



SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DI D'BESTO TABING PADANG**

Oleh:

NAMA : GALANG PUTRA ISLAMAY
NIM : 19100261201036
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT


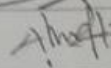
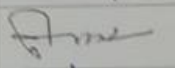
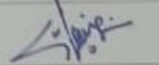
2023

HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan LULUS setelah dipertahankan didepan Tim Penguji Skripsi
23 Mei 2023

Judul Pengaruh kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di D'Besto Tabing Padang
Nama Galang Putra Islamay
Nim 19.10.002.61201.036
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi

TIM PENGUJI

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Tri Irfā Indrayani, M. Pd	Ketua	
2	Nurhaida, SE, MM	Anggota	
3	Asrizal, SE, M.Si	Anggota	
4	Usmiar, SE, MM	Anggota	

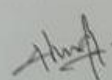
Disetujui:

Pembimbing 1



(Dr. Tri Irfā Indrayani, M. Pd)

Pembimbing 2



(Nurhaida, SE, MM)

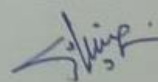
Diketahui:

Dekan
Fakultas Ekonomi



(Puguh Setiawan, SE, M.Si)

Ketua
Prodi Manajemen



(Usmiar, SE, M.Si)

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya suatu pendapat yang ditulis dan diterbitkan orang lain, kecuali sebagai acuan kutipan dengan mengikuti karya ilmiah yang lazim.

Dengan demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada pemaksaan dari pihak manapun.

Padang , 23 Mei 2023



yang menyatakan

Handwritten signature of Galang Putra Islamay.

Galang Putra Islamay
191000261201036

HAK CIPTA

Hak cipta milik **GALANG PUTRA ISLAMAY** tahun 2023, dilindungi oleh Undang-Undang yaitu dilarang mengutip dan memperbanyak tanpa izin tertulis dari Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, Sebagianian atau keseluruhannya dalam bentuk apapun, baik cetak, copy ataupun micro film dan lainnya sebagainya.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya ucapkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan taufik serta hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di D'besto Tabing Padang** penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dari segi materi maupun pembahasan.

Penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan lancar tidak terlepas dari bantuan dan kerjasama oleh pihak lain. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Kedua orang tua tercinta, Swit Amin Muastakim dan Erliana , serta seluruh keluarga besar lainnya, terimakasih telah memberikan taburan cinta dan kasih sayang yang tak pernah putus, semangat, do'a, motivasi dan dukungan kepada penulis.
2. Ibuk Dr.Tri Irfa Indrayani, M. Pd sebagai dosen pembimbing satu dan Ibuk Nurhaida, SE,MM sebagai dosen pembimbing dua yang telah banyak membantu dan membimbing serta motivasi selama penulisan skripsi ini.
3. Bapak Asrizal ,SE,M.SI dan ibuk Usmiar, SE, M. Si selaku penguji yang telah memberikan masukan, pertanyaan-pertanyaan yang membuat penulis semakin menyempurnakan skripsi ini.
4. Ibuk Usmiar, SE, M.Si selaku KaProdi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.

5. Bapak Puguh Setiwan, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
6. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat yang telah memberikan semangat, motivasi, informasi dan membantu dalam proses perkuliahan.
7. Kepada abang, kakak dan adik-adikku tersayang, Delvi Suci Leastari, Lanang Aidil Saputra, Alif Fahrezi pulungan dan Kakaek nenek ku tercinta Rajiun hasibuan dan Nurhayati Siregar dan seluruh keluargaku terimakasih telah memberikan semangat, do'a serta dukungan.
8. Untuk kedua sahabatku, Revi Wulandari,,Kiki Sulastri,Lasin Rofal Dan Govandi Putra Naldo terimakasih telah memberikan semangat dan dukungan untukku agar dapat menyelesaikan skripsi ini dan terimakasih telah mendengarkan curhatanku selama ini.
9. Untuk teman seperjuangan Manajemen BP 19 yang telah memberikan semangat dan masukan dalam pembuatan skripsi ini.
10. Dan untuk diri sendiri, "terimakasih telah bertahan sampai saat sekarang ini, meskipun hampir setiap hari mengeluh tapi tidak pernah ada niat untuk menyerah, kadang masih ngak nyangka ternyata diri sendiri bisa kuat bertahan sampai sejauh ini, bisa melewati hal-hal yang melelahkan dan menghadapi semuanya sendiri. Pround of my self".

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI D'BESTO TABING
PADANG**

GALANG PUTRA ISLAMAY

NIM: 19.10.002.61201.036

Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

Email : galangmatondang@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan di D'besto Tabing Padang. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan menggunakan *Sampling Insidental* adalah Teknik penentuan sampel berdasarkan secara kebetulan ,yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan digunakan sebagai sampel. Penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis dengan uji T dan uji F. Berdasarkan analisis data maka persamaan regresi sebagai berikut :

$$\hat{Y}=3.401+ 0,248 X_1+ 0,314 X_2 + -0,045 X_3$$

Berdasarkan persamaan regresi maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena $t_{hitung} = 2.995 > t_{tabel} = 1,660$, kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena $t_{hitung} = 3.453 > t_{tabel} =1,660$. Nilai koefisien (R^2) sebesar 0,310 atau 31,0% menunjukkan presentase pengaruh variabel independen kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan. Dan nilai $F_{hitung} =14.349 > F_{tabel} = 2, 696$. Ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

The purpose of this study was to determine the effect of service quality, product quality and price on customer satisfaction at D'besto Tabing Padang. The sample in this study amounted to 100 respondents using Incidental Sampling, which is a sampling technique based on coincidence, that is, anyone who happens to meet the researcher and is used as a sample. The research uses multiple linear regression analysis and hypothesis testing with the T test and F test. Based on the data analysis, the regression equation is as follows:

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HAK CIPTA.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAKS.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Konsep Teoritis.....	6
2.1.1 Kepuasan Pelanggan.....	6
1. Defenisi Kepuasan Pelanggan	6
2. Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan.....	7
3. Indikator Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan	7
2.1.2 Kualitas Pelayanan	8
A. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	8
B. Karakteristik Pelayanan Jasa.....	9
C. Indikator Kualitas Pelayanan	9
2.1.3 Kualitas Produk	10
A. Pengertian Kualitas Produk.....	11
B. Dimensi Kualitas Produk.....	12
C. Indikator Kualitas Produk.....	13
2.1.4 Harga.....	13
A. Pengertian Harga.....	13
B. Indikator Harga	14
C. Tujuan Penetapan Harga.....	15
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Kerangka Konseptual.....	21
2.4 Hipotesis	22

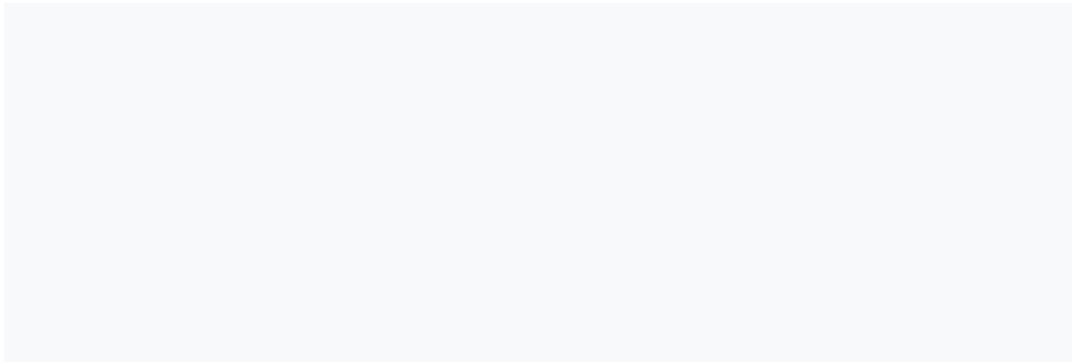
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian.....	23
3.2 Ppopulasi dan Sampel	23
A. Populasi.....	23
B. Sampel.....	23
3.3 Definisi Operasional dan pengukuran variabel.....	24
A. Definisi Operasional	24
B. Pengukuran Variabel	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data	27
3.5 Teknik Analisi Data	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran umum	37
4.1.1 Sejarah D’besto	37
4.1.2 Visi Dan Misi	38
4.1.3 Lokasi D’besto	39
4.1.4 struktur organisasi	40
4.2 Hasil Dan Pembahasan.....	40
4.2.1 Karakteristik Responden.....	41
4.2.2 Uji Validitas Dan Reliabilitas	44
3.3 Tingkat Capaian Responden.....	47
3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	47
3.5 Uji Asumsi Klasik.....	47
3.6 Pengujian Hipotesis.....	52
3.7 Pembahasan	55
BABV KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	59

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	24
Tabel 3.2 Skala Likert.....	27
Tabel 4.1 Klasifikasi Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2 Klasifikasi Umur	41
Tabel 4.3 Uji Validitas Kualitas Pelayanan	41
Tabel 4.4 Uji Validitas Kualitas Produk	42
Tabel 4.5 Uji Validitas Harga.....	42
Tabel 4.6 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan.....	43
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.8 Tingkat Capaian Responden Kualitas Pelayanan.....	44
Tabel 4.9 Tingkat Capaian Responden Kualitas Produk	45
Tabel 4.10 Tingkat Capaian Responden Harga.....	45
Tabel 4.11 Tingkat Capaian Responden Kepuasan pelanggan	46
Tabel 4.12 Analisis Regresi Linier Berganda	47
Tabel 4.13 Uji Normalitas	47
Tabel 4.14 Uji Multikolinieritas	48
Tabel 4.15 Uji Heteroskedisitas.....	49
Tabel 4.16 Uji Autokorelasi	50
Tabel 4.17 Regtresi Linier Berganda	51
Tabel 4.18 Regresi Linier Berganda	53
Tabel 4.19 Hasil Uji F.....	54
Tabel 4.20 Uji Koefisieh Determinasi	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	21
Gambar 4.1 Lokasi D'besto.....	39
Gambar struktur organisasi	40



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kusioner Penelitian	60
Lampiran 2. Tabel Hasil Jawaban Responden	67
Lampiran 3. Tabel Uji Validitas dan Reliabilitas	78
Lampiran 4. SK Bimbingan.....	90
Lampiran 5. Konsultasi Bimbingan	92
Lampiran 6. Undangan Seminar Proposal	94
Lampiran 7. Undangan Seminar Hasil	95
Lampiran 8. Undangan Komprehesif.....	96
Lampiran 9. Surat Keterangan Lulus	97
Lampiran 10. Keterangan Bebas Pustaka.....	98
Lampiran 11. plagiarisme.....	99

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Restoran cepat saji merupakan restoran yang banyak diminati oleh masyarakat. Perkembangan restoran cepat saji dari tahun ke tahun semakin meningkat. Produk makanan cepat saji sangat dipilih masyarakat perkotaan karena kepraktisannya dalam mengkonsumsi makanan tersebut. Makanan cepat saji sendiri telah menjadi gaya hidup, ciri masyarakat yang modern. Perkembangan restoran cepat saji pada saat sekarang ini sangat pesat, salah satu restoran cepat saji yang baru dan sangat ramai dikunjungi pembeli yaitu restoran ayam goreng d'Besto.

Restoran d'Besto merupakan restoran baru yang berada di pusat kota Padang. d'Besto merupakan salah satu restoran waralaba yang bergerak dalam bidang usaha ayam goreng. Waralaba merupakan hubungan bisnis antara pemilik merek, produk ataupun sistem operasional yang sudah mapan dan dikenal oleh masyarakat luas dengan pihak lainnya, dengan cara pemilik merek memberikan izin kepada pihak kedua untuk memakai merek, produk dan sistem operasional . d'Besto Chicken & Burger berawal dari rintisan usaha dua orang dokter hewan lulusan Institut Pertanian Bogor (IPB) yang mendirikan grup usaha Kentuku *Fried Chicken* (KuFC) di tahun 1994 yaitu drh Hj. Evalinda Amir bersama suaminya drh. Setyajid. Di Sumatera Barat

sendiri cabang D'Besto kurang lebih 50 outlet yang tersebar di beberapa tempat di kota

padang. Dan peneliti tertarik untuk meneliti D'Besto yang ada di Tabing tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, produk dan harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di D'Besto Tabing Padang.

Tidak terlepas dari itu para pengusaha restoran cepat saji mulai menyadari bahwa untuk mendapatkan konsumen baru di butuhkan biaya yang lebih besar dari pada biaya yang dikeluarkan untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Artinya lebih baik perusahaan fokus menjaga kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan serta tak luput untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan.

Kepuasan pelanggan juga merupakan faktor yang sangat penting yang harus diperhatikan oleh restoran apabila ingin mendapatkan minat beli dari konsumen. Setiap restoran dituntut untuk membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat restoran harus mampu bersaing dan mempertahankan posisi pasar yang semakin ketat.

Konsumen yang puas akan memiliki kepercayaan yang tinggi pada perusahaan dan tidak akan berpindah ketempat lain, bahkan ikut mempromosikan tempat tersebut kepada saudara atau teman, calon konsumen lain untuk menggunakan jasa pada perusahaan tersebut.

Menjalin hubungan dengan pelanggan perlu dilakukan oleh perusahaan agar produk dan pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan. Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik meneliti

tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di D'Besto Tabing Padang.

1.2. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas maka peneliti dapat merumuskan rumusan masalah yaitu :

1. Apakah kualitas pelayanan, berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di d'Besto Tabing Padang?
2. Apakah produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di d'Besto Tabing Padang?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di d'Besto Tabing Padang?
4. Apakah kualitas pelayanan, produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di d'Besto Tabing Padang?

1.3. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas maka peneliti dapat menyimpulkan tujuan penelitian yait?

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan
2. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap kepuasan pelanggan
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan

1.4. Manfaat Penelitian

Dari tujuan penelitian diatas maka peneliti dapat menyimpulkan manfaat penelitian yaitu :

1. Bagi peneliti

Untuk Peneliti Untuk mengetahui penerapan teori yang di peroleh di bangku kuliah dengan realita yang terjadi di lapangan, mengenai masalah-masalah yang ada dalam pemasaran khususnya tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di D'Besto Tabing

2. Untuk Perusahaan

Hasil penelitian di harapkan mampu memeberikan masukan dan informasi baru bagi perusahaan dalam meningkatkan Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di d'Besto tabing

3. Untuk Lembaga (Universitas)

Sebagai salah satu referensi bahan kajian dalam pengembangan pengetahuan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Teoritis

2.1.1 Kepuasan Pelanggan

1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Menurut Kotler & Keller (2008:138)

Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi yang hasilnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan. (Tjiptono dalam adhari, 2005:24)

Kepuasan pelanggan juga dapat didefinisikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja dari sebuah produk yang dirasakan dengan yang diharapkan. Dengan memiliki tingkat kepuasan yang tinggi, dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran dan mengurangi biaya operasi. (Rangkuti adhari, 2003:23)

Dari beberapa teori diatas dapat kita simpulkan bahwa kepuasan pelanggan yaitu perasaan senang atau tidak senang yang dirasakan oleh si konsumen terhadap suatu produk atau layanan suatu perusahaan.

1. Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan

Terdapat empat Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Menurut (Kotler & Keller 2008:144) yaitu:

1. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah aan memberi nilai yang tinggi kepada pelanggannya.akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
3. Kualitas pelayanan (*service quality*), pelanggan akan merasa puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan dengan harapannya.
4. Faktor emosional (*emotional factor*),pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain kagum kepadanya bila menggunakan produk merek tertentu.
5. Biaya dan kemudahan, pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk, cenderung puas terhadap produk.

2. Indikator Kepuasan Pelanggan

Terdapat indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan Kotler & Keller (2008:142) yaitu:

1. Kinerja produk, suatu nilai fungsi atau hasil yang diperoleh dari suatu barang atau jasa.
2. Pembelian ulang, kegiatan pembelian yang dilakukan lebih dari satu kali.
3. Merekomendasikan produk kepada orang lain, mengkomunikasikan secara lisan mengenai pengalaman pelanggan kepada orang lain dengan harapan orang tersebut mau untuk mengikutinya.

2.1.2 Kualitas pelayanan

A. Pengertian kualitas pelayanan

Kualitas (mutu) adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. (Kotler dan Keller, (2008:143)

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. (Tjiptono dalam Adhari, 2002:51)

Kualitas jasa didefinisikan sebagai penyampaian jasa yang akan melebihi tingkat kepentingan pelanggan. Kualitas jasa dipengaruhi oleh dua variabel, yaitu jasa yang dirasakan (*perceived value*) dan jasa yang diharapkan (*expected value*), karena jasa tidak kasat mata serta kualitas Teknik jasa tidak selalu dapat dievaluasi secara akurat, pelanggan berusaha menilai kualitas jasa berdasarkan apa yang dirasakannya, yaitu

atribut-atribut yang mewakili kualitas proses dan kualitas pelayanan.(
Rangkuti dalam adhari, 2006:28-29)

Dari teori diatas maka dapat kita simpulkan bahwa tingkat kepercayaan adalah suatu keyakinan konsumen terhadap objek atau atribut perusahaan yang di percaya akan keunggulan dan kualitas produk perusahaan tersebut.

B. Karakteristik Pelayanan Jasa

Ada beberapa karakteristik jasa. (Kotler dalam indrasari, 2009 : 1) yaitu:

- a. *Intangibility* (tidak berwujud) berbeda dari produk fisik, jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum dibeli.
- b. *Inseparability* (tidak terpisahkan) biasanya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan. Hal ini tidak berlaku bagi barang-barang fisik yang diproduksi, disimpan sebagai persediaan, didistribusikan melalui banyak penjual, dan dikonsumsi kemudian. Jika seseorang memberikan jasa tersebut, penyediannya adalah bagian dari jasa itu. Karena klien tersebut juga hadir pada saat jasa itu dihasilkan, interaksi penyediaan klien merupakan ciri khusus pemasaran jasa.
- c. *Variability* (bervariasi) karena bergantung pada siapa memberikannya serta kapan dan di mana diberikan, jasa sangat bervariasi. 68
- d. *Persihability* (tidak tahan lama) jasa tidak dapat disimpan. Sifat jasa yang mudah rusak tersebut tidak akan menjadi masalah apabila permintaan tetap berjalan lancar.

C. Indikator Kualitas Pelayanan

Terdapat lima indikator kualitas pelayanan (Kotler dalam indrasari
,2016:284)

1. Keandalan (*Realibility*)

Keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan, terpercaya, akurat, serta konsisten.

2. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Ketanggapan adalah suatu kemampuan untuk memberikan pelayanan ke pelanggan dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan pelanggan.

3. Jaminan (*Asurance*)

Jaminan adalah mengukur kemampuan dan kesopanan karyawan serta sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki karyawan.

4. Empati (*Empathy*)

Empati adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

5. Berwujud (*Tangibles*)

Berwujud adalah penampilan fasilitas fisik, peralatan yang baik yang digunakan untuk memberikan pelayanan kepada konsumen.

2.1.3 Kualitas produk

A. Pengertian Kualitas produk

Kualitas produk adalah totalitas fitur atau karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kotler dan Keller (2008:143)

kualitas produk adalah karakteristik dari produk dan jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen. (Kotler dalam rosnaini, 2014:231)

Dari teori di atas dapat kita simpulkan bahwa kualitas produk sangat berpengaruh terhadap kemajuan perusahaan karena dengan bagusnya pelayanan di perusahaan tersebut maka konsumen akan banyak berdatangan dan laba untuk perusahaan sangat banyak.

B. Dimensi Kualitas Produk

Dimensi kualitas produk (Mullins dalam indrasari, 2005:422)

1. *Performance* (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
2. *Durability* (daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk.
3. *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
4. *Features* (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.

5. *Reliability* (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil 34 kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
6. *Aesthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk.
7. *Perceived quality* (kesan kualitas), sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan. Jadi, persepsi konsumen terhadap produk didapat dari harga, merek, periklanan, reputasi, dan negara asal.

C. Indikator Kualitas Produk

Kualitas produk dapat diukur dengan melihat beberapa indikator Kotler & Keller (2008: 8) diantaranya :

- a. Bentuk (*Form*) produk dapat dibedakan secara jelas dengan yang lainnya berdasarkan bentuk, ukuran, atau struktur fisik produk.
- b. Ciri-ciri produk (*Features*) karakteristik sekunder atau pelengkap yang berguna untuk menambah fungsi dasar yang berkaitan dengan pilihan produk dan pengembangannya.
- c. Kinerja (*Performance*) berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut.

d. Ketepatan/kesesuaian (*Conformance*) Berkaitan dengan tingkat kesesuaian dengan spesifikasi yang ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan. Kesesuaian merefleksikan derajat ketepatan antara karakteristik desain produk dengan karakteristik kualitas standar yang telah ditetapkan.

e. Ketahanan (*Durability*) Berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat digunakan.

f. Keandalan (*Reliability*) Berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kalidigunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula.

g. Kemudahan perbaikan (*Repairability*) Berkaitan dengan kemudahan perbaikan atas produk jika rusak. Idealnya produk akan mudah diperbaiki sendiri oleh pengguna jika rusak.

h. Gaya (*Style*) Penampilan produk dan kesan konsumen terhadap produk.

i. Desain (*Design*) Keseluruhan keistimewaan produk yang akan mempengaruhi penampilan dan fungsi produk terhadap keinginan konsumen.

2.1.4 Harga

A. Pengertian Harga

Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Kotler dan Armstrong, (2006:345)

Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa (Anang, 2018: 180).

Harga merupakan bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut (Jiptono, 2015:209).

Dari definisi di atas dapat disimpulkan harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas barang atau jasa.

B. Indikator harga

Terdapat indikator harga Kotler dan Armstrong (2008:345) yaitu :

- a. Keterjangkauan harga Harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan sesuai dengan target segmen pasar yang dipilih.
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk Kualitas produk menentukan besarnya harga yang akan ditawarkan kepada konsumen. 43
- c. Daya saing harga Harga yang ditawarkan apakah lebih tinggi atau dibawah rata-rata dari pada pesaing.

- d. Kesesuaian harga dengan manfaat Konsumen akan merasa puas ketika mereka mendapatkan manfaat setelah mengkonsumsi apa yang ditawarkan sesuai dengan nilai yang mereka keluarkan.
- e. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan. Ketika harga tidak sesuai dengan kualitas dan konsumen tidak mendapatkan manfaat setelah mengkonsumsi, konsumen akan cenderung mengambil keputusan untuk tidak melakukan pembelian. Sebaliknya jika harga sesuai, konsumen akan mengambil keputusan untuk membeli.

C. Tujuan Penetapan Harga

Terdapat beberapa tujuan penetapan harga (Philip Kotler 2019 :50) yaitu:

- a. Mendapatkan laba maksimum, terjadinya harga di tentukan oleh penjual dan pembeli, semakin besar daya beli konsumen, semakin besar juga kemungkinan penjualan untuk mendapatkan tingkat harga yang lebih tinggi.
- b. Mendapatkan pengembalian infestasi yang di targetkan atau pengembalian pada penjualan bersih Harga yang dapat di capai dalam penjualan dimaksudkan untuk investasi secara berangsur. Dana yang di pakai untuk mengembalikan infestasi hanya bias di ambil dari laba perusahaan dan laba hanya bias di peroleh apabila harga jual lebih besar dari jumlah biaya sebelumnya.

- c. Mencegah atau mengurangi persaingan, tujuan mencegah atau mengurangi persaingan dapat dilakukan melalui kebijakan harga. Hal tersebut dapat diketahui apabila para penjual menawarkan harga yang sama, oleh sebab itu, persaingan hanya mungkin dilakukan tanpa melalui kebijakan harga.
- d. Memperoleh dan memperbaiki market share, dalam hal ini harga merupakan faktor yang penting. Bagi perusahaan kecil yang memiliki kemampuan sangat terbatas, biasanya penentuan harga ditunjukkan hanya sekedar mempertahankan market share. Perbaikan market share kurang diutamakan apabila persaingan sangat ketat.
- e. Mendapatkan laba maksimum, terjadinya harga ditentukan oleh penjual dan pembeli, semakin besar daya beli konsumen, semakin besar juga kemungkinan penjualan untuk mendapatkan tingkat harga yang lebih tinggi.
- f. Mendapatkan pengembalian investasi yang ditargetkan atau pengembalian pada penjualan bersih Harga yang dapat dicapai dalam penjualan dimaksudkan untuk investasi secara berangsur. Dana yang dipakai untuk mengembalikan investasi hanya bias diambil dari laba perusahaan dan laba hanya bias diperoleh apabila harga jual lebih besar dari jumlah biaya sebelumnya.
- g. Mencegah atau mengurangi persaingan, tujuan mencegah atau mengurangi persaingan dapat dilakukan melalui kebijakan harga. Hal tersebut dapat diketahui apabila para penjual menawarkan harga

yang sama, oleh sebab itu, persaingan hanya mungkin dilakukan tanpa melalui kebijakan harga.

- h. Memperoleh dan memperbaiki market share, dalam hal ini harga merupakan faktor yang penting. Bagi perusahaan kecil yang memiliki kemampuan sangat terbatas, biasanya penentuan harga ditunjukkan hanya sekedar mempertahankan market share. Perbaikan market share kurang diutamakan apabila persaingan sangat ketat

2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan pengaruh tingkat kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebagai berikut :

Nama	Judul	Variabel	Metode Analisis	Hasil Analilis	Variabel Yang Akan Ditulis Sesuai Kondisi
Fahtira Virdha Noor (2020)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Herba Penawar Alwahida Indonesia	Pengaruh kualitas pelayanan (variable bebas) kepuasan pelanggan (variable terikat)	Regresi sederhana	Sampel dalam penelitian ini sebanyak 83 orang pelanggan HNI-HPAI yang melakukan pembelian berulang. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah <i>accidental sampling</i> . pengambilan data menggunakan kuesioner dengan skala likert. Hasil penelitian berdasarkan (uji t) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan	Kualitas pelayanan (X1) kepuasan pelanggan (Y)

				berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil uji koefisien determinasi diperoleh R square sebesar 0,485 hal ini menunjukkan bahwa variable dependen kepuasan pelanggan sebesar 48,5% dipengaruhi oleh independent kualitas pelayanan.	
Lintang Ayu Setyani (2014)	Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan (studi kasus pada Griya kecantikan Aura kota Semarang)	Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, loyalitas pelanggan (variable bebas) kepuasan pelanggan (variable terikat)	Regresi linear berganda	Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang pelanggan yang menggunakan jasa perawatan kulit wajah di Griya Kecantikan Aura. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.	Tingkat kepercayaan (X1) Kualitas pelayanan (X2) Kepuasan pelanggan (Y)
Ahmad Guspul (2014)	Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah (studi kasus pada nasabah)	Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan (variable bebas)	Regresi linear berganda	Dari hasil perhitungan elastisitas regresi koefisien diperoleh nilai elastisitas untuk variable kualitas	kualitas pelayanan (X1) kepuasan pelanggan (Y)

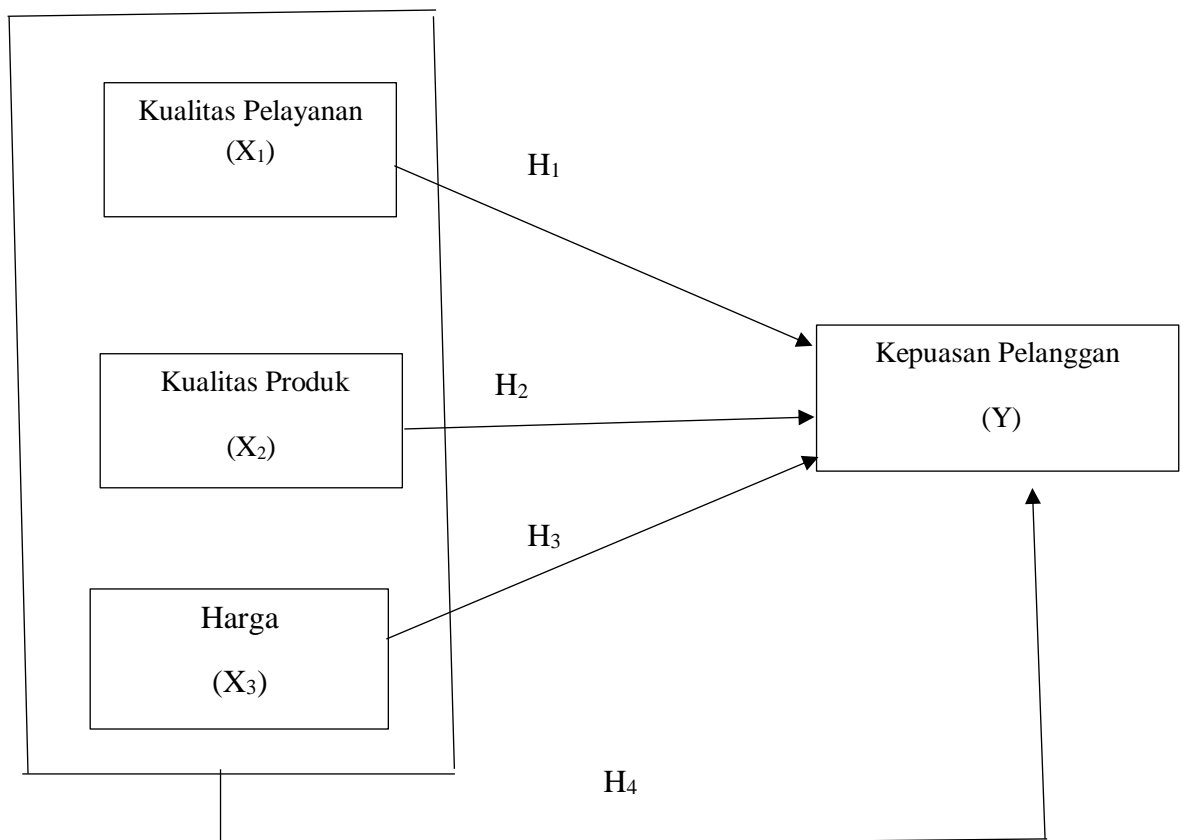
	kospin jasa cabang Wonosobo)	kepuasan nasabah (variable terikat)		pelayanan sebesar 1.070 dan variable keyakinan sama dengan 0.392. kesimpulan bahwa variable kualitas pelayanan memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah Kospin Layanan Cabang Wonosobo.	
Arvan Ali Prakoso (2017)	Anilisi pengaruh kepercayaan, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan (studi pada forum jual beli Kaskus)	Pengaruh kepercayaan, kualitas dan harga (variable bebas) kepuasan pelanggan (variable terikat)	Regresi linear berganda	Pengumpulan data data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan sampel 100 responden. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan Teknik <i>random sampling</i> . Hasil penelitian ini menunjukkan secara simultan dan parsial variable kepercayaan, kualitas dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.	kualitas pelayanan (X1) kepuasan pelanggan (Y)
Ana Mutia Ulfah (2017)	Analisi pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap kepuasan pelanggan produk <i>pashion</i> pada <i>online shop</i> melalui media sosial Instagram (studi pada mahasiswa IAIN Purwokerto)	Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan konsumen (variable bebas) kepuasan pelanggan (Y)	Regresi linear berganda	Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 99 orang dengan menggunakan metode <i>purposive sampling</i> . hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 3,672 dengan nilai signifikan sebesar	Tingkat kepercayaan (X1) Kualitas pelayanan (X2) kepuasan pelanggan (Y)

				<p>0,000 lebih kecil dari 0,05 dan koefesien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,355. Terdapat pengaruh positif kepercayaan konsumen terhadap kepuasan pelanggan dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 3,299 dengan nilai signifikan sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 dan koefesien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,496 dan terdapat pengaruh positif dibuktikan dengan hasil pengujian diperoleh nilai F hitung sebesar 35,006 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$.</p>	
Indra firdiyansyah (2017)	Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada warung gubrak kepri mall kota padang	Pengaruh kualitas pelayanan, lokasi (variabel bebas) Kepuasan pelanggan (variabel terikat)	Regresi linear berganda	<p>Sampel yang diteliti sebesar 97, atau dilakukan pembulatan menjadi 100 responden. Adapun pengambilan sampel ini dengan menggunakan metode non probability sampling dengan Teknik purposive sampling yaitu merupakan salah satu metode penentuan sampel dengan kriteria tertentu.</p>	

--	--	--	--	--	--

2.3 Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat digambarkan kerangka konseptual dalam penelitian, yaitu :



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Keterangan :

Kepuasan : (Y)
Kualitas : (X₁)
Kualitas Produk : (X₂)
Harga : (X₃)

2.4 Hipotesis

H₁ : Diduga kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di D'Besto Tabing.

H₂ : Diduga kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggans di D'Besto Tabing

H₃ : Diduga Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di D'Besto Tabing

H₄ : Diduga kualitas pelayanan, kualitas Produk dan Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di D' besto Tabing

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan waktu penelitian

Tempat penelitian ini adalah di Restoran D'Besto Tabing yang ber alamat di Jl. Lubuk Minturun,Bungo Pasang,Kec.Koto Tengah Padang.Waktu penelitian Oktober-Selesai

3.2 Populasi dan Sampel

A. Populasi Penelitian

Sugiono (2016:80) menyatakan bahwa “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian di Tarik kesimpulannya” .Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan D'Besto Tabing yang jumlahnya tidak diketahui.

B. Sampel Penelitian

Sugiyono (2016:81) menyatakan bahwa , “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut ”. Jumlah sampel yang digunakan ini adalah sebanyak 100 orang pelanggan D'Besto Tabing.Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Accidental sampling*.Menurut Sugiono (2008) *Sampling Insidental* adalah Teknik penentuan sampel berdasarkan secara kebetulan ,yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan digunakan sebagai sampel,bila yang dipandang orang itu ialah sebagai sumber data penelitian.

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

A. Definisi Operasional Variable

Definisi operasional variable yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Table 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Skor
Kepuasan pelanggan (Y)	kepuasan adalah perasaan puas atau kecewa seseorang (pelanggan) yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi. Jika performanya tidak sesuai ekspektasi pelanggan, maka mereka akan kecewa. Begitupun sebaliknya, jika sesuai dengan ekspektasi pelanggan, mereka akan merasa puas. (Kotler dalam adhari, 2016:167)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membeli lagi. 2. Merekomendasikannya kepada orang lain. 3. Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing. 4. Membeli produk lain dari perusahaan yang sama. 5. Menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan 	Skala likert
Kualitas pelayanan (X1)	Kualitas (mutu) adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kotler (2004:67)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keandalan (<i>Realibility</i>) 2. Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>) 3. Jaminan (<i>Asurance</i>) 4. Empati (<i>Empathy</i>) 5. Berwujud (<i>Tangibles</i>) 	Skala likert
Kualitas Produk	kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang	a. Bentuk (Form) produk dapat dibedakan secara jelas dengan yang lainnya berdasarkan bentuk, ukuran, atau struktur	Skala likert

(X2)	dinyatakan/tersirat.(Kotler dalam rosnaini,2005:49)	<p>fisik produk.</p> <p>b. Ciri-ciri produk (Features) karakteristik sekunder atau pelengkap yang berguna untuk menambah fungsi dasar yang berkaitan dengan pilihanpilihan produk dan pengembangannya.</p> <p>c. Kinerja (Performance) berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut.</p> <p>d. Ketepatan/kesesuaian (Conformance) Berkaitan dengan tingkat kesesuaian dengan spesifikasi yang ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan. Kesesuaian merefleksikan derajat ketepatan antara karakteristik desain produk dengan karakteristik kualitas standar yang telah ditetapkan.</p> <p>e. Ketahanan (Durability) Berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat digunakan.</p> <p>f. Keandalan (Reliability) Berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kalidigunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula.</p> <p>g. Kemudahan perbaikan (Repairability) Berkaitan dengan kemudahan perbaikan atas produk jika rusak. Idealnya produk akan mudah diperbaiki sendiri oleh pengguna jika rusak.</p>	
------	---	---	--

		<p>h. Gaya (Style) Penampilan produk dan kesan konsumen terhadap produk.</p> <p>i. Desain (Design) Keseluruhan keistimewaan produk yang akan mempengaruhi penampilan dan fungsi produk terhadap keinginan konsumen. Pengertian kualitas sangat beraneka ragam</p>	
Harga (X3)	Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Kotler dan amstrong,(2006:345)	<p>1.keterjangkauan harga</p> <p>2.daya saing harga</p> <p>3.kesesuaian harga dengan kualitas produk</p> <p>4.kesesuaian harga dengan manfaat produk</p>	Skala likert

A. Pengukuran Variabel

Keseluruhan variabel dalam penelitian ini diukur dengan model skalas likert. Skala ini menggunakan ukuran ordinal. Ukuran ordinal adalah angka yang diberikan dimana angka-angka tersebut menggunakan pengertian tingkat. Ukuran ini tidak mengandung nilai absolut terhadap objek, tetapi hanya memberikan ukuran (rangking) jawaban dari responden yang diberi skor tertentu. Model skala ini dilihat sebagai berikut :

Tabel Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Puas (SP)	5
Puas (P)	4
Cukup Puas (CP)	3
Tidak Puas (TP)	2
Sangat Tidak Puas (STP)	1

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif, dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivistic (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang diukur menggunakan statistik sebagai alat uji perhitungan , berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan.

Menurut Sugiyono (2016:145), Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Angket/kuesioner

Angket merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

2. Observasi

Teknik pengumpulan data mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan Teknik yang lain. Jadi observasi merupakan Teknik pengumpulan data dengan cara membaca dan mengamati, mengolah laporan-laporan serta mencatat yang menunjang penelitian ini.

3. Studi Kepustakaan

Membaca dan mempelajari buku-buku serta beberapa sumber bacaan lainnya yang memuat teori-teori yang berhubungan sebagai sumber informasi bagi masalah yang dibahas.

3.5 Teknik Analisis Data

a. Uji Validitas

Menurut Saptutyingsih dan Setyaningrum (2019:164) validitas merupakan ketepatan alat ukur dalam mengukur suatu objek. Validitas dilakukan untuk mengetahui seberapa baik tes pengukuran dalam mengukur objek yang seharusnya diukur. Instrument yang dinilai valid apabila alat yang digunakan dapat dengan baik mengukur objek ukur. Oleh karena itu, alat yang valid adalah alat yang tepat untuk mengukur objek yang akan diukur. Dalam uji validitas, setiap item akan diuji korelasinya dengan skor total variabel. Sebuah item sebaiknya memiliki korelasi (r) dengan skor total masing-masing variabel $\geq 0,25$. Jika item mempunyai r hitung $< 0,25$ maka item tersebut akan dinyatakan tidak valid, begitupun sebaliknya jika item mempunyai r hitung $> 0,25$ maka item tersebut dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Dalam Saptutyingsih dan Setyaningrum (2019:166) dijelaskan reliabilitas merupakan kestabilan hasil pengukuran secara repetitive dari masa ke masa. Reliabilitas alat ukur dapat diketahui dengan melakukan pengukuran berulang pada gejala yang sama dengan hasil yang sama. Reliabilitas item diuji dengan melihat nilai alpha-Cronbach. Nilai AlphaCronbach untuk reliabilitas dapat dilihat pada keseluruhan item dalam satu variabel. Apabila nilai $\alpha > 0,7$ maka tingkat reliabilitas terpenuhi (sufficient reliability), namun apabila nilai $\alpha < 0,5$ maka realibilitas rendah dan sebaiknya item tersebut tidak digunakan.

c. Tingkat Capaian Responden

Analisis ini bermaksud untuk menggambarkan karakteristik masing masing penelitian dengan cara menyajikan data kedalam tabel distribusi frekuensi, menghitung nilai rata-rata, skor total, dan Tingkat Capaian Responden (TCR) serta menginterpretasikannya. Penelitian ini tidak membandingkan atau menghubungkan satu variabel independen dengan variabel independen lainnya (Ari Kunto 2002 : 65). Untuk mencari TCR digunakan rumus sebagai berikut:

$$TCR = \frac{\text{Rata-rata skor}}{5} \times 100\%$$

Dimana kriteria hasilnya adalah sebagai berikut:

- | | |
|---------------------|-------------------|
| a. 0,00% - 54,99% | Sangat Tidak Puas |
| b. 55,00% - 64,99% | Tidak Puas |
| c. 65,00% - 79,99% | Cukup Puas |
| d. 80,00% – 89,99% | Puas |
| e. 90,00% – 100,00% | Sangat Puas |

d. Regresi linear berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variable tertentu bila variable lain berubah. Sugiyono (2010, p.277), dikatakan regresi berganda karena jumlah variable independennya lebih dari satu.

Analisis regresi berganda dapat dilakukan apabila terdapat minimal 2 variabel independen dengan rumus :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$$

Keterangan :

Y : Kepuasan pelanggan

a : Konstanta

b : Koefisien Regresi

X₁ : Kualitas pelayanan

X₂ : Kualitas produk

X₃ : Harga

ε : Error

e. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan uji regresi, tahap awal yang perlu dilakukan adalah melakukan pengujian asumsi klasik terhadap persamaan regresi berganda

1. Uji Normalitas data

Menurut Ghazali (2018:111) uji normalitas dimaksud untuk menguji apakah dalam model regresi nilai residual memiliki distribusi normal atau tidak. Nilai residual dikatakan berdistribusi sebagian besar mendekati nilai rata-rata. Uji normalitas ini digunakan *kolmogoro-smirnov* yaitu uji beda antara data yang diuji normalitasnya dengan data normal baku. Nilai residual terstandarisasi normal jika $k\text{-hitung} < \text{dari } t\text{-table}$

atau nilai $\text{sig} < \alpha$. Uji ini dilakukan menggunakan langkah sebagai berikut.

- a. membuat persamaan regresi
- b. mencari nilai prekdisinya
- c. mencari nilai residual
- d. membuat standarisasi nilai residualnya
- e. menggunakan nilai residual tersandarisasi dari yang kecil sampai terbesar
- f. Mencari nilai Z, relative kumulatif
- g. mencari nilai Z, teoritas berdasarkan table Z
- h. Mneghitung selisih nilai Z, dengan Z, dan diberi symbol K
- i. Mencari nilai K mutlak terbesar dan diberi nama K hitung
- j. Membandingkan nilai K hitung dengan tabel *kolmogorov-Smornov* (K tabel)

k. Menarik kesimpulan kenormalan data

2. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali dalam Maya (2019:45) Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen, jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel - variabel ini tidak ortogonal. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikonlinieritas dalam model regresi, dapat dilihat dari tolerance value dan variance inflation factor (VIF). Jika nilai VIF tidak lebih dari 10, maka model regresi tersebut tidak terdapat gejala multikolinearitas.

Setelah terpenuhnya pengujian pada asumsi klasik maka diperoleh persamaan regresi linear bergandadugaaan yaitu:

$$Y=b_0+b_1X_1+b_2X_2$$

Keterangan:

Y= Variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan

X₁= Variabel independen yaitu kualitas pelayanan

X₂= Variabel independen yaitu kualitas produk

X₃ = Variabel independent yaitu Harga

b₀= Nilai konstata

b₁b₂= Kofesien arah regresi

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Jonatan Sarwono (2017:98) heteroskasisitas berarti varian variabel pada model regresi yang tidak sama atau konstan. Sebaiknya, jika varian variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama konstan, maka disebut dengan homoskedastisitas. Menurut Ghazali (2013:142) uji heteroskasisitas ini digunakan metode *Glajser* dilakukan dengan meregresikan semua variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya. Persamaan uji *Glajser* adalah sebagai berikut:

$$|v_1| = \alpha + \beta X_1 + V_1$$

Keterangan:

$|v_1|$ = nilai residual mutlak

X_1 = Variabel bebas

Jika β signifikan maka terdapat pengaruh variabel bebas terhadap nilai residual mutlak sehingga dinyatakan terdapat gejala heteroskedastisitas. Demikian pula sebaiknya.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara data keserangkaan data observasi diuraikan menurut waktu atau ruang. Menurut Jonatan Sarwono (2017:98) autokorelasi mempunyai makna terjadi korelasi antar nilai dalam satu variabel yang sama. Uji autokorelasi ini menggunakan metode Durbin Watson (DW). Kisaran nilai DW mulai dari 0-4. Pada penerapan uji ini terdapat beberapa asumsi penting yang harus dipenuhi, yaitu:

1. Model regresi yang dilakukan harus menggunakan konstanta
2. Variabel bebas adalah non-stokastik atau relative tetap
3. Kesalahan pengganggu atau residual diperoleh dengan autoregresif order pertama
4. Model regresi tidak meliputi nilai keelambanan (*log*) dari variabel tidak bebas sebagai variabel penjelas
5. Dalam melakukan regresi tidak boleh ada data atau observasi yang hilang.

Analisis regresi berganda dapat dilakukan apabila terdapat minimal

2 variabel independen dengan rumus :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$$

f. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah pengujian terhadap suatu pernyataan dengan menggunakan metode statistik sehingga hasil pengujian dapat dinyatakan signifikan secara statistik.

1. Merumuskan hipotesis

$H_0: \beta = \beta_0$ (variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y secara signifikan).

$H_1 : \beta \neq \beta_0$ (Variabel X berpengaruh terhadap variabel Y secara signifikan) untuk pengujian dua sisi

$H_0 : \beta = \beta_0$ (variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y secara signifikan

$H_1 : \beta > \beta_0$ (variabel X berpengaruh terhadap variabel Y secara positif)

$H_1 : \beta < \beta_0$ (variabel X berpengaruh terhadap variabel Y secara negatif)

2. Menentukan nilai probabilitas atau signifikansi (∞)

1. Uji Parsial (t)

Menurut Ghozali (2013,P.. 98) uji sttistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variable independen secara individual dalam menerangkan variable dependen.

2. Uji Simultan(f)

Uji simultan f digunakan untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variable dependen (Ghozali,2011). Apabila F hitung $>$ F table dan probabilitas signifikansi $<$ 0.05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variable dependen.

3. Koefisien determinasi (R^2)

Mempunyai tujuan untuk mengukur kemampuan modal dalam menerangkan variasi dependen.nilai koefesien determinasi berkisar antara nol atau satu. Nilai R^2 yang kecil memiliki arti bahwa kemampuan adanya variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variable-variabel terikat sangat terbatas. Nilai yang mendekati satumenunjukkan bahawa adanya variable-variabel bebas memberikan semua informasi yang dibutuhkan

untuk memprediksi variasi variable-variabel dependen (Ghozali
2018:95)

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran umum

4.1.1 Sejarah D'besto

D'besto Merupakan Restoran Cepat Saji Yang Didesain Bagi Keluarga Indonesia Yang Mengidamkan Pengalaman Kuliner *Fried Chicken & Burger* Yang Lezat, Bersih, Higienis, Sehat, Halal, Cepat Dan Mudah Dengan Pelayanan Dan Keramahtamahan Khas Indonesia.

D'besto Memfokuskan Pada Produk Dan Layanan Bermutu Terbaik Yang Dijaga Dari Setiap Tahapan Prosesnya, Mulai Dari Pemilihan Bahan Baku Yang *Fresh* Nan Higienis, Bumbu Dan Rempah-Rempah Yang Alami, Distribusi Yang Aman Dengan Meminimalisir adanya kontaminasi dari berbagai aspek, penerapan peralatan dan teknologi modern, proses pemasakan berstandar Internasional hingga penyajian yang menarik nan cepat. Hasilnya, terjaganya produk kuliner bermutu tinggi; Lezat, Bergizi, Segar, Higienis dan Halal.

d'Besto Chicken & Burger berawal dari rintisan usaha dua orang dokter hewan lulusan Institut Pertanian Bogor (IPB) drh Hj. Evalinda Amir bersama suaminya drh. Setyajid pada 1994.

Melalui proses kewirausahaan yang berliku, pasang surut dunia bisnis kuliner, persaingan dan terpaan kiris moneter nasional-internasional serta wabah flu burung, akhirnya pada tahun 2009 *KuFC Group* melahirkan merek dagang (*brand*) *d'Besto Chicken & Burger* yang kini telah berkembang di berbagai kota seperti Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bandung, Surabaya, Mataram, Padang dan Lampung.

Berkantor pusat di Jl. Muhammad Kahfi I Gg. Pembangunan, Jagakarsa, Jakarta Selatan, *d'BestO Chicken & Burger* kini makin berkembang pesat dengan lebih dari 80 cabang beroperasi di berbagai kota di Indonesia.

4.1.2. Visi dan Misi

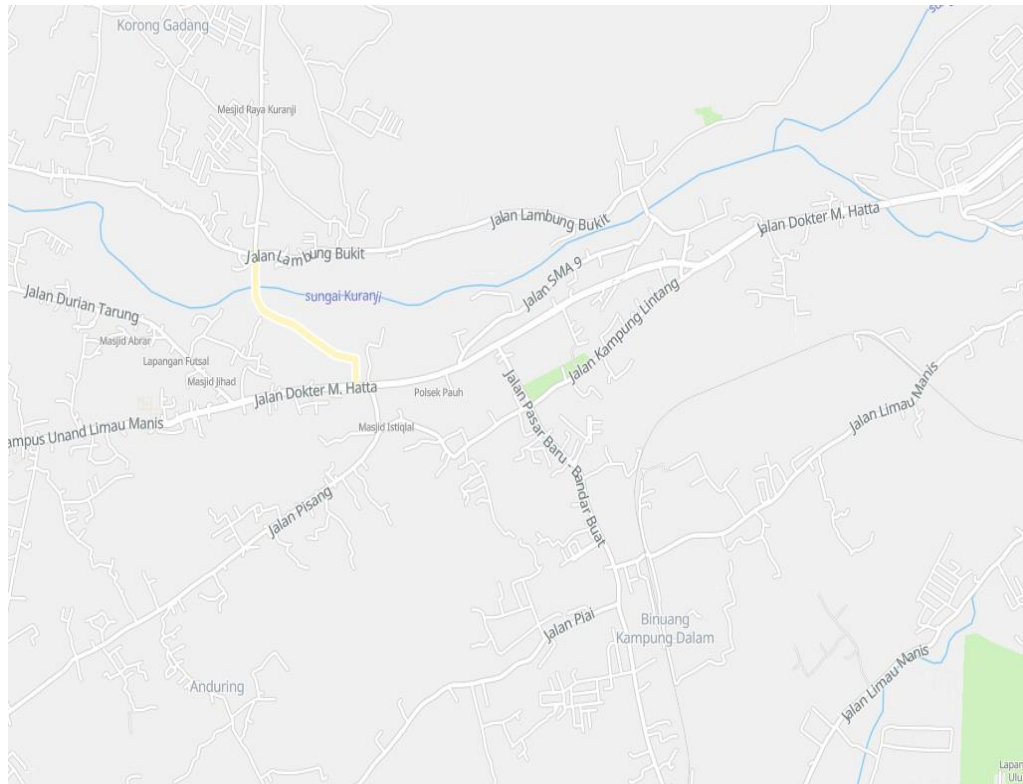
A. Visi

Menjadi market leader untuk bisnis kuliner Resto Cepat Saji Fried Chicken dan Burger untuk segmen kelas menengah di Indonesia.

B. Misi

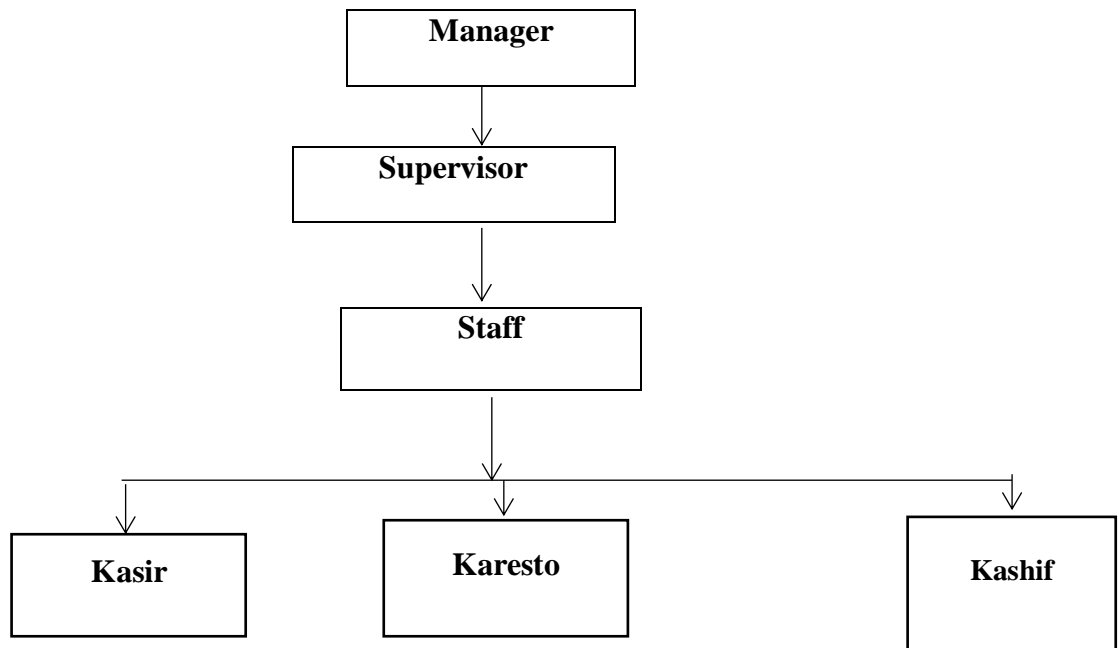
Memberi manfaat serta jalan kebaikan dan maslahat bagi banyak pihak meliputi Karyawan, Keluarga, dan khalayak umum, serta Taat kepada Hukum Negara Indonesia.

4.1.3. Peta Lokasi D'besto Tabing Padang



Gambar 4.1 Denah Lokasi D'Besto

4.1.4. Struktur Organisasi D'besto Tabing Padang



4.2 Hasil dan pembahasan

4.2.1. Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang di peroleh melalui kusioner yang diberikan pelanggan D'besto Tabing padang sebagai responden maka dapat di ketahui karakteristik setiap pelanggan berupa jenis kelamin dan umur. Hal ini diperlukan untuk melihat gambaran umum dari pelanggan.

Tabel 4.1
Klasifikasi jenis kelamin

No	Kategori	Frekuensi	Presentasi
1	Laki-laki	40	40%
2	Perempuan	60	60%
Jumlah		100	100%

Sumber : kusioner penelitian 2023

Berdasarkan tabel di atas dari 100 responden diperoleh jumlah responden laki-laki 40 orang dengan presentase 40% sedangkan responden perempuan berjumlah 60 orang dengan presentase 60%.

Tabel 4.2
Klasifikasi Umur

No	Kategori	Frekuensi	Presentasi
1	13-20	18	18%
2	21-30	57	57%
3	31-40	26	26%
Jumlah		100	100%

Sumber : kusioner penelitian 2023

Klasifikasi dari kategori umur 13-20 berjumlah 18 orang dengan tingkat presentase 18%, kategori umur 21-30 berjumlah 57 orang dengan tingkat presentase 57%, kategori umur 31-40 berjumlah 26 orang dengan tingkat presentase 26%.

4.2.2. Uji validitas dan Reliabilitas.

4.2.2.1 Uji validitas

Uji validitas menggunakan metode *product correlation* yaitu dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total.

Tabel 4.3
Kualitas Pelayanan (X1)

Item pernyataan	R-hitung	R-tabel	Kriteria
1	0,480	0,195	Valid
2	0,452	0,195	Valid
3	0,411	0,195	Valid
4	0,502	0,195	Valid
5	0,417	0,195	Valid
6	0,451	0,195	Valid
7	0,452	0,195	Valid
8	0,338	0,195	Valid

Sumber :data primer diolah sendiri 2023

Tabel 4.3 menunjukkan semua item pertanyaan dianggap valid

karena berada diatas r-tabel (0,195) dan semua dapat diolah.

Tabel 4.4
Kualitas Produk (X2)

Item pertanyaan	R-hitung	R-tabel	Kriteria
1	0,257	0,195	Valid
2	0,575	0,195	Valid
3	0,506	0,195	Valid
4	0,469	0,195	Valid
5	0,456	0,195	Valid
6	0,298	0,195	Valid
7	0,410	0,195	Valid
8	0,484	0,195	Valid

Sumber : data diolah sendiri 2023

Tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan dari kualitas produk dianggap valid karena berada diatas r-tabel yaitu 0,195 karena responden 100 orang.

Tabel 4.5
Harga (X3)

Item pertanyaan	R-hitung	R-tabel	Kriteria
1	0,389	0,195	Valid
2	0,484	0,195	Valid
3	0,476	0,195	Valid
4	0,548	0,195	Valid
5	0,526	0,195	Valid
6	0,459	0,195	Valid
7	0,643	0,195	Valid
8	0,562	0,195	Valid

Sumber: data primer diolah sendiri 2023

Tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan dari harga dianggap valid karena berada diatas r-tabel yaitu 0,195 karena responden berjumlah 100

Tabel 4.6
Kepuasan Pelanggan (Y)

Item Petanyaan	R-hitung	R-tabel	Kriteria
----------------	----------	---------	----------

1	0,330	0,195	Valid
2	0,587	0,195	Valid
3	0,430	0,195	Valid
4	0,602	0,195	Valid
5	0,557	0,195	Valid
6	0,515	0,195	Valid

Sumber: data primer diolah sendiri 2023

Jadi, dari 30 item pertanyaan yang dibagikan kepada responden semua dianggap valid berada di atas r-tabel

4.2.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach. Hasil untuk masing-masing variabel yang di ringkas pada tabel 4.7 berikut ini:

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai	Kriteria
1	Kualitas pelayanan	0,400	Reliabel
2	Kualitas produk	0,403	Reliabel
3	Harga	0,595	Reliabel
4	Kepuasan pelanggan	0,421	Reliabel

Sumber: Data primer diolah sendiri 2023

Hasil Uji Reliabilitas tersebut menunjukkan semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kusioner adalah reliabel yang berarti bahwa kusioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kusioner yang handal.

3.3 Tingkat Capaian Responden

Untuk menunjukkan kepuasan pelanggan maka salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan memberikan kualitas pelayanan maka akan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dalam meningkatkan kepuasan pelanggan maka perlu dilakukan analisis mengenai kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga. Hal ini bertujuan untuk dapat melihat Sebagian besar pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga yang diberikan oleh restoran D'besto.

3.3.1 Kualitas pelayanan

Tabel 4.8
jawaban responden terhadap kualitas pelayanan

NO	SP	P	CP	TP	STP	Jumlah	Skor	Rata-rata	TCR	Ket
1	26	54	18	2	0	100	404	4,04	80,8	Puas
2	29	44	26	1	0	100	401	4,01	80.2	Puas
3	24	49	27	0	0	100	397	3,97	79	Cukup Puas
4	33	43	24	0	0	100	409	4,09	81,8	Puas
5	30	41	29	0	0	100	401	4,01	80,2	Puas
6	19	49	30	2	0	100	385	3,85	77	Cukup Puas
7	24	48	25	3	0	100	393	3,93	78.6	Cukup Puas
8	19	51	30	0	0	100	389	3,89	77.8	Cukup Puas
Rata-rata							397.375	3.973	79.475	Cukup Puas

Sumber: data primer diolah sendiri 2023

Berdasarkan keterangan responden kualitas pelayanan di D'besto yang diberikan kepada pelanggan dengan kriteria yaitu sebesar 77.475 yang menunjukkan bahwa pelanggan puas . Artinya responden mendapatkan kualitas pelayanan yang sesuai.

3.3.2. Kualitas produk

Tabel 4.9
Jawaban responden terhadap kualitas produk

No	SP	P	CP	TP	STP	Jumlah	Skor	Rata-rata	TCR	Ket
1	10	62	27	1	0	100	381	3,81	76,2	Cukup Puas
2	28	39	31	2	0	100	393	3,93	78.6	Cukup Puas
3	32	47	19	2	0	100	409	4,09	81.8	Puas
4	27	40	33	0	0	100	394	3,94	78.8	Cukup Puas
5	30	46	24	0	0	100	406	4,06	81.2	Puas
6	28	61	11	0	0	100	417	4,17	77	Cukup Puas
7	25	53	21	1	0	100	402	4,02	80.4	Puas
8	21	50	28	1	0	100	391	3,91	78.2	Cukup Puas
Rata-rata							399.125	3.991	79.025	Cukup Puas

Sumber :data primer diolah sendiri 2023

Kualitas produk D'besto dengan kriteria yaitu sebesar 79.025 yang menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas. Artinya responden mendapatkan kualitas produk yang sesuai.

3.3.3. Harga

Tabel 4.10
Jawaban responden terhadap harga

No	SP	P	CP	TP	STP	Jumlah	Skor	Rat-rata	TCR	Ket
1	39	44	15	2	0	100	420	4,20	84	Puas
2	22	43	33	2	0	100	385	3,85	77	Cukup Puas
3	22	48	27	3	0	100	389	3,89	77.8	Cukup Puas
4	17	51	29	3	0	100	382	3,82	76.4	Cukup Puas
5	26	44	28	2	0	100	394	3,94	78.8	Cukup Puas
6	18	52	28	2	0	100	386	3,86	77	Cukup Puas
7	20	49	28	2	0	100	384	3,86	77.2	Cukup Puas
8	17	48	34	1	0	100	381	3,81	76.2	Cukup Puas
Rata-rata							390.375	390.3	78.05	Cukup

				Puas
--	--	--	--	------

Sumber: data primer yang diolah sendiri 2023

Berdasarkan keterangan responden harga yang ditawarkan kepada pelanggan di D'besto sesuai dengan kualitas yang diberikan. Dengan kriteria yaitu sebesar 78.05 yang menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas . Artinya responden mendapatkan harga yang sesuai

3.3.4. Kepuasan pelanggan

Tabel 4.11
Jawaban responden terhadap kepuasan pelanggan

NO	SP	P	CP	TP	STP	JUMLAH	SKOR	Rat-rata	TCR	Ket
1	14	47	39	0	0	100	375	3,75	75	Cukup Puas
2	12	41	45	3	0	100	363	3,63	72.6	Cukup Puas
3	20	45	33	2	0	100	383	3,83	76.6	Cukup Puas
4	27	35	35	3	0	100	386	3,86	77.2	Cukup Puas
5	28	39	31	2	0	100	393	3,93	78.6	Cukup Puas
6	12	50	36	2	0	100	372	3,72	77	Cukup Puas
Rata-rata							378.666	378.6	76.16	Cukup Puas

Sumber : data primer diolah sendiri 2023

Berdasarkan keterangan responden pelanggan merasa puas dengan kriteria yaitu sebesar 76.16 yang menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas. Artinya responden merasa puas dengan produk D'besto.

3.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.12
Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.401	2.964		1.147	.254
	KUALITAS PELAYANAN	.248	.083	.282	2.995	.003
	KUALITAS PRODUK	.314	.091	.346	3.453	.001
	HARGA	.045	.074	.060	.604	.547

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Dari Tabel 4.12 dapat dilihat persamaan linier berganda yaitu sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 3.401 + 0,248 X_1 + 0,314 X_2 + -0,045 X_3$$

Hasil regresi dugaan tersebut telah dilakukan uji asumsi klasik

3.5 . Uji Asumsi Klasik

3.5.1. Uji Normalitas

Uji ini dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang telah di standarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak.

Tabel 4.13
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.91269896
Most Extreme Differences	Absolute	.040
	Positive	.040
	Negative	-.037
Test Statistic		.040
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

nilai Sumber: data primer diolah sendiri 2023

Dari tabel 4.13 diatas terlihat bahwa pengujian menunjukkan bahwa nilai sig. (2-tailed) sebesar $200 < \alpha 0,05$. Oleh karena itu H_0 diterima. Artinya nilai residual yang berdistribusi normal atau dinyatakan menyebar secara normal.

3.5.2. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas dilakukan menggunakan nilai VIF. Satu variabel menunjukkan gejala multikolinieritas bisa dilihat dari nilai VIF (variance inflation factor) yang tinggi pada variabel bebas satu model regresi. Nilai VIF dari variabel bebas pada model regresi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.401	2.964		1.147	.254		
	KUALITAS PELAYANAN	.248	.083	.282	2.995	.003	.812	1.231
	KUALITAS PRODUK	.314	.091	.346	3.453	.001	.715	1.398
	HARGA	.045	.074	.060	.604	.547	.719	1.391

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data primer Diolah Sendiri 2023

Pada table 4.14 diatasn hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai VIF dari seluruh variable bebas memiliki nilai yang kurang dari 10. Hal ini bahwa variabel-variabel tidak menunjukkan adanya gejala multikolinearitas dalam model regresi

3.5.3. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji heteroskedastisitas metode glejser. Menurut Gozhali (2013:142) heteroskedastisitas ditunjukkan oleh koefisien regresi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut residualnya lel. Jika nilai probabilitas lebih besar dari nilai alpha ($\text{Sig} > \alpha$), maka dapat dipastikan model tidak mengandung gejala heteroskedastisitas. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4.15
Hasil Uji Heteroskedisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.923	1.732		-1.110	.270
	KUALITAS PELAYANAN	.009	.048	.020	.178	.859
	KUALITAS PRODUK	.060	.053	.133	1.126	.263
	HARGA	.040	.043	.110	.933	.353

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Data Primer Diolah Sendiri 2023

Berdasarkan tabel 4.15 dapat dilihat bahwa pada model regresi tidak ada gejala heteroskedastisitas. Hal ini karena sig variabel independent terhadap absolute residual besar α 0,05.

3.5.4. Uji Autokoralasi

Uji ini digunakan untuk mengetahui adanya korelasi antara data serangkaian data observasi diuraikan menurut waktu dan ruang:

Tabel 4.16
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.556 ^a	.310	.288	1.942	1.957
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk					
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan					

Sumber: Data primer diolah sendiri 2023

Berdasarkan pengujian di dapat nilai DW sebesar 1.957. Pengambilan keputusan ini memerlukan nilai bantu yang diperoleh nilai tabel Durbin-Watson yaitu nilai dL dan dU dengan K = Variabel bebas dan n = ukuran sampel. Jika nilai Durbin –Watson berada diantara nilai dU hingga 4-dU berarti asumsi tidak terjadi autokorelasi terpenuhi. Jadi apabila dilihat tabel Durbin-Watson n=100, k=3 maka akan diperoleh nilai dL = 1,6131 dan dU=1,7364 sehingga nilai 4-dU sebesar 4-1,7364 = 2,2636 sedangkan nilai dL 4-1,6131 = 2,3869 . Berarti nilai DW berada diantara nilai dU (4-Du) yaitu (1,7364 < 2,3869 < 2,2636). Berdasarkan Uji Autokorelasi menggunakan metode Durbin - Watson maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi pada model regresi ini.

3.6. Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan

Analisis Regresi Linier Berganda digunakan dalam penelitian dengan tujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai pengaruh variabel dimensi kualitas produk, harga, dan promosi secara persial maupun secara bersama-sama. Perhitungan statistic dalam analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan bantuan program computer SPSS for windows. Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS selengkapnya ada pada lampiran selanjudnya dijelaskan pada tabel 4.17 berikut ini:

Tabel 4.17
Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.401	2.964		1.147	.254
	Kualitas Pelayanan	.248	.083	.282	2.995	.003
	Kualitas Produk	.314	.091	.346	3.453	.001
	Harga	.045	.074	.060	.604	.547

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Primer Diolah Sendiri 2023

Dari tabel 4.16 dapat dibuat hasil persamaan Regresi, yaitu:

$$\hat{Y} = 3.401 + 0,248 X_1 + 0,314 X_2 + -0,045 X_3$$

Persamaan regresi yang diperoleh memenuhi syarat-syarat statistic yaitu uji asumsi klasik, uji t dan uji F, maka persamaan garis regresi dugaan dapat digunakan sebagai alat pengukur yaitu:

1. β_0 (Konstanta)

Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 3.401 satuan. Ini menunjukkan variabel independen kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2) dan Harga (X_3) bernilai 0 maka Kepuasan pelanggan yang diperoleh ialah sebesar 3.401 satuan.

2. $\beta_1 X_1$ (Koefisien Regresi)

Nilai koefisien variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0,248 ,satuan dan bernilai positif Hal ini menunjukkan setiap kenaikan satu kesatuan X_1 maka variabel kepuasan pelanggan (Y) akan naik sebesar 0,248 satuan dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

3. $\beta_1 X_2$ (Koefisien Regresi)

Nilai koefisien variabel kualitas produk (X_2) sebesar 0,314 satuan dan bernilai positif. Hal ini setiap kenaikan satu-satuan X_2 maka variabel kepuasan pelanggan (Y) akan naik sebesar 0,314 satuan dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

4. $\beta_1 X_3$ (Koefisien Regresi)

Nilai koefisien variabel harga (X_3) sebesar 0,045 satuan dan bernilai positif. Hal ini setiap kenaikan satu-satuan X_3 maka variabel kepuasan pelanggan (Y) akan naik sebesar 0,045 satuan dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

3.6. Pengujian Hipotesisi

3.6.1. Hasil Uji Statistik t

Uji t atau persial dilakukan terhadap koefisien regresi (uji persial) uji ini dilakukan dalam model regresi untuk mengetahui variabel

independen (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Agar lebih jelas dapat dilihat paada tabel berikut .

Tabel 4.18
Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.401	2.964		1.147	.254
	Kualitas Pelayanan	.248	.083	.282	2.995	.003
	Kualitas Produk	.314	.091	.346	3.453	.001
	Harga	.045	.074	.060	.604	.547

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Data primer Diolah Sendiri 2023

Berdasarkan hasil pengolahan data statistic pada tabel 4.18 maka dapat dilihat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial sebagai berikut :

1. Variabel Kualitas Pelayanan

Hasil pengujian diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Pelayanan menunjukkan nilai t_{hitung} 2.995 dengan nilai t_{tabel} 1,660. Berarti nilai t_{hitung} $2.995 > 1,660$ artinya kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan Pelanggan.

2. Variabel kualitas produk

Hasil pengujian diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Produk sebesar 3.453 dengan nilai t_{tabel} 1,660. Berarti nilai t_{hitung} $3.453 > 1,660$ artinya kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan.

3. Variabel harga

Hasil pengujian diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel harga sebesar 0,604 dengan nilai t_{tabel} 1,660. Berarti nilai t_{hitung} $0,604 < 1,660$ artinya harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan

3.6.2 Hasil Uji Statistik f

Hasil perhitungan pengujian secara bersama- sama dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.19
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	162.407	3	54.136	14.349	.000 ^b
	Residual	362.183	96	3.773		
	Total	524.590	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk						

Sumber: Data primer Diolah Sendiri 2023

Hasil perhitungan Statistik menunjukkan nilai F_{hitung} 14.349 dengan F_{tabel} 2,696 sehingga sig hitung $<$ sig total dengan sig $0,000 <$ a $0,05$. Hal ini menunjukkan secara bersama-sama kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena F_{hitung} $14.349 > F_{tabel}$ 2,696.

3.6.3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk menilai seberapa besar pengaruh variabel X terhadap Y

Tabel 4.20
Hasil uji koefisien determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.556 ^a	.310	.288	1.94235
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk				

Sumber: Data Diolah Sendiri 2023

Berdasarkan tabel 4.20 diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisiennya adalah 0,310 atau 31,0%. Hal ini menunjukkan bahwa presentase variabel independen (kualitas pelayanan , kualitas produk dan harga) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan) adalah sebesar 31,0% atau dengan kata lain variabel independen mampu menjelaskan variasi variabel dependen sebesar 31,0% sedangkan sisanya sebesar 69% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

3.7 Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari tiga variabel independen yang diteliti, semua hipotesis diterima yaitu Kualitas Pelayanan, kualitas produk dan Harga berpengaruh pembahasan hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di D'besto tabing padang. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 2.995 dan t_{tabel} sebesar 1,660 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis (H1) diterima, sehingga dapat disimpulkan

bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di D'besto tabing padang.

2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di D'besto tabing padang . Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 3.453 dan t_{tabel} 1,660 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis (H2) diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di D'besto tabing padang
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di D'besto tabing padang . Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 0,604 dan t_{tabel} 1,660 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis (H3) diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di D'besto tabing padang
4. Hasil penelitian uji koefisien Determinasi menunjukkan bahwa nilai R Square 0,310 atau 31,0%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase variabel independen (Kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan) adalah sebesar 31,0% atau dengan kata lain variabel independen mampu menjelaskan variasi variabel dependen sebesar 31,0% sedangkan sisanya sebesar 69% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di D'besto Tabing Padang dapat disimpulkan bahwa :

1. Kualitas pelayanan menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2.995 dan t_{tabel} sebesar 1,660 dengan $sig\ 0,006 < \alpha\ 0,05$ menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di D'besto Tabing Padang.
2. Kualitas produk menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 3.453 dan t_{tabel} 1,660 dengan $sig\ 0,000 < \alpha\ 0,05$ juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada produk D'besto Tabing Padang.
3. Harga menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 0,604 dan t_{tabel} 1,660 dengan $sig\ 0,000 < \alpha\ 0,05$ juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada harga yang ditawarkan di D'besto Tabing Padang.
4. Kualitas pelayanan menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2.995 dan t_{tabel} sebesar 1,66 dengan $sig\ 0,006 < \alpha\ 0,05$, kualitas produk menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 3.453 dan t_{tabel} 1,660 dengan $sig\ 0,000 < \alpha\ 0,05$, Harga menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 0,604 dan t_{tabel} 1,660 dengan $sig\ 0,000 < \alpha\ 0,05$ bahwasanya kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga, sama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
5. Hasil penelitian uji koefisien Determinasi R^2 menunjukkan bahwa nilai R Square 0,310 atau 31,0%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel

independen mampu menjelaskan variasi variabel dependen sebesar 31,0%
sedangkan

sisanya sebesar 69% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijabarkan, peneliti memberi saran sebagai bahan pertimbangan serta masukan sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini variable yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas produk. Maka pihak perusahaan juga harus lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan dan harga agar pelanggan D'besto lebih merasa puas.
2. Dalam penelitian ini juga variable kualitas pelayanan juga sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, maka pihakn perusahaan harus mempertahankan kualitas pelayanan dan kualitas produk, jugha di faktor haraga perusahaan harus memperhatikannya supaya bisa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhari, 2019 “ **kepuasan pelanggan dan pencapaian brand trust**”. Qiara media, Pasuruan.
- Indrasari, 2019 “ **Pemasaran dan kepuasan pelanggan**. Unitomo press, Surabaya.
- Esty Setyaningrum,2019” **Penelitian kuantitatif metode dan analisis**. Gosyen publisings. Sleman
- Kotler, keller, 2006.” **Manajemen pemasaran**” Erlangga. Jakarta.
- Virdha noor fathira, 2020. “ **Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT herba penawar alwahida indonesia**”. Institute agama islam Bengkulu.
- Ayu setyani lintang, 2014. “ **Analisis kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan**”. Universitas Muhammadiyah purworejo.
- Guspul Ahmad, 2014. “ **Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah**.” Program Studi Manajemen Universitas Sains Al Qur’an (UNSIQ) Wonosobo.
- Ali prakoso arvan, 2017. “ **Analisis pengaruh kepercayaan, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan**.” Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Ulfah mutia ana, 2017. “ **Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap kepuasan pelanggan produk *pashion* pada *online shop* melalui media social Instagram**.” Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Firdiyansya indra, 2017.” **Pengaruh kualitas pelayanan,harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada warung gubrak kepri mall kota batam**.” Batam.
- Sugiyono,2015.” **Metode penelitian kuantitatif kualitatif**”. Alfabeta bandung.

LAMPIRAN I
KUESIONER PENELITIAN

Kepada,
Yth. Bpk/ibu
Pengguna produk makanan D'besto Tabing Padang

Assalamualaikum Wr.Wb

Bersama saya yang bernama:

Nama : GALANG PUTRA ISLAMAY

Nim : 191000261201036

Prodi : Manajemen

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

Adalah mahasiswa fakultas ekonomi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat sedang menyusun skripsi penelitian dengan judul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan harga Terhadap kepuasan pelanggan Di D'besto Tabing Padang**". Oleh karena itu, mohon bantuan bapak / ibu untuk menjawab / pernyataan kuesioner berikut ini.

Kuesioner ini hanya untuk kepentingan penelitian semata, dan tidak untuk dipublikasikan.

Demikianlah, saya ucapkan terimakasih atas kesediaan bpk / ibu yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini.

Assalamualaikum Wr.Wb

Padang, 26 Februari 2023

Peneliti

GALANG PUTRA ISLAMAY

A. Profil Responden

Berilah tanda Check list (√) untuk setiap jawaban yang menurut Bapak/Ibu paling sesuai dengan diri Bapak/Ibu.

1. Nama Lengkap :
2. Jenis kelamin : Pria Wanita
3. Umur : 13-20 Tahun 21-30 Tahun
 31- 40 Tahun >40 Tahun

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Sebelum mengisi kuesioner ini, mohon bpk/ ibu membaca setiap butir pertanyaan/ Pernyataan dengan cermat.
2. Bpk / ibu tinggal beri tanda check list (√) pada kolom yang sesuai dengan pilihan.
3. Untuk setiap butir pertanyaan/ pernyataan hanya diperbolehkan memilih satu alternatif jawaban.
4. Jika ada kesalahan dalam memilih alternatif jawaban, beri tanda (X) pada kolom yang salah kemudian beri tanda check list (√) pada kolom yang sesuai
5. Semua pertanyaan/ pernyataan yang ada, mohon dijawab tanpa ada satupun yang terlewat.

C. Keterangan Jawaban

Berikan tanda (√) pada pilihan di dalam kolom tersebut

1. STP : Sangat Tidak Puas
2. TP : Tidak Puas
3. CP : Cukup Puas
4. P : Puas
5. SP : Sangat Puas

A. Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SP	P	CP	TP	STP
1.	Membeli produk lain dari perusahaan yang sama					
a.	Apakah anda puas memilih dengan menu makanan lain di D'besto					
b.	Apakah anda merasa puas dengan menu spaghetti dan French rice yang ada di D'besto					
2.	Membeli Kembali					
a.	Saya membeli Kembali makanan di D'besto karena rasanya yang sangat enak					
b.	Saya melakukan pembelian ulang karena penawaran promosi yang menarik					
3.	Merekomendasikan					

a.	Apakah anda merekomendasikan makanan kepada teman dan keluarga karena merasa puas					
b.	Saya merasa puas dengan pelayanan di D'besto sehingga saya merekomendasikan kepada orang lain					

B. Kualitas Pelayanan(X1)

No	Indikator	Pernyataan	Jawaban				
			SP	P	CP	TP	STP
1	Keandalan	Kesiapan karyawan dalam melayani pelanggan di D'besto					
		Ketepatan waktu dalam melayani pelanggan di D'besto					
2	Ketanggapan	Respon karyawan cepat terhadap pelanggan D'besto					
		Karyawan memperlakukan pelanggan dengan baik					
3	Jaminan	Karyawa memberikan jaminan tepat waktu dalam penyajian makanan terhadap pelanggan					
		Karyawan memberikan jaminan kalua makanan mereka halal dan aman di konsumsi					

4	Empati	Karyawan tidak membeda-bedakan pelanggan					
		Karyawan mendahulukan pelanggan yang datang paling cepat					

C. KUALITAS PRODUK X2

NO	Indikator	Pernyataan	Jawaban				
			SP	P	CP	TP	STP
1	Bentuk (<i>Form</i>)	Bentuk dari kemasan D'besto mudah di kenal orang karena memiliki desain yang khas dan menarik					
		Bentuk kemasan D'besto yang praktis dan mudah di bawa kemana-mana					
2.	Ketahanan (<i>Durability</i>)	Ayam goreng D'besto tahan satu sampe dua hari					
		Kemasan yang tidak mudah rusak					
3.	Kinerja (<i>Performance</i>)	Ayam goreng D'besto memiliki rasa daging yang empuk					
		Rasa saos sambal D'besto enak					

4	Ketepatan/kesesuaian (Conformance)	Restoran D'besto akan menyajikan makanan sesuai dengan apa yang di pesan pelanggan					
		Produk makanan yang di promosikan sesuai dengan apa yang di sajikan					

D. Harga (X3)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SP	P	CP	TP	STP
1.	Keterjangkauan harga					
a.	Saya merasa puas dengan harga yang di tawarkan					
b.	Saya merasa puas dengan harga yang terjangkau sehingga saya melakukan pembelian kembali pada makanan di D'besto					
2.	Daya saing harga					
a.	Saya merasa puas dengan daya saing harga makanan yang ada di D'besto					
b.	Apakah anda puas dengan harga yang ditawarkan oleh D'besto yang relative rendah di bandingkan dengan restoran lain					
3.	Kesesuaian harga dengan kualitas produk					
a.	Saya merasa puas dengan harga yang di tawarkan karena sesuai dengan kualitas yang diberikan					
b.	Saya merasa puas dengan harga yang ditawarkan sesuai dengan apa yang saya					

	inginkan					
4.	Kesesuaian harga dengan manfaat produk					
a.	Apakah harga dan manfaat produk memberikan kepuasan kepada pelanggan					
b.	Apakah harga yang di tawarkan sesuai dengan porsi yang diberikan					

LAMPIRAN II

TABEL HASIL JAWABAN RESPONDEN

KEPUASAN PELANGGAN Y

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Total Y
3	3	3	3	3	3	18
4	3	3	3	4	4	21
3	4	4	5	4	4	24
3	4	5	5	5	3	25
4	5	3	3	4	3	22
4	3	5	4	4	3	23
5	3	3	2	5	4	22
5	5	5	5	5	4	29
5	4	4	4	4	4	25
5	3	4	3	4	4	23
4	3	5	5	5	3	25
5	3	3	3	3	3	20
5	5	5	5	5	5	30
3	5	4	4	5	5	26
4	5	3	4	5	3	24
5	4	3	4	4	5	24
3	4	4	5	3	5	24
5	5	5	5	5	5	30
5	3	4	5	5	5	27
5	4	4	4	5	4	26
5	4	5	4	4	4	26
4	4	4	3	5	4	24
3	4	5	4	3	4	23
3	4	4	3	5	3	22
4	3	5	3	5	4	24
3	4	4	5	3	4	23
4	5	5	4	5	4	27
4	5	4	5	4	3	25
4	5	3	4	4	5	25
3	4	4	5	3	4	23
3	2	4	3	4	4	20
4	4	4	5	3	5	25
4	3	2	4	5	3	21
3	4	3	5	4	4	23
4	3	5	3	3	4	22
3	3	4	3	4	4	21

3	3	4	4	5	3	22
4	3	3	5	4	5	24
4	3	4	3	4	3	21
3	3	5	4	5	3	23
3	4	5	3	3	4	22
4	3	3	4	3	4	21
3	4	4	3	3	4	21
3	5	4	5	4	4	25
3	3	3	3	3	4	19
3	4	5	4	3	3	22
4	4	4	3	3	3	21
4	3	3	4	5	4	23
4	3	5	3	4	3	22
3	4	4	3	4	3	21
4	3	3	4	3	4	21
4	3	4	3	4	5	23
4	3	5	4	5	4	25
3	3	4	5	4	3	22
4	3	3	4	5	4	23
3	4	5	4	3	4	23
3	3	4	4	3	4	21
4	3	3	3	3	4	20
4	4	3	3	4	3	21
3	4	4	3	5	4	23
4	4	3	5	3	3	22
4	4	3	5	4	4	24
3	4	3	4	5	4	23
3	4	4	5	5	3	24
4	3	3	5	3	4	22
3	3	4	4	3	2	19
3	3	4	4	4	4	22
3	3	3	5	4	4	22
4	3	5	3	4	3	22
4	3	4	3	4	3	21
4	3	4	3	3	3	20
3	3	4	3	3	4	20
3	4	4	5	3	5	24
5	4	4	5	4	4	26
4	4	4	3	2	3	20
4	3	3	4	2	3	19
4	4	3	3	3	4	21

4	4	5	4	3	3	23
4	3	4	3	4	4	22
3	3	3	4	5	4	22
5	2	2	4	3	3	19
3	5	3	4	4	3	22
4	4	4	4	4	4	24
3	4	5	5	4	2	23
3	3	3	3	4	4	20
4	3	3	3	4	4	21
4	3	4	3	3	3	20
3	3	4	3	5	3	21
4	4	3	2	3	3	19
3	4	4	4	4	3	22
4	3	4	5	4	3	23
4	4	3	5	4	5	25
4	5	3	5	3	4	24
3	4	4	4	5	4	24
5	4	3	3	4	4	23
4	4	4	4	5	4	25
4	4	4	4	5	4	25
4	4	4	2	3	3	20
4	3	3	3	4	3	20
3	3	4	4	4	4	22

KUALITAS PELAYANAN X1

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Total X1
3	4	3	3	3	3	3	3	25
5	4	3	3	3	4	4	5	31
4	3	4	4	4	4	3	4	30
4	5	5	4	3	4	5	4	34
4	5	5	3	3	5	4	4	33
4	4	5	5	5	5	5	3	36
4	5	4	4	3	5	4	4	33

5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	5	4	4	4	4	33
4	5	5	5	5	4	4	4	36
4	5	4	4	4	3	4	3	31
3	3	3	3	3	4	5	5	29
4	4	4	4	5	4	4	4	33
5	5	5	5	5	5	5	3	38
3	4	4	5	5	5	3	4	33
4	4	3	3	3	4	3	4	28
3	3	3	4	4	5	3	4	29
5	5	5	5	5	5	4	5	39
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	3	4	4	4	4	4	4	31
4	3	4	3	4	4	5	3	30
3	4	5	3	4	5	3	4	31
5	3	4	5	4	3	4	5	33
4	5	3	4	5	4	3	4	32
4	5	4	5	3	3	5	3	32
4	3	4	3	5	4	4	3	30
5	4	3	5	4	5	3	4	33
4	5	4	5	4	3	5	4	34
4	3	4	4	5	4	4	5	33
4	5	3	5	4	3	3	4	31
4	4	3	5	4	4	4	3	31
4	4	4	4	3	3	4	3	29
4	3	4	4	5	3	3	4	30
5	4	4	5	3	3	3	4	31
3	3	4	4	5	4	4	3	30
5	3	4	4	4	5	4	4	33
5	5	3	4	5	5	5	4	36
4	3	3	5	3	4	3	4	29
4	4	5	4	5	4	4	5	35
3	4	5	5	4	4	4	4	33
5	5	3	3	4	4	3	4	31
4	5	4	4	4	3	3	3	30
4	5	3	4	3	4	5	3	31
4	3	4	4	4	4	3	5	31
3	3	3	4	5	5	4	3	30
4	4	5	4	3	3	4	4	31
4	4	4	4	3	4	5	4	32
4	5	5	4	3	2	4	5	32

4	5	4	4	3	4	4	4	32
3	4	5	3	3	4	3	4	29
3	4	4	5	5	4	4	4	33
5	4	5	4	5	4	4	3	34
5	3	4	5	4	5	3	4	33
4	4	4	5	3	4	3	4	31
4	3	4	4	4	3	4	4	30
5	3	3	4	5	3	4	4	31
3	4	3	4	4	3	4	5	30
4	4	3	4	4	3	4	4	30
3	3	4	3	4	3	4	4	28
5	5	3	4	5	4	4	5	35
4	5	4	5	3	4	5	5	35
4	5	4	5	4	5	4	3	34
4	5	3	4	4	4	2	3	29
4	5	4	5	3	5	2	4	32
4	3	5	3	4	4	4	5	32
4	4	4	3	4	4	4	3	30
5	4	3	4	3	4	5	4	32
4	5	3	5	5	4	5	3	34
5	4	4	4	3	2	5	4	31
4	4	4	3	4	4	4	4	31
4	4	3	4	4	3	5	4	31
3	4	3	3	4	3	2	4	26
4	4	3	4	5	4	5	4	33
5	4	4	3	3	3	4	3	29
5	4	5	4	5	5	5	3	36
2	4	4	5	5	3	4	4	31
4	3	5	3	4	4	3	3	29
3	4	4	3	4	4	4	3	29
3	4	5	3	3	3	4	4	29
3	3	4	5	4	3	4	4	30
4	4	4	4	5	5	4	3	33
4	4	4	3	5	3	5	3	31
5	3	4	5	3	3	4	4	31
3	4	4	4	4	4	3	4	30
5	3	4	5	5	4	3	4	33
5	3	4	4	5	3	3	3	30
4	4	5	4	4	4	5	4	34
4	4	5	3	3	4	3	4	30
4	3	3	3	4	4	5	3	29

4	5	4	4	5	3	4	5	34
4	2	3	5	4	4	4	5	31
2	4	3	5	5	3	4	3	29
5	4	5	3	3	4	4	3	31
4	4	5	3	4	4	5	4	33
4	3	4	4	4	4	4	5	32
5	5	4	5	4	3	4	5	35
5	5	4	5	4	3	4	5	35
4	4	4	5	3	3	3	3	29
5	4	4	4	4	4	3	4	32
3	5	5	4	3	4	5	3	32

KUALITAS PRODUK X2

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Total X2
3	3	3	3	4	4	4	4	28
3	4	5	3	4	4	5	4	32
4	5	4	3	4	5	4	3	32
4	5	4	3	4	4	4	4	32
4	3	4	4	5	5	5	4	34
3	5	5	5	5	5	3	4	35
3	5	5	5	4	4	4	4	34
4	4	3	5	5	5	5	3	34
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	4	3	3	4	4	4	28
4	4	4	4	4	5	4	4	33
3	5	4	3	5	5	5	5	35
4	5	4	4	5	4	4	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	4	4	5	5	4	4	5	34
3	4	3	5	5	4	4	5	33

3	3	5	5	4	4	5	4	33
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	4	4	4	37
4	4	4	4	4	4	3	4	31
4	4	5	4	5	5	5	4	36
5	3	4	5	4	4	3	5	33
3	5	4	4	3	5	3	5	32
3	3	5	3	4	5	3	4	30
3	4	5	4	3	4	5	3	31
5	4	5	3	4	5	4	4	34
3	4	4	4	5	4	4	4	32
4	5	4	5	4	5	4	3	34
3	4	5	4	4	4	4	5	33
5	4	4	5	4	4	5	4	35
5	3	5	3	4	4	3	4	31
4	3	5	5	5	4	4	5	35
3	5	5	3	3	5	5	5	34
4	3	4	3	4	4	4	4	30
5	3	3	3	5	4	5	4	32
4	4	3	3	4	4	5	5	32
4	5	5	4	5	3	4	5	35
5	4	3	3	4	4	5	4	32
4	5	3	4	3	3	4	3	29
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	4	3	5	4	4	3	30
3	4	5	4	4	4	5	3	32
4	5	3	4	4	4	3	4	31
4	4	5	5	3	4	3	4	32
4	4	4	5	5	4	4	4	34
3	3	3	3	4	4	5	3	28
3	3	4	4	4	5	2	3	28
4	3	4	4	5	4	4	3	31
4	3	4	4	3	4	4	4	30
4	3	3	3	5	4	3	4	29
3	4	5	5	5	4	5	4	35
4	3	4	3	4	4	4	4	30
4	3	4	5	5	3	4	5	33
4	5	5	4	4	4	5	3	34
4	5	5	4	3	4	4	4	33
5	5	4	4	3	4	4	4	33
4	5	4	4	3	5	3	3	31

4	5	2	4	5	5	4	5	34
4	5	5	4	3	3	4	5	33
4	5	5	4	4	5	5	3	35
4	4	5	3	5	4	5	3	33
2	4	5	5	3	4	5	3	31
4	4	5	5	4	4	4	5	35
4	2	3	4	3	4	4	2	26
4	3	5	3	5	4	4	3	31
4	3	4	3	5	5	3	3	30
4	3	3	3	4	3	3	4	27
4	4	4	3	4	5	3	3	30
4	3	4	5	3	4	4	5	32
4	3	5	4	4	5	3	3	31
4	3	4	3	4	4	4	4	30
3	3	3	5	4	4	3	4	29
4	4	4	3	4	3	4	4	30
4	4	4	5	5	5	3	4	34
4	5	3	3	5	5	3	3	31
3	4	5	4	4	3	4	4	31
4	3	4	3	3	4	4	4	29
4	4	4	4	3	4	4	4	31
3	3	3	4	5	3	5	3	29
4	5	4	4	4	4	4	4	33
4	3	4	4	4	4	3	4	30
3	4	4	3	3	5	3	4	29
4	4	3	4	4	4	4	4	31
4	4	3	3	3	4	4	4	29
4	5	5	3	5	3	4	4	33
4	3	4	5	3	3	4	4	30
4	3	4	4	5	4	4	4	32
4	5	5	3	4	4	4	3	32
4	2	2	3	3	4	4	3	25
4	3	3	5	3	4	4	5	31
3	4	5	4	4	5	5	3	33
4	4	4	4	4	4	3	3	30
3	5	4	5	4	4	4	4	33
4	5	4	5	3	3	3	4	31
3	4	4	5	4	4	4	3	31
4	4	4	4	4	5	5	5	35
4	4	4	4	4	5	5	5	35
4	4	3	4	3	4	4	4	30

4	4	4	3	4	4	4	3	30
3	4	4	4	3	5	4	3	30

HARGA X3

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	Total X3
4	4	4	4	4	4	3	3	30
3	4	4	4	4	4	4	3	30
4	4	5	4	3	4	4	4	32
5	3	5	5	5	5	5	2	35
4	5	4	4	4	3	4	4	32
4	4	3	5	5	5	4	4	34
5	5	4	3	4	3	4	4	32
5	5	4	5	5	4	4	5	37
5	4	5	5	5	5	5	5	39
3	5	5	4	4	5	3	4	33
4	3	4	4	5	4	5	4	33
5	4	4	5	5	3	5	4	35
5	5	5	5	3	5	5	5	38
5	5	5	5	4	5	5	5	39
4	4	5	4	5	4	5	5	36
5	3	4	4	4	3	3	4	30
4	5	5	3	3	3	3	3	29
5	5	4	4	4	4	5	5	36
4	4	4	4	5	5	5	4	35
4	5	4	4	4	4	4	4	33
5	4	4	5	5	4	5	5	37
4	4	4	4	3	5	3	4	31

3	5	3	4	4	5	4	3	31
5	3	4	5	4	3	5	3	32
3	3	4	3	4	5	4	4	30
4	4	5	5	4	4	5	4	35
5	5	4	4	5	4	4	5	36
5	4	4	4	5	4	5	4	35
5	4	2	4	3	3	3	4	28
5	4	5	4	2	3	3	4	30
4	4	5	3	3	4	4	5	32
5	4	4	4	3	4	4	3	31
5	3	4	4	4	5	2	3	30
4	3	4	4	4	4	4	5	32
4	5	5	4	4	3	4	5	34
5	3	3	4	5	4	4	4	32
4	4	4	5	5	4	4	3	33
5	5	4	4	5	4	4	5	36
3	3	4	4	4	5	5	4	32
5	5	4	3	5	5	5	4	36
4	4	3	4	5	3	2	4	29
4	3	4	3	3	3	3	4	27
5	3	4	4	4	4	4	3	31
4	4	4	3	3	3	4	3	28
3	4	3	4	4	5	5	3	31
4	3	4	3	4	3	4	3	28
4	5	5	4	3	2	4	3	30
4	4	5	4	3	4	3	3	30
5	3	4	4	3	4	5	4	32
4	3	5	4	4	4	4	3	31
5	4	4	5	4	4	4	4	34
4	5	3	3	3	3	3	3	27
4	4	3	3	4	3	4	4	29
3	4	5	5	5	4	4	5	35
5	4	4	4	4	3	4	4	32
4	4	5	3	3	3	4	3	29
3	3	3	4	5	4	3	3	28
5	4	5	4	4	5	4	5	36
3	4	4	3	4	3	4	4	29
4	5	4	5	4	4	5	4	35
5	4	5	3	4	5	4	4	34
4	4	4	4	4	4	3	3	30
4	4	4	3	5	3	4	3	30

2	3	3	4	3	4	3	3	25
5	3	3	3	4	4	5	4	31
4	4	3	4	4	3	3	4	29
5	2	4	4	3	4	3	4	29
4	4	5	3	5	4	3	3	31
4	4	2	3	4	4	3	4	28
5	4	4	4	5	4	4	3	33
4	3	3	4	4	3	4	3	28
4	3	4	4	3	3	4	3	28
4	3	3	2	4	4	3	3	26
4	3	3	4	5	4	3	3	29
3	3	4	3	3	4	4	3	27
4	4	3	4	4	4	3	4	30
5	4	4	3	4	4	5	4	33
3	3	5	3	5	4	3	4	30
4	4	4	3	4	3	4	4	30
4	4	4	3	4	4	3	4	30
3	4	3	4	5	4	3	5	31
5	3	5	3	3	4	3	3	29
5	2	4	4	3	2	3	3	26
3	3	3	3	3	4	4	5	28
4	5	3	2	4	5	4	4	31
3	4	3	4	3	3	3	3	26
4	5	4	5	4	4	4	4	34
5	3	3	2	3	5	4	4	29
4	3	4	4	4	3	4	4	30
4	4	3	3	3	4	4	5	30
5	5	3	3	5	4	2	3	30
5	4	3	3	3	4	4	4	30
3	3	3	3	2	3	3	3	23
5	3	2	5	3	4	4	4	30
2	5	4	4	5	4	4	4	32
5	3	3	4	3	4	4	4	30
5	3	3	4	3	4	4	4	30
4	3	3	3	4	4	3	4	28
4	5	4	4	4	3	4	4	32
5	3	4	5	4	3	4	3	31

X5	Pearson Correlation	.017	-.085	-.018	.207*	1	.231*	.085	-.017	.417*
	Sig. (2-tailed)	.864	.401	.861	.039		.021	.401	.869	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X6	Pearson Correlation	.105	.055	.143	.060	.231*	1	.017	-.032	.451*
	Sig. (2-tailed)	.298	.584	.156	.551	.021		.871	.750	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X7	Pearson Correlation	.112	.152	.158	.028	.085	.017	1	-.014	.452*
	Sig. (2-tailed)	.267	.132	.116	.782	.401	.871		.888	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X8	Pearson Correlation	.149	-.017	.034	.154	-.017	-.032	-.014	1	.338*
	Sig. (2-tailed)	.138	.869	.738	.126	.869	.750	.888		.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.480*	.452*	.411*	.502*	.417*	.451*	.452*	.338*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).										

2. Kualitas produk (X2)

X7	Pearson Correlation	-.037	.107	.145	.021	.133	-.008	1	.062	.410*
	Sig. (2-tailed)	.711	.292	.150	.839	.187	.937		.538	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X8	Pearson Correlation	.120	.159	.051	.241*	.105	-.080	.062	1	.484*
	Sig. (2-tailed)	.235	.114	.614	.016	.300	.429	.538		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.257*	.575*	.506*	.469*	.456*	.298*	.410*	.484*	1
	Sig. (2-tailed)	.010	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).										

3. Harga (X3)

Correlations										
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Total
X1	Pearson Correlation	1	-.017	.088	.170	.003	-.004	.203*	.143	.389*
	Sig. (2-tailed)		.868	.382	.090	.974	.971	.042	.156	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	-.017	1	.188	.092	.198*	.069	.133	.289*	.484*
	Sig. (2-tailed)	.868		.061	.363	.049	.493	.187	.004	.000

Total	Pearson Correlation	.389*	.484*	.476*	.548*	.526*	.459*	.643*	.562*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).										
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										

4. Kepuasan Pelanggan (Y)

Correlations								
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	Total
X1	Pearson Correlation	1	.036	-.101	-.060	.094	.169	.330**
	Sig. (2-tailed)		.724	.319	.551	.351	.094	.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	.036	1	.160	.310**	.127	.174	.587**
	Sig. (2-tailed)	.724		.113	.002	.209	.084	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3	Pearson Correlation	-.101	.160	1	.102	.142	-.052	.430**
	Sig. (2-tailed)	.319	.113		.311	.160	.606	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X4	Pearson Correlation	-.060	.310**	.102	1	.130	.239*	.602**
	Sig. (2-tailed)	.551	.002	.311		.196	.017	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X5	Pearson Correlation	.094	.127	.142	.130	1	.124	.557**
	Sig. (2-tailed)	.351	.209	.160	.196		.218	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X6	Pearson Correlation	.169	.174	-.052	.239*	.124	1	.515**
	Sig. (2-tailed)	.094	.084	.606	.017	.218		.000

	N	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.330**	.587**	.430**	.602**	.557**	.515**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								

Uji reliabilitas

Kualitas pelayanan

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.400	8

Uji Reliabilitas

Kualitas produk

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.403	8

Uji Reliabilitas

Harga

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.595	8

Uji Reliabilitas

Kepuasan pelanggan

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.421	6

Tabel

Analisis regresi

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.401	2.964		1.147	.254
	KUALITAS PELAYANAN	.248	.083	.282	2.995	.003
	KUALITAS PRODUK	.314	.091	.346	3.453	.001
	HARGA	.045	.074	.060	.604	.547

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Tabel

Uji asumsi klasik

a) Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.91269896
Most Extreme Differences	Absolute	.040
	Positive	.040
	Negative	-.037

Test Statistic	.040
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{e,d}
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	
d. This is a lower bound of the true significance.	

b) Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.401	2.964		1.147	.254		
	KUALITAS PELAYANAN	.248	.083	.282	2.995	.003	.812	1.231
	KUALITAS PRODUK	.314	.091	.346	3.453	.001	.715	1.398
	HARGA	.045	.074	.060	.604	.547	.719	1.391

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

C. Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.923	1.732		1.110	.270
	KUALITAS PELAYANAN	.009	.048	.020	.178	.859
	KUALITAS PRODUK	.060	.053	.133	1.126	.263
	HARGA	.040	.043	.110	.933	.353

a. Dependent Variable: RES2

Tabel regresi**Uji t**

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	54.553	3	18.184	3.363	.022 ^b
	Residual	513.628	95	5.407		
	Total	568.182	98			
a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN						
b. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK						

Tabel Regresi**Uji f**

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	162.407	3	54.136	14.349	.000 ^b
	Residual	362.183	96	3.773		
	Total	524.590	99			
a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN						
b. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK						

Hasil analisis**Koefisien determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.556 ^a	.310	.288	1.94235
a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK				



Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat FAKULTAS EKONOMI

Prodi Manajemen dan Prodi Akuntansi Terakreditasi "B"

Website: www.umsb.ac.id e-mail: rektor@umsb.ac.id umsb@telkom.net

Alamat : Jalan Pasir Kandang Nomor 4, Telepon (0751) 485 1262, Padang 25172

SURAT KEPUTUSAN

Nomor : 184 /II.3/AU/KEP/2022

TENTANG :
PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR/SKRIPSI
Semester **Ganjil** Tahun Akademik 2022 / 2023

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat di Padang, setelah :

- Menimbang :
1. Bahwa sesuai dengan buku Pedoman Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat perlu ditetapkan Dosen Pembimbing Tugas Akhir/Skripsi untuk setiap mahasiswa;
 2. Bahwa judul tugas akhir/skripsi terlebih dahulu harus mendapat persetujuan dari Dosen Pembimbing yang telah ditunjuk oleh ketua Prodi;
 3. Bahwa untuk kepastian dalam pelaksanaan tugas Dosen Pembimbing Tugas Akhir/Skripsi perlu ditetapkan Surat Keputusan Dekan;

- Mengingat :
1. AD dan ART Muhammadiyah
 2. Undang-undang Pendidikan Nasional Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sisdiknas
 3. PP Nomor 17 Tahun 2010 Tentang Pengelolaan dan penyelenggaraan Pendidikan.
 4. Statuta UM Sumbar Tahun 2020
 5. SK Akreditasi Nomor : 013/BAN-PT/Ak-XII/S1/VI/2009 tanggal 9 Juni 2009.
 6. SK Majelis Pendidikan Tinggi Pimpinan Pusat Muhammadiyah Nomor 63/SK-MPT/III.B/1.b/1999 tanggal 11 Oktober 1999 tentang Qaedah PTM

MEMUTUSKAN

- Menetapkan
Pertama :
- Menyetujui Judul Skripsi/tugas akhir kepada mahasiswa yang tersebut namanya dibawah ini;
- | | |
|---------------|------------------------|
| Nama | : Galang Putra Islamay |
| Bp/NPM | : 191000261201036 |
| Prodi | : Manajemen |

Judul Tugas Akhir/Skripsi :

Pengaruh Tingkat Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kualitas Pelayanan di D'Besto Tabing

- Kedua :
- Menunjuk Saudara :
1. **Dr. Tri Irfa Indrayani, M. Pd** Ditugaskan Sebagai Pembimbing I
 2. **Nurhaida, SE, MM** Ditugaskan Sebagai Pembimbing II
- Ketiga :
- Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagai amanah. Jika terdapat kekeliruan dalam penetapan ini akan ditinjau kembali sebagaimana mestinya;

Ditetapkan di : Padang
Pada tanggal : 15 Rabiul Akhir 1444 H
10 November 2022



Pueh Setiawan, SE, M.Si
NBM : 1202659

Tembusan:

1. Rektor UM Sumbar
2. Yang bersangkutan
3. Arsip



Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat
FAKULTAS EKONOMI

Prodi Manajemen dan Prodi Akuntansi Terakreditasi " B "

Website: www.umsb.ac.id e-mail: rektor@umsb.ac.id umsb@telkom.net

Alamat : Jalan Pasir Kandang Nomor 4, Telepon (0751) 481777, Padang 25172

Nomor : 184 /IL3.AU/KEP-PSA/2022
 Lamp. : 1 lembar
 Hal : Pembimbing Skripsi

Padang, *15 Rabiul Akhir 1444 H*
 10 November 2022

Kepada Yth. Bpk/Ibuk/Sdr.

1. **Dr. Tri Irfa Indrayani, M. Pd**
2. **Nurhaida, SE, MM**

 Staf Pengajar Fakultas Ekonomi UM Sumbar
 di
 Padang

Assalammu 'alaikum wr. wb.

Kami sampaikan kepada Bapak/Ibuk/Sdr. bahwa mahasiswa yang akan menyelesaikan studinya diwajibkan menulis skripsi dengan baik. Untuk itu kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibuk/Sdr. menjadi pembimbing skripsi atas nama :

Nama	: Galang Putra Islamay
N I M	: 191000261201036
Program Studi	: Manajemen
Jenjang Program	: Strata 1 (S1)
Dengan Judul	: <i>Pengaruh Tingkat Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kualitas Pelayanan di D'Besto Tabing</i>

Selanjutnya setiap kegiatan konsultasi bimbingan skripsi, supaya Bapak/Ibuk/Sdr. Untuk mengisi daftar kegiatan konsultasi (terlampir). Yang nantinya dikirim ke Kopertis Wilayah X.

Demikian disampaikan kepada Bapak/Ibuk/Saudara, atas perhatian dan kerjasama yang baik dari Saudara diucapkan terima kasih.

Wabillaahi taufiq walhidayah
Wassalammu 'alaikum wr. wb.





Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat
FAKULTAS EKONOMI

Prodi Manajemen dan Prodi Akuntansi Terakreditasi "B"

Website: www.umsb.ac.id e-mail: rektor@umsb.ac.id umsb@telkom.net

Alamat : Jalan Pasir Kandang Nomor 4, Telepon (0751) 481777, Padang 25172

DAFTAR KEGIATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Galang Putra Islamay
 N I M : 191000261201036
 Program Studi : Manajemen
 Jenjang Program : Strata 1 (S1)
 Dengan Judul : *Pengaruh Tingkat Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kualitas Pelayanan di D'Besto Tabing*

No.	Tanggal Konsultasi	Usulan/Perbaikan/Penjelasan	Tanda Tangan	
			Pembimbing I	Pembimbing II
1.	18-11-2022	Buat jurnal & ULB Rincih Perbaiki Bab I		
2.	25/11/2022	Perbaiki Bab I		
3.	7/12/2022	Buat resume		
4.	27/12/2022	Acc sampul		
5.				
6.				
7.				
8.				
9.				
10.				



Padang
 Dekan
 Puji Setiawan, SE, M.Si
 NBM: 1202659



Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat
FAKULTAS EKONOMI

Prodi Manajemen dan Prodi Akuntansi Terakreditasi "B"

Website: www.umsb.ac.id e-mail: rektor@umsb.ac.id umsb@telkom.net

Alamat : Jalan Pasir Kandang Nomor 4, Telepon (0751) 481777, Padang 25172

DAFTAR KEGIATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Galang Putra Islamay
 N I M : 191000261201036
 Program Studi : Manajemen
 Jenjang Program : Strata 1 (S1)
 Dengan Judul : *Pengaruh Tingkat Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kualitas Pelayanan di D'Besto Tabing*

No.	Tanggal Konsultasi	Usulan/Perbaikan/Penjelasan	Tanda Tangan	
			Pembimbing I	Pembimbing II
1.	7/12-22	Perbaiki sesuai diskusi		<i>Alif</i>
2.	12/12-22	Perbaiki sesuai arahan		<i>Alif</i>
3.	19/12-22	Poncat daftar isi, ^{perbaikan} _{perbaikan}		<i>Alif</i>
4.	27/12-22	ACC sempro		<i>Alif</i>
5.	30/3-23	ACC final	<i>Alif</i>	<i>Alif</i>
6.	30/3-23	ACC seminar hasil		<i>Alif</i>
7.				
8.				
9.				
10.				

Padang,



Puguh Setiawan, SE, M.Si
 NBM : 1202659



**SUMATERA
BARAT**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
FAKULTAS EKONOMI**

Kampus 1 : Jln. Pasir Kandang No. 4 Koto Tangah, Padang

Nomor : 15/II.3.AU/C/2022
Lampiran : 1 Proposal
Perihal : Undangan dan Penunjukan Penguji

Padang, *16 Jumadil Akhir 1444*
9 Januari 2023 M

Kepada Yth. Tim Penguji
di
Padang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Terlebih dahulu kami doakan semoga saudara tim penguji senantiasa sukses dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Aamiin

Selanjutnya diinformasikan, bahwa akan dilakukan **Seminar Proposal Penelitian**, yaitu :

Hari : **Sabtu**
Tanggal : **14 Januari 2023**
Pukul : 09.00 - 10.00 WIB

Dengan mahasiswa, pembimbing dan tim penguji, yaitu :

Mahasiswa	Pembimbing	Penguji
Nama : Galang Putra Islamay NIM : 191000261201036 Prodi : Manajemen	1. Dr. Tri Irfa Indrayani, M. Pd 2. Nurhaida, SE, MM	1. Asrizal, SE, M.Si 2. Usmiar, SE, M.Si

Berkenaan dengan itu kami mohon kesediaan saudara tim penguji menjadi penguji pada seminar dimaksud.

Demikian disampaikan kepada saudara, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Wabillaahi taufiq walhidayah
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Kaprodi Manajemen,

Usmiar, SE, M.Si



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
FAKULTAS EKONOMI

Kampus 1: Jln. Pasir Kandang No. 4 Koto Tengah, Padang

Nomor : 317/II.3.AU/C/2023

Padang, *14 Ramadhan 1444 H*

Lampiran :

5 April 2023

Perihal : Undangan dan Penunjukan Penguji

Kepada Yth. Tim Penguji

di

Padang

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

Terlebih dahulu kami doakan semoga saudara tim penguji senantiasa sukses dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Aamiin

Selanjutnya diinformasikan, bahwa akan dilakukan **Seminar Hasil Penelitian**, yaitu :

Hari : **Jumat**
 Tanggal : **7 April 2023**
 Pukul : 08.00 - 09.00 WIB

Dengan mahasiswa, pembimbing dan tim penguji, yaitu :

Mahasiswa	Pembimbing	Penguji
Nama : Galang Putra Islamay	1. Dr. Tri Irfa Indrayani, M. Pd	1. Asrizal, SE, M.Si
NIM : 191000261201036	2. Nurhaida, SE, MM	2. Usmiar, SE, M.Si
Prodi : Manajemen		

Berkenaan dengan itu kami mohon kesediaan saudara tim penguji menjadi penguji pada seminar dimaksud.

Demikian disampaikan kepada saudara, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Wabillaahi taufiq walhidayah
 Assalammu'alaikum Wr. Wb.

Kaprodi Manajemen,

 Usmiar, SE, M.Si



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
FAKULTAS EKONOMI

Kampus 1 : Jln. Pasir Kandang No. 4 Koto Tangah, Padang

Nomor: 0471/II.3.AU/D/2023

Padang, 29 Syawal 1444 H

Lamp : -

19 Mei 2023 M

Hal : **Undangan dan Penunjukan
Penguji Ujian Komprehensif**

**Kepada Yth.
Tim Penguji
di
Padang**

Assalamualaikum Wr Wb

Terlebih dahulu kami doakan semoga saudara tim penguji senantiasa sukses dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Aamiin

Selanjutnya diinformasikan, bahwa akan dilakukan **Ujian Komprehensif**, yaitu :

Hari : **Selasa**
Tanggal : **23 Mei 2023**
Pukul : **13.00 s/d 17.00 Wib**

Dengan mahasiswa, pembimbing dan tim penguji, yaitu :

Mahasiswa	Pembimbing	Penguji
Nama : Galang Putra Islamay NIM : 19.10.002.61201.036 Prodi : Manajemen	1. Dr. Tri Irfa Indrayani, M.Pd 2. Nurhaida, S.E., M.M	1. Asrizal, S.E, M.M 2. Usmiar, S.E. M.Si

Berkenaan dengan itu kami mohon kesediaan saudara tim penguji menjadi penguji pada ujian komprehensif dimaksud.

Demikian disampaikan kepada saudara, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Wabillahit taufiq walhidayah
Assalamu'alaikum Wr Wb



Kaprodi Manajemen,

Usmiar, SE. M.Si



UM SUMATERA
BARAT

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
FAKULTAS EKONOMI

Kampus 1 : Jln. Pasir Kandang No. 4 Koto Tengah, Padang

SURAT KETERANGAN LULUS

Nomor : 488 /II.3.AU/KET/2023

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, dengan ini menerangkan bahwa:

Nama	: Galang Putra Islamay
Tempat/ tgl lahir	: Desa Baru, 19 Juli 2000
N I M	: 19.10.002.61201.036
Program Studi	: Manajemen
Alamat	: Pasaman Barat

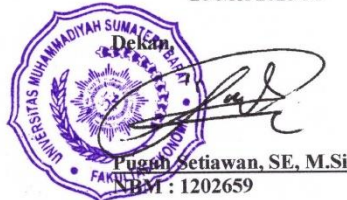
adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat yang telah selesai Ujian Komprehensif tanggal **23 Mei 2023** dan telah menyelesaikan seluruh matakuliah, sekarang yang bersangkutan sedang menunggu jadwal Wisuda dan proses penulisan ijazah dan transkrip Nilai.

Surat keterangan ini berlaku sampai ijazah dan transkrip yang asli dikeluarkan.

Demikian surat keterangan ini dikeluarkan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan : Padang

Tanggal : 06 Dzulkaidah 1444 H
26 Mei 2023 M



Puguh Setiawan, SE, M.Si
NPM : 1202659

Website : www.fekon.umsb.ac.id
Email : fekonumsb02@gmail.com

Telp : (0751) 4851262
Padang 25172



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
UPT PERPUSTAKAAN

Kampus 1 : Jln. Pesir Kandang No. 4 Koto Tangah, Padang

SURAT KETERANGAN

No.188/KET/II.3.AU/M/VIII/2023

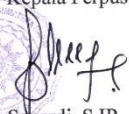
Yang bertanda tangan dibawah ini, Pustakawan UPT Perpustakaan Pusat Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, menerangkan bahwa :

Nama : Galang Putra Islamay
Tempat/tgl.Lahir : Desa Baru Pasaman Barat, 19 Juli 2000
Bp : 191000261201036
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen

Telah mengembalikan buku-buku yang dipinjamnya dari UPT. Perpustakaan Pusat Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, sehingga yang bersangkutan dinyatakan "BEBASPUSTAKA".

Demikianlah Surat Keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk keperluan pengambilan Ijazah/ pindah kuliah/ BSS dan lain-lain.

Padang, 21 Agustus 2023
Kepala Perpustakaan,


Sapardi, S.IP
NIK.140220002



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
FAKULTAS EKONOMI
 Kampus 1 : Jln. Pasir Kandang No. 4 Koto Tengah, Padang

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Nomor : 774/KET /II.3.AU/D/2023

Operator Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat. Dengan ini menerangkan bahwa Mahasiswa dengan identitas berikut:

Nama : GALANG PUTRA ISLAMAY
 N I M : 191000261201036
 Program Studi : Manajemen
 Fakultas : Ekonomi

Judul Tugas Akhir/Skripsi: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di D'Besto Tabing Padang”**.

Dinyatakan sudah memenuhi syarat batas maksimal plagiarisme dengan nilai kurang dari 30 % pada naskah Tugas Akhir/Skripsi yang telah di susun. Demikian surat ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

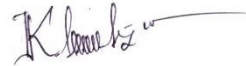
Padang, 21 Agustus 2023 M
 5 *Shafar* 1445 H

Mengetahui,
 Pjs. Dekan


Dr. Willy Norapita, S.E., M.Si., Ak, CA
 NIDN. 1026117301



Operator Fakultas Ekonomi



Kurnia Wahyu Prima, S.Pd., M.Pd.T
 NIK. 21022024