh serta mendapatkan atribut - atribut pelayanan yang perlu diperbaiki dan atribut yang harus dipertahankan.

Menurut Rizal Nugraha, dkk( 2014), Pentingnya analisis kinerja (IPA) dapat digunakan untuk merangking berbagai elemen dari kumpulan jasa dan mengidentifikasi tindakan yang diperlukan. Dalam metode ini diperlukan pengukuran tingkat ketidakseimbangan untuk mengetahui seberapa besar pelanggan merasa puas terhadap kinerja perusahaan, dan seberapa besar pihak penyedia jasa memahami apa yang pelanggan yang diinginkan terhadap jasa yang mereka berikan.

Berikut penjelasan untuk masing-masing kuadran yang terdapat dalam diagram kartesius (Supranto, 2006):

1. Kuadran pertama (I), memerlukan penanganan yang perlu diprioritaskan oleh tingkat manajemen, karena tingkat kepentingan tinggi sedangkan tingkatkepuasan kinerja rendah.
2. Kuadran kedua (II), menunjukkan daerah yang harus dipertahankan, karena tingkat kepentingan tinggi sedangkan tingkat kepuasan kinerja juga tinggi.

3. Kuadran ketiga (III), sebagai daerah prioritas rendah, karena tingkat kepentingan rendah sedangkan tingkat kepuasan kinerja juga rendah. Pada kuadran ini terdapat beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, namun perusahaan harus selalu menampilkan sesuatu yang lebih baik diantara kompetitor yang lain.
4. Kuadran keempat (IV), dikategorikan sebagai daerah berlebihan, karena terdapat faktor yang bagi pelanggan tidak penting, akan tetapi oleh perusahaan dilaksanakan dengan sangat baik. Selain itu dikarenakan tingkat kepentingan rendah sedangkan tingkat kepuasan kinerja tinggi, sehingga bukan menjadi prioritas yang dibenahi.



**Gambar 2.1 Diagram Kartesius**

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di *Coffee Shop* Kodam (Kopi Orang Dalam) Jl. Sempurna Ujung Medan. Penelitian ini dilakukan pada bulan November 2022 sampai dengan selesai.

### 3.2. Jenis Penelitian

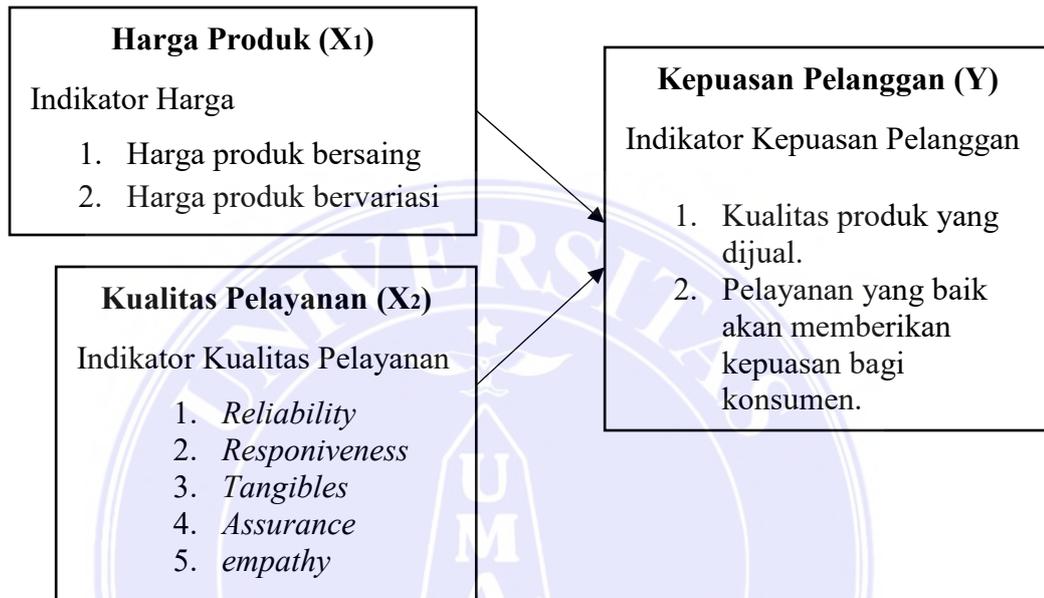
Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Kuantitatif adalah penelitian yang menekankan pada pengujian teori – teori melalui pengukuran variabel – variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik (Sugiyono, 2016). Analisis deskriptif adalah cara yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi Sugiyono (2018).

### 3.3. Variabel Penelitian

- a. Variabel Dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel lain. Variabel Dependen dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan (Y).
- b. Variabel Independen adalah variabel yang menjadi sebab atau mempengaruhi variabel lain. Adapun variabel independen pada penelitian ini adalah: Harga Produk ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ).

### 3.4. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan cara berfikir yang logis dan sistematis dengan melihat hubungan setiap variabel yang telah diidentifikasi sebelumnya yang digunakan dalam menganalisis sebuah masalah penelitian sehingga pemaparan dari konsep penelitian lebih mudah dipahami. Kerangka berfikir penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut.



**Gambar 3.1 Kerangka Berfikir**

Dari kerangka berfikir diatas dapat di definisikan sebagai berikut:

#### 1. Harga Produk Bersaing

Harga produk bersaing dapat dikatakan juga sebagai persaingan harga produk. Dimana persaingan harga produk ini merupakan kondisi ketika produk yang sama atau bisa menggantikan diproduksi oleh banyak bisnis, kemudian membuat para pebisnis bersaing lewat harga dengan menetapkan harga yang murah. 2. Harga Produk Bervariasi

Keberagaman harga produk atau bisa disebut juga dengan variasi harga produk merupakan kumpulan berbagai jenis produk yang ditawarkan oleh penjual kepada konsumen.

#### 3. Reliability UNIVERSITAS MEDAN AREA

*Reliability* adalah kemampuan suatu bisnis untuk menjaga konsistensi dan kualitas dalam memberikan produk atau layanan kepada pelanggan.

#### 4. *Responiveness*

*Responiveness* adalah tentang bagaimana perusahaan memberikan layanan yang responsive terhadap semua keinginan dan kebutuhan pelanggan.

#### 5. *Tangibles*

*Tangibles* adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan terbaik bagi pelanggan dan hal tersebut merupakan hal yang dapat dilihat dan dirasakan secara langsung oleh pelanggan.

#### 6. *Assurance*

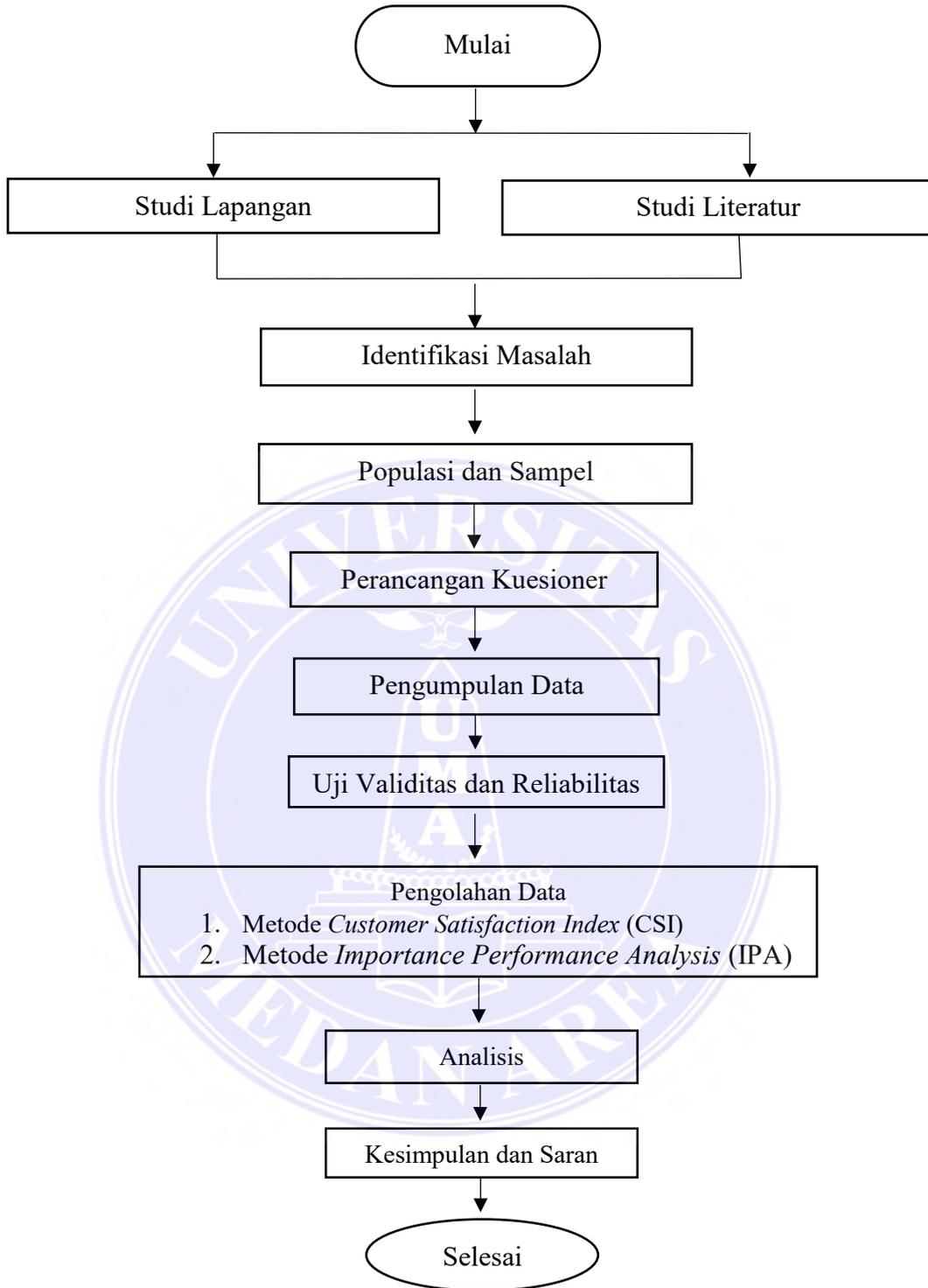
*Assurance* merupakan suatu kepastian yang didapatkan oleh seorang pelanggan dari penjual. Biasanya *assurance* pada suatu tempat berbelanja bisa berupa komunikasi yang baik, hingga sikap sopan santun penjual terhadap pelanggannya.

#### 7. *Empathy*

*Empathy* yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan, erat kaitannya dengan perhatian yang tulus dan dekat kepada masing-masing pelanggan.

Dari ke 7 definisi tersebut, seorang pedagang biasanya dapat dengan mudah mengenali apa yang diinginkan oleh pelanggan dan juga bisa membantu untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan yang diberikan.

### 3.5. Flowchart Penelitian Penelitian



**Gambar 3.2 Metodologi Penelitian**

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil pengolahan data *customer satisfaction index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA) diperoleh nilai sebesar 81,40 yang artinya para konsumen di *coffeeshop* kodam merasa sangat puas dengan harga produk yang ditawarkan dan kualitas pelayanan yang ada pada *coffeeshop* kodam. Hal ini akan membuat para pelanggan akan datang kembali ke *coffeeshop* kodam karena pelayanan dan harganya yang sangat memuaskan konsumen.
2. Berdasarkan hasil pengolahan data pada metode *importance performance analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) diperoleh bahwa Kuadran C menunjukkan faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan tidak terlaksanakan dengan baik oleh perusahaan, atribut yang terkait terdapat pada item P3, sistem mampu meningkatkan kepuasan kerja yang dianggap kurang penting pada *coffee shop* kodam. Item P14, karyawan memberikan perhatian individual kepada para konsumennya. Item P16, pelanggan merasa puas dengan kualitas menu yang tersedia di *coffee shop* kodam.

## 5.2 Saran

1. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan hendaknya *coffeeshop* kodam memahami terlebih dahulu hal-hal apa saja yang akan diperbaiki dan mengetahui atribut mana yang dirasa perlu secepatnya dilakukan perbaikan agar tidak terjadi kesalahan perbaikan yang mungkin dapat menimbulkan keluhan-keluhan baru. Sehingga *coffeeshop* kodam akan dapat bersaing dengan kompetitor-kompetitornya.
2. Dari hasil penelitian ini hendaknya dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi terhadap faktor-faktor atau atribut yang harus dilakukan perbaikan bagi pihak *coffee shop* kodam dalam upaya melakukan peningkatan kualitas pelayanan terhadap pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2012. Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Ali Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Aritonang, Lerbin R. 2005. Kepuasan Pelanggan. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Assauri, S. 2014. Manajemen Pemasaran, Jakarta: Rajawali Pers.
- Fandy, Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta. ISBN: 978-979-29-5349-7.
- Hertati, Semarli, dkk. 2015. Pengendalian Kualitas Berdasarkan Komposisi Produk Makanan dan Minuman Melalui Atribut *Control Charts*. Jurnal Pengendalian Kualitas Statistik Universitas Negeri Medan. No.1 Vol. 01.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid 2. Erlangga: Jakarta. hlm. 67.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2013. Manajemen Pemasaran Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Krisdayanto, I., dkk. 2018. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di I Cafe Lina Putra Net Bandung. *Journal of Management*. 4.1.-15.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. Pemasaran Jasa, Jakarta: Salemba Empat.
- Pasaribu, Mirry Yuniyanti, Dkk. 2016. Pengaruh Struktur Modal, Struktur Kepemilikan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2011-2014. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Universitas Brawijaya, Malang.



Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta

Syah, Arman. 2021. *Manajemen Pemasaran Kepuasan Pelanggan*. Bandung. ISBN:978-623-5811-19-2.

Syaifullah, dkk. 2018. *Sistem Informasi Kepuasan Pelayanan Administrasi Akademik Berdasarkan Studi Kasus IPA (Importance Performance Analysis) di Fakultas Teknik Universitas Mataram*. *Jurnal Ilmu Komputer dan Teknik Informatika* No. 02 Vol. 01.





### Lampiran I Rekapitulasi Data Kuesioner

No.	Pertanyaan																			
	K P1	K P2	K P3	K P4	K P5	K P6	K P7	K P8	K P9	KP 10	KP 11	KP 12	KP 13	KP 14	KP 15	KP 16	KP 17	KP 18	KP 19	KP 20
1	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	4	5	4	5	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	3
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
6	4	3	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4
7	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
10	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
11	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
12	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
13	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
14	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
17	4	3	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
18	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4
22	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
24	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	5	4	4
25	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4
26	4	3	5	4	5	4	3	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4
28	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
29	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4
30	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
32	5	5	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
33	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4
34	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
36	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	3	4	4	4	4	5	4
37	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4
38	5	5	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
39	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
41	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
43	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	5	5
44	5	4	4	3	4	4	3	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	5	5	5
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
46	4	3	4	3	4	4	3	5	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4
47	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5
48	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5
49	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4
50	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	3	4	3	4	4	4	4
51	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
52	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
54	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4
55	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	5	5	5
56	4	4	3	4	3	4	3	4	4	5	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4
57	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4
59	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4	5	5	5	5
60	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	5	5
61	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5
62	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4
63	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
64	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
65	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	5	5



### Lampiran II Rekapitulasi Data Kepuasan

No.	Pertanyaan																			
	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15	K16	K17	K18	K19	K20
1	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	5	4	5	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	5	4	4	5	4	4	5	5	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
8	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4
9	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3
11	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
12	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	3
14	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
16	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
17	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4
18	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
19	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3
21	5	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
22	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	5	5	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	3
26	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4
27	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
28	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
29	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	3
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
32	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3
33	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	3
34	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	3
37	5	5	5	4	4	5	5	5	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
38	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4
39	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
40	5	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
41	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	3
42	5	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
43	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
44	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	3
45	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
46	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4
47	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
48	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3
49	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3
50	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4
51	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3
52	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
53	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
54	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3
55	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
56	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
57	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

58	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
59	5	4	5	4	5	4	3	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4
60	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	
61	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
63	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	
64	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	
65	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	

### Lampiran III Hasil Uji Validitas

#### 1. Uji validitas Harga Produk Correlations

	HP1	HP2	HP3	HP4	HP5	HP6	HP7	TOTAL
HP1								
Pearson Correlation	1	.474**	.458**	.106	.362**	.141	-.294*	.595**
Sig. (2tailed)		.000	.000	.400	.003	.261	.017	.000
N	65	65	65	65	65	65	65	65
HP2								
Pearson Correlation	.474**	1	.056	.419**	-.048	.059	-.064	.566**
Sig. (2tailed)	.000		.660	.001	.707	.641	.615	.000
N	65	65	65	65	65	65	65	65
HP3								
Pearson Correlation	.458**	.056	1	.085	.537**	.155	-.118	.594**
Sig. (2tailed)	.000	.660		.502	.000	.217	.350	.000
N	65	65	65	65	65	65	65	65
HP4								
Pearson Correlation	.106	.419**	.085	1	.123	.326**	.075	.584**
Sig. (2tailed)	.400	.001	.502		.329	.008	.554	.000
N	65	65	65	65	65	65	65	65
HP5								
Pearson Correlation	.362**	-.048	.537**	.123	1	.340**	-.078	.544**
Sig. (2tailed)								
N	65	65	65	65	65	65	65	65

	Pearson Correlation	.003	.707	.000	.329		.006	.539	.000
	Sig. (2tailed)								
	N	65	65	65	65	65	65	65	65
HP6	Pearson Correlation	.141	.059	.155	.326**	.340**	1	.088	.478**
	Sig. (2tailed)	.261	.641	.217	.008	.006		.485	.000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65
HP7	Pearson Correlation	-.294*	-.064	-.118	.075	-.078	.088	1	.344*
	Sig. (2tailed)	.017	.615	.350	.554	.539	.485		.041
	N	65	65	65	65	65	65	65	65
TOTAL	Pearson Correlation	.595**	.566**	.594**	.584**	.544**	.478**	.254*	1
	Sig. (2tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.041	
	N	65	65	65	65	65	65	65	65

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## 2. Uji validitas kualitas pelayanan **Correlations**

	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	TOTAL
KP1 Pearson Correlation	1	.642**	.853**	.155	.008	.000	.117	.750**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.217	.947	1.000	.352	.000

N	65	65	65	65	65	65	65	65
KP2								
Pearson Correlation	.642**	1	.604**	.357**	.065	.158	-.105	.815**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.003	.605	.209	.407	.000
N	65	65	65	65	65	65	65	65
KP3								
Pearson Correlation	.853**	.604**	1	.042	-.106	.000	.000	.682**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.742	.402	1.000	1.000	.000
N	65	65	65	65	65	65	65	65
KP4								
Pearson Correlation	.155	.357**	.042	1	.546**	.106	-.026	.584**
Sig. (2-tailed)	.217	.003	.742		.000	.400	.835	.000
N	65	65	65	65	65	65	65	65
KP5								
Pearson Correlation	.008	.065	-.106	.546**	1	.108	.071	.407**
Sig. (2-tailed)	.947	.605	.402	.000		.393	.572	.001
N	65	65	65	65	65	65	65	65
KP6								
Pearson Correlation	.000	.158	.000	.106	.108	1	.000	.371**
Sig. (2-tailed)	1.000	.209	1.000	.400	.393		1.000	.003
N	65	65	65	65	65	65	65	65
TOTAL								
Pearson Correlation	.755**	.765**	.661**	.560**	.411**	.360**	.245*	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.003	.049	
N	65	65	65	65	65	65	65	65

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Lampiran IV Kuesioner Penelitian**

**KUESIONER PENELITIAN**

Kepada Yth.

Bapak/ Ibu Responden

Dengan Hormat,

Yang bertanda tangan dibawah ini saya mahasiswa Universitas Medan Area :

Nama : Ahmad Rinaldi Nasution

NPM : 188150102

Sedang melakukan penelitian Tugas Akhir dengan judul “Analisis Pengaruh Harga Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Important Performance Analysis* (IPA) di *Coffee Shop* Kodam”. Saya memohon bantuan bapak/ ibu untuk bersedia mengisi dengan lengkap kuesioner terkait dengan penelitian Tugas Akhir saya.

Demikian surat permohonan saya besar harapan saya akan bantuan dari bapak/ ibu untuk mengisi kuesioner ini. Mohon maaf apabila ada kesalahan kata maupun kesalahan tulis. Atas perhatian dan kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya

Ahmad Rinaldi Nasution

### A. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Pada pertanyaan yang ada di bawah ini, Bapak/Ibu dimohon untuk mengisi pertanyaan-pertanyaan tersebut dengan memberikan tanda centang (✓) pada pilihan jawaban yang tersedia.

### B. Identitas Responden

1. Nama Responden :
2. Jenis kelamin :  Laki laki  Perempuan  3.  
Usia saat ini (pilih salah satu dibawah ini) :  
 < 20 tahun  20 tahun – 30 tahun  
 31 tahun – 40 tahun  41 tahun – 50 tahun
4. Pendidikan terakhir (pilih salah satu dibawah ini) :  
 SD  SMP  SMA  Diploma  S1/S2/S3
5. Pekerjaan saat ini (pilih salah satu dibawah ini) :  
 PNS  Pegawai Swasta  
 Wiraswasta  TNI/POLRI  
 Pelajar/Mahasiswa.
6. Pendapatan per bulan (pilih salah satu dibawah ini) :  
 < Rp 500.000  > Rp 500.00 – Rp 1.000.000  
 Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000  Rp 2.500.000 – Rp 3.000.000  
 Rp 3.500.000

7. Sudah berapa kali berkunjung ke *Coffee Shop* Kodam :

- satu kali
- dua kali
- tiga kali/ lebih

**C. Keterangan Pilihan Jawaban**

- SS : Sangat Setuju : Skor 5
- S : Setuju : Skor 4
- KS : Kurang Setuju : Skor 3
- TS : Tidak Setuju : Skor 2
- STS : Sangat Tidak Setuju : Skor 1

<b>Variabel Harga Produk (X<sub>1</sub>)</b>		
Pertanyaan	Kepentingan	Kepuasan
Harga produk yang ditawarkan <i>coffe shop</i> kodam bervariasi dan terjangkau oleh konsumen.		
<i>Coffe shop</i> kodam menyediakan produk-produk dengan kualitas baik dan harga yang murah.		
Sistem mampu meningkatkan kepuasan kerja saya.		
Harga yang ditawarkan <i>coffe shop</i> kodam sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan.		
Harga yang ditawarkan sebanding dengan rasa makanan dan minumannya.		
Harga produk yang bervariasi membuat konsumen ingin datang kembali ke <i>coffe shop</i> kodam.		
<i>Coffe shop</i> kodam menyediakan menu makanan dan minuman sesuai dengan harga pasaran.		
<b>Variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>)</b>		

Pertanyaan	Kepentingan	Kepuasan
Karyawan <i>coffee shop</i> sigap dalam melayani konsumen.		
Karyawan <i>coffee shop</i> dapat memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan konsumen.		
Karyawan <i>coffee shop</i> tanggap dalam menjelaskan menu yang tidak diketahui oleh konsumen.		
Karyawan <i>coffee shop</i> melayani pelanggan dengan ramah.		
Kondisi <i>coffee shop</i> kodam tertata rapi, dan bersih.		
Karyawan selalu menginformasikan atau menawarkan promo-promo yang ada di <i>coffee shop</i> kodam.		
<b>Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)</b>		
Pertanyaan	Kepentingan	Kepuasan
Saya merasa puas dengan berbagai macam menu yang tersedia di <i>coffee shop</i> kodam.		
Saya merasa puas dengan kualitas menu yang tersedia di <i>coffee shop</i> kodam.		
Saya merasa puas dengan kinerja karyawan cekatan dan tanggap di <i>coffee shop</i> kodam.		
Saya merasa puas dengan kebersihan dan kerapian di <i>coffee shop</i> kodam.		
Cara penyajian makanan dan minuman di <i>coffee shop</i> kodam bersih, rapi dan menarik perhatian pelanggan.		
Pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan.		

Saya merasa lebih senang datang ke <i>coffee shop</i> kodam karena suasananya nyaman dan tenang.		
--	--	--

