



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan utama bagi wirausahawan untuk bertahan hidup, berkembang dan menghasilkan keuntungan. Keberhasilan dalam mencapai tujuan bisnis tergantung pada keahlian pengusaha dalam bidang pemasaran, produksi, keuangan, dan bidang lainnya. Selanjutnya tergantung pada kemampuan pengusaha untuk menggabungkan fungsi-fungsi tersebut guna memudahkan usaha yang dijalankan oleh pengusaha. Pada dasarnya tujuan berwirausaha adalah untuk mencapai keuntungan yang sebesar-besarnya. Kemampuan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan tersebut sangat dipengaruhi oleh kemampuannya dalam memasarkan produknya.

Kedai akan mampu menjual produknya dengan harga di atas tingkat yang diharapkan dan mampu mengatasi tantangan pesaing terutama di bidang pemasaran. Oleh karena itu, untuk mendorong konsumen melakukan pembelian, Kedai harus mampu menerapkan strategi pemasaran yang tepat tergantung situasi yang dihadapi.

Namun pada masa 2020 terjadi nya covid, sangat rendah daya beli, dikarenakan dilarang nya untuk keluar rumah sehingga pada masa-masa itu sangat minim pendapatan, tetapi strategi yang digunakan oleh “kedai Nafeesa” adalah menjual secara online, dan mengantarkannya dengan kurir. Sehingga pendapatan pada masa itu sangat lah menurun.



Strategi pemasaran ini diterapkan oleh “Kedai Nafeesa” di Tembilahan. Dilihat dari menu yang tertera serta harga, kualitas dan harga produk tergantung pada pelayanan penjual dan konsumen, faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah Harga memainkan peran penting dalam mengkomunikasikan kualitas layanan. Selain kualitas minuman dan harga, kualitas pelayanan juga menjadi faktor penting dalam kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan kunci keberhasilan suatu perusahaan. Dan tentu saja, semakin banyak harapan konsumen terpenuhi, semakin banyak pula konsumen tersebut akan terus membeli, dan semakin banyak harapan kepuasan yang mereka miliki sehubungan dengan kesesuaian dengan apa yang mereka inginkan. Untuk menjamin kepuasan konsumen, kita harus mampu menjual produk dan jasa dengan kualitas terbaik dengan harga yang wajar, tergantung pada apa yang diterima konsumen. Dengan cara ini, anda dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan meminimalkan pengalaman konsumen yang tidak menyenangkan. Kepuasan konsumen terhadap suatu produk atau jasa mencerminkan keberhasilan suatu perusahaan dalam memasarkan produknya. Dan jika Anda tidak bisa memuaskan konsumen, produk atau jasa Anda akan gagal.

Kedai Nafeesa adalah gerai sarapan pagi yang menyediakan beberapa jenis minuman dan makanan. Tak kalah dengan berbagai pilihan jenis makanan lainnya baik dari segi cita rasa, tampilan dan harga yang terjangkau bagi kalangan remaja, dewasa maupun kalangan tua yang menjadi konsumen pada “Kedai Nafeesa” Masalah utama bagi “Kedai Nafeesa” adalah meningkatnya harga bahan pokok itu sendiri sehingga “Kedai Nafeesa” mengambil langkah untuk menaikkan harga dari

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.



beberapa menu tersebut akan tetapi tidak mengurangi cita rasa dari menu itu sendiri sehingga konsumen tetap menikmati cita rasa yang ditawarkan meski harga dari beberapa menu di naikan. Berikut menu makan “Kedai Nafeesa”.

Tabel 1 . 1 Daftar Menu Di Kedai Nafeesa

DAFTAR MENU					
NO .	MAKANAN	HARGA	NO.	MINUMAN	HARGA
1	SOTO NASI	Rp. 10.000	1	TEH ES	Rp. 5.000
2	SOTO LONTONG	Rp. 10.000	2	ES KOSONG	Rp. 2.000
3	NASI TELUR	Rp. 10.000	3	CAPPUCCINO	Rp. 10.000
4	NASI AYAM	Rp.15.000	4	MILO	Rp. 10.000
5	PULUT SERUNDING	Rp.8.000	5	KOPI HITAM	Rp. 7.000
6	LONTONG TAUCHO	Rp.10.000	6	TEH HANGAT	Rp. 3.000
7	LONTONG GULAI	Rp.10.000	7	SIRUP OREN	Rp.7.000

Sumber : Kedai Nafeesa Di Tembilahan

Adapun data penjualan di “Kedai Nafeesa” dari tahun 2020-2023 sebagai berikut:

Tabel 1 . 2 Data Penjualan Kedai Nafeesa

PERSENTASE OMSET PERTAHUN			
NO.	TAHUN	MODAL	LABA BERSIH
1	2020	Rp. 90.000.000	Rp. 27.000.001
2	2021	Rp. 108.000.000	Rp. 54.000.000
3	2022	Rp. 144.000.000	Rp. 162.000.000
4	2023	Rp. 198.000.000	Rp. 216.000.000

Sumber : Kedai Nafeesa

Berdasarkan persentase diatas menunjukan bahwa omset dari tahun covid sangat menurun dan memberikan efek yang sangat jauh dari kata untung, sehingga

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



mengalami kerugian yang signifikan, dan juga harga bahan pokok yang tidak menentu atau terus meningkat, disetiap tahunnya. Sehingga mengalami perubahan yang memberikan omset tidak menentu keuntungannya.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang “ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PADA KEDAI NAFEESA DI TEMBILAHAN”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan penulis diatas, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut: Faktor-Faktor apa saja yang Mempengaruhi Kepuasan Pada Kedai Nafeesa Di Tembilahan?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan permasalahan diatas Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Kedai Nafeesa Di Tembilahan.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut :

a. Bagi Penulis

Manfaat dari penelitian ini bagi penulis adalah menambah pengetahuan dasar tentang apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Kedai Nafeesa Di Tembilahan Selain itu juga untuk menyelesaikan tugas akhir semsester.



b. Bagi Pembaca

Manfaat penelitian ini bagi pembaca dapat menjadi referensi pembaca tentang kepuasan konsumen, sebagai pedoman bagi peneliti selanjutnya yang berminat membahas permasalahan yang sama serta hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan.

c. Bagi Perusahaan/Unit Usaha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi unit usaha Kedai Nafeesa guna meningkatkan mutu, pelayanan, dan komunikasi antara penjual dan pembeli dengan baik yang menunjang kepuasan pelanggan atau konsumen.

D. Sistematika Penulisan

Umumnya sistematika penulisan ini sebagai jembatan atau kontrol penelitian yang akan dikerjakan. Itu sebabnya dibagi menjadi berapa bab, diantaranya sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini sebagai pendahuluan yang menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Bab ini berisikan tentang telaah pustaka yang menguraikan tentang berbagai landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



Pada bab ini berisikan tentang desain penelitian, lokasi dan Waktu Penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional dan pengukuran variable, pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini diuraikan gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini merupakan bagian penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran yang dikemukakan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



BAB II

TELAAH PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pengertian kepuasan konsumen

Menurut Kotler (2012) dalam (Aini et al., 2021), mendasarkan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya jika kinerja tidak sesuai harapan maka konsumen akan merasa kecewa.

Menurut Indahsari (2019), mengemukakan bahwa memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap Perusahaan. Selain faktor-faktor penting bagi kelangsungan hidup Perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa cenderung untuk membeli Kembali produk dan menggunakannya Kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul setelah Kembali dikemudian hari.

Menurut Tjiptono (2010), dalam menyatakan bahwa kepuasan atau ketidak puasn konsumen adalah respon konsumen terhadap evolusi ketidak sesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya atau norma kinerja lain dan kinerja *actual* produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.



2. Faktor faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen

Menurut Kotler (2017) ada 4 cara mengukur kepuasan pelanggan:

Grievance dan suggestion system (sistem keluhan serta saran), *patron delight surveys* (survei kepuasan pelanggan), *Ghost shopping* (pembeli bayangan), *lost purchaser analysis* (Analisa pelanggan yang lari)

Menurut Indahsari (2019) dalam (Maulana, 2022) menyatakan bahwa terdapat lima faktor utama yang perlu diperhatikan berkaitan dengan kepuasan konsumen yaitu: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional, Harga, Biaya.

Menurut Tjiptono (2019) indikator kepuasan konsumen adalah kepuasan pelanggan keseluruhan, dimensi kepuasan pelanggan, konfirmasi harapan, niat beli ulang serta kesediaan untuk merekomendasikan.

Berdasarkan pernyataan beberapa para ahli maka peneliti mengambil teori tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut Indahsari (2019) yaitu sebagai berikut:

a. Kualitas produk

Produk yang berkualitas yang sama dengan produk jasa lain, tetapi di tetapkan menggunakan harga yang lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi terhadap konsumennya. Jika kualitas produk selalu meningkat seiring dengan banyaknya permintaan konsumen, akan mempengaruhi kepuasan konsumen untuk membeli produk tersebut secara berulang-ulang kali. Dengan istilah lain konsumen membeli suatu produk tidak hanya melihat fisiknya saja, namun juga dapat memberikan kepuasan untuk kebutuhan yang diinginkan.

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Kualitas produk adalah salah satu faktor yang sangat penting untuk meningkatkan nilai kepuasan pelanggan.

Menurut Lupiyoadi dalam Indrasari (2019) menjelaskan bahwa "Kualitas produk ialah faktor yang perlu diperhatikan dalam menghasilkan kepuasan pelanggan. Konsumen akan merasa puas Jika hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Produk dikatakan berkualitas bagi seseorang, Jika produk itu dapat memenuhi kebutuhannya."

Produk yang berkualitas yaitu produk yang mempunyai unsur pembentuk serta disukai banyak konsumen. Sangat penting juga mempertahankan kualitas, sebab kualitas yang baik merupakan salah satu keberhasilan Perusahaan untuk mempertahankan pelanggannya, dimana produk yang baik akan menimbulkan keputusan membeli dan nantinya berdampak pada peningkatan loyalitas pelanggan.

Hal yang sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen, semakin baik kualitas suatu produk, maka dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli atau memilihnya sebagai kebutuhan ataupun harapan. Jika kualitas produk selalu meningkat seiring dengan banyaknya permintaan konsumen, akan mempengaruhi loyalitas konsumen untuk membeli berulang-ulang kali.

b. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan ialah taraf layanan terkait pemenuhan harapan serta kebutuhan konsumen. Artinya, layanan bisa dianggap berkualitas Jika memenuhi sebagian besar harapan para konsumen. Menurut Lupiyodi dalam Indrasari (2019)



Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh disparitas antara harapan dan fenomena para pelanggan atas pelayanan yg mereka terima.

Berdasarkan Indrasari (2019) pelayanan (customer service) secara umum ialah setiap aktivitas yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan pada konsumen, melalui pelayanan ini harapan serta kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. pada hakekatnya pelayanan merupakan serangkaian aktivitas yang merupakan proses. sebagai proses pelayanan berlangsung secara rutin serta berkesinambungan mencakup seluruh kehidupan orang dalam masyarakat, proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain.

Kualitas pelayanan adalah keseluruhan dari keistimewaan serta karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung, Kotler dan Amstrong dalam Indrasari (2019).

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpullkan bahwa kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan harapan pelanggan dan ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

c. Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum jika menggunakan produk dengan brand eksklusif, sehingga membuatnya mengalami taraf kepuasan yang tinggi. Kepuasan yang di peroleh bukan dari produk,akan tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap brand tertentu.



Emosional merupakan sifat perasaan hati serta pikiran yang khas pada perilaku seseorang dengan berbagai macam keadaan kognitif, emosi dan psikologis. Kepercayaan ialah sebuah harapan yang dipegang oleh sebuah kelompok ketika perkataan, janji, pernyataan lisan atau tulisan asal seseorang individu atau kelompok lainnya bisa diwujudkan.

d. Harga

Indahsari (2019) dalam (Maulana, 2022) menyatakan bahwa terdapat empat indikator dalam variabel harga, yaitu:

- 1) Keterjangkauan harga, konsumen dapat menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh Perusahaan. Produk atau jasa biasanya ada beberapa jenis dalam satu merek, harganya juga berbeda dari yang termurah sampai termahal.
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas, harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen. Orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karna melihat adanya perbedaan kualitas.
- 3) Kesesuaian harga dan manfaat, konsumen memutuskan menggunakan produk atau jasa jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan.
- 4) Harga sesuai kemampuan atau daya saing, konsumen sering mempertimbangkan harga produk yang sejenis.

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.





e. Biaya

Dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur pada satuan uang, yang sudah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Dalam arti sempit biaya dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva. Untuk membedakan pengertian biaya dalam arti luas, pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva ini disebut dengan istilah kos.

Suatu bentuk pengorbanan terhadap sumber daya ekonomi yang dinyatakan dalam bentuk satuan uang, di mana hal tersebut mungkin akan terjadi atau telah terjadi dalam upaya suatu perusahaan untuk mendapatkan barang atau jasa.

Pelanggan yang tidak mengeluarkan Biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung merasa puas menggunakan produk tersebut. Berdasarkan definisi diatas ada 4 unsur utama penting dalam definisi biaya diatas:

- 1) Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi.
- 2) Dinyatakan pada satuan uang.
- 3) Yang telah terjadi atau secara potensial akan terjadi.
- 4) Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu.

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



3. Indikator Kepuasan Konsumen

Indikator untuk mengukur kepuasan konsumen, menurut Tjiptono (2010) dalam (Kasinem, 2020) adalah:

- a. Kesesuaian harapan, yaitu kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidak sesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya.
- b. Minat kunjung Kembali, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli atau menggunakan Kembali jasa Perusahaan.
- c. Kesiediaan merekomendasikan, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jaa tersebut kepada orang lain seperti keluarga, teman dan lainnya.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2 . 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Pengarang/ Tahun	Judul Dan Identitas Jurnal	Variabel Penelitian Dan Alat Data	Hasil Penelitian
1.	(Khoiria & Anwar US, 2021)	Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Diwarung Steak On You Kota Baru Jambi. Jurnal fakultas ekonomi Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.	Kepuasan Konsumen, Kepuasan Pelayanan	Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang diberikan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil dari penelitian juga mendapatkan hasil bahwa para konsumen dinilai puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Warung Steak On You.

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

peraturan yang berlaku di Indonesia.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Universitas Islam Indragiri
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
 3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

No	Nama Pengarang/ Tahun	Judul Dan Identitas Jurnal	Variabel Penelitian Dan Alat Data	Hasil Penelitian
2.	(Kurniawan & Auva, 2022)	Analisis Pengaruh Kepuasan, Kualitas layanan, Dan Nilai Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Restoran Seafood Di Kota Bata m. Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Universitas Internasional Batam	Kepuasan, Kualitas Layanan, Nilai Harga, Loyalitas, Restoran Seafood	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan, kualitas layanan, dan nilai harga semua mampu memberi pengaruh signifikan pada loyalitas pelanggan.
3.	(Setyo, 2017)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks” jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Universitas Ciputra, Surabaya	Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Konsumen	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen “Best Autoworks”. Variabel kualitas produk (X1) berpengaruh secara parsial namun harga (X2) tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen “Best Autoworks”.
4.	(Rahmandika et al., 2020)	Analisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen jurnal Ilmu Manajemen Universitas Boyolali	Harga, Kepuasan Konsumen Kualitas Pelayanan	Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Biro Perjalanan Pariwisata Kencana Tour di Simo Boyolali Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Biro.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

No	Nama Pengarang/ Tahun	Judul Dan Identitas Jurnal	Variabel Penelitian Dan Alat Data	Hasil Penelitian
5.	(Sudigdo & Taufik, 2021)	Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Garuda Express Delivery Terhadap Kepuasan Pelanggan. Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis	Harga, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan	Hasil penelitian ini menunjukkan kepuasan konsumen tidak dipengaruhi oleh harga. Pada sisi lain, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

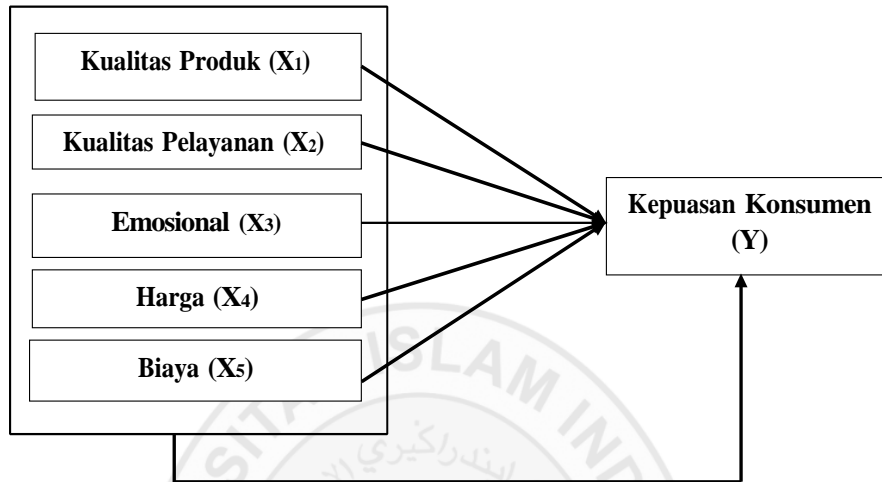
Sumber : Diolah Peneliti pada tahun 2025

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah suatu model pemecahan masalah, mulai dari penetapan permasalahan penelitian, metode pemecahan masalah sampai dengan pemecahan masalah. Pemaparan kerangka pemikiran menjelaskan mengenai permasalahan penelitian yang akan dipecahkan, dan metode penyelesaian masalah yang akan dilakukan dalam penelitian. Disamping disajikan dalam bentuk pemaparan, kerangka pemikiran juga disajikan dalam suatu kerangka atau model kerangka pemikiran.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel X yaitu Kualitas Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), Emosional (X_3), Harga (X_4) dan Biaya (X_5) terhadap variabel (Y) yaitu Kepuasan Konsumen. Untuk memudahkan kegiatan penelitian yang akan dilakukan serta untuk memperjelas akar pemikiran, berikut gambar kerangka pemikiran :

Gambar 2 . 1 Kerangka Pemikiran



Sumber : Indrasari (2019)

D. Hipotesis

Berdasarkan Latar Belakang dan uraian-uraian yang telah di kemukakan, maka dapat dibuat hipotesa yaitu sebagai berikut :

1. Diduga Kualitas Produk (X_1) Berpengaruh secara parsial Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada kedai nafeesa di Tembilahan.
2. Diduga Kualitas Pelayanan (X_2) Berpengaruh secara parsial Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Pada kedai nafeesa di Tembilahan.
3. Diduga Emosional (X_3) Berpengaruh secara parsial Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) kedai nafeesa di Tembilahan
4. Diduga Harga (X_4) Berpengaruh secara parsial Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) kedai nafeesa di Tembilahan
5. Diduga Biaya (X_5) Berpengaruh secara parsial Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) kedai nafeesa di Tembilahan.

6. Diduga Kualitas Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), Emosional (X_3), (X_4) dan Biaya (X_5) Berpengaruh secara bersama-sama atau simultan Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) kedai nafeesa di Tembilaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.





BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan Teknik deskriptif kuantitatif, yang mana menggunakan data kuesioner untuk mencari informasi tentang “analisis kepuasan konsumen pada kedai nafessa ditembilahan”. Pada penelitian ini responden yang diperlukan ialah semua yang sarapan di kedai nafessa tersebut. Sumber data yang digunakan adalah data *primer*, yaitu diperoleh dari objek penelitian dengan wawancara dan kuesioner.

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Tembilahan dan sebagai objek penelitiannya adalah konsumen pada kedai Nafeesa di tembilahan.

2. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian yaitu diperkirakan selama 3 bulan Dari Bulan Februari 2025 Hingga Bulan April 2025.

C. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Pengertian populasi menurut Sugiyono (2018) dalam (Putri et al., 2023) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian dari elemen yang telah ditentukan tersebut untuk dapat



ditarik kesimpulan. Dalam populasi ini yang menjadi Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yakni seluruh konsumen pada kedai Nafeesa di Tembilahan.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2018) dalam (Putri et al., 2023) sampel adalah populasi yang terpilih dengan harapan hasil tersebut dapat merefleksikan semua karakteristik yang ada. Sampel menurut Bailey adalah bagian dari populasi yang ingin diteliti. Menurut teori Bailey jumlah sampel tidak di ketahui karena jumlah sampelnya sebanyak mungkin, ukuran sampel yang paling sedikit. Maka sample yang di tetapkan penulis pada penelitian ini adalah 80 orang.

D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi operasional variabel penelitian menurut sugiyono (2016) adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Definisi variabel-variabel peneliti harus dirumuskan untuk menghindari kesesatan dan mengumpulkan data. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada 2 yakni variabel independent dan dependen.

1. Variabel independent

Variabel Independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi suatu yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen atau terikat (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen yaitu:

- a. Kualitas Produk (X_1)
- b. Kualitas Pelayanan (X_2)

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.



- c. Emosional (X_3)
- d. Harga (X_4)
- e. Biaya (X_5)

2. Variabel dependen

Variabel dependen atau variabel terikat yakni variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen atau bebas (Sugiyono, 2016). Yang menjadi variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Kepuasan Konsumen (Y).

Tabel 3.1 Konsep Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Kepuasan konsumen (y)	Menurut Kotler (2012) dalam (Aini et al., 2021) mendasarkan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.	Menurut indahsari (2019) ada lima faktor utama yang diperhatikan harus oleh perusahaan yaitu: 1.Kualitas produk 2.Kualitas pelayanan 3.Emosional 4.Harga Produk 5.Biaya Konsumen	likert
2.	Kualitas produk (X_1)	Menurut Lupiyoadi dalam Indrasari (2019) menjelaskan bahwa "Kualitas produk ialah faktor yang perlu diperhatikan dalam menghasilkan kepuasan pelanggan.	indikator kualitas produk ada enam yaitu kinerja, keandalan, fitur, daya tahan, kesesuaian dan desain produk.	likert

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Universitas Islam Indragiri
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
 3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
3.	Kualitas pelayanan (X2)	Menurut Lupiyodi dalam Indrasari (2019) dalam Kualitas pelayanan adalah seberapa jatuh disparitas antara harapan dan fenomena para pelanggan atas pelayanan yg mereka terima.	Menurut (Lupiyodi dan Hamdani dalam Menthiana Indahsari, 2019) terdapat beberapa dimensi atau atribut yang perlu diperhatikan di dalam kualitas layanan yaitu: 1. Berwujud 2. Keandalan yaitu kemampuan 3. Ketanggapan 4. Jaminan kepastian dan 5. Empati	Likert
4.	Emosional (X3)	emosional (kepercayaan) pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi	indikator kepercayaan terdiri dari komponen, yaitu: 1. Integritas 2. Kebaikan 3. Kompetensi	Likert



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Universitas Islam Indragiri
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
 3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
5.	Harga (X4)	Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya menurut (William J. Stanton dalam Menthiana Indrasari, 2019: 36)	Ada beberapa faktor yang mempengaruhi dalam penetapan harga, yakni : 1. Faktor-faktor internal, yang terdiri dari: tujuan pemasaran perusahaan, pertimbangan organisasi, sasaran pemasaran, biaya dan strategi bauran pemasaran. 2. Faktor-faktor eksternal, yang terdiri dari situasi dan permintaan pasar, persaingan, harapan perantara, dan faktor-faktor lingkungan seperti kondisi sosial ekonomi, kebijakan dan peraturan pemerintah, budaya dan politik.	likert



No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
6.	Biaya (X5)	Biaya adalah pengeluaran berupa uang yang dikorbankan untuk mendapatkan sesuatu atau untuk mencapai tujuan tertentu	Terdapat 4 unsur pokok penting dalam definisi biaya sebagai berikut 1. Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi 2. Dinyatakan dalam satuan uang 3. Yang sudah terjadi atau potensial terjadi secara acak 4. Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu.	likert

Sumber data : Diolah Peneliti, 2025

E. Jenis Dan Sumber Data

1. Jenis Data

Menurut Sugiono (2013), penelitian kualitatif adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk kata, skema, dan gambar. Data kualitatif yaitu data yang diperoleh pada kedai nafeesa yang tidak berbentuk angka, seperti gambaran umum organisasi, hasil kuesioner dan data-data lain yang menunjang dalam penelitian.

Menurut Sugiono (2013), penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Data kuantitatif yaitu data yang berupa angka-angka/statistik yang diperoleh pada kedai

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

nafesa yang dapat dihitung, seperti jumlah konsumen/pelanggan dan data-data lainnya yang menunjang penelitian.

2. Sumber Data

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumbernya dan diberikan kepada pengumpul data atau peneliti (sugiyono 2016). Hasil dari pengamatan, pengajuan daftar pertanyaan kepada responden.

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, melainkan diperoleh melalui orang lain atau dokumen (sugiyono 2016). data yang telah disediakan seperti sejarah berdirinya perusahaan, struktur organisasi serta data yang sudah ada pada perusahaan.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Kusioner (Angket)

Kuesioner merupakan penyusunan data, yaitu dengan menyusun daftar pernyataan, kemudian diajukan kepada responden yang dijadikan sampel pada penelitian ini. Pada penelitian ini kusioner disebarluaskan melalui media internet berupa aplikasi pesan *whatsapp*, *facebook*, dan *Instagram* pada peneliti menggunakan kusioner melalui *google form* untuk membuat kusioner secara online. Disebarkan kepada responden agar memberikan tanggapan terhadap pertanyaan-pertanyaan yang telah disediakan dan memberikan tanda (*checklist*) pada kolom yang sesuai dengan tanggapan responden. Alasan peneliti menggunakan kusioner *online* untuk memudahkan penyebaran kusioner dan untuk memberikan tautan yang terhubung langsung ke *website google form* yang berisi kusioner kepada responden.





2. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara wawancara dan responden dengan menggunakan alat yang dinamakan panduan wawancara, sehingga memungkinkan sumber informasi untuk memberikan penjelasan lebih lanjut mengenai jawaban yang berkaitan dengan topik penelitian.

3. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan salah satu metode penelitian yang sering digunakan para peneliti untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Menurut para ahli, studi pustaka dapat diartikan sebagai proses mengumpulkan, memilih, membaca, dan mengevaluasi berbagai sumber informasi untuk mendukung penelitian yang sedang dilakukan.

G. Analisis Data

Untuk menganalisis penelitian ini, penganalisaan data tersebut akan dilakukan analisis kuantitatif atau secara statistic dan menggunakan program SPSS (Statistical Product and service solution) versi 23,0 yang merupakan salah satu aplikasi computer untuk menganalisa data statistik. Analisa data tersebut diantaranya:

1. Uji Instrumen

a. Uji Validasi

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sebuah instrumen atau kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi dengan Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

instrumen atau kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut Ghozali (2018) dalam (Irfanudin, 2019)

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini merupakan alat mengukur kuesioner yang dimana variabel menjadi indikator. Sebuah kuesioner bisa dikatakan valid ketika jawaban dari obyek kita teliti sangat konsisten dalam pertanyaan yang disediakan Ghozali (2018) dalam (Irfanudin, 2019). Pengukuran instrumen yang dikatakan reliabel hanya dengan metode pengukuran sekali atau yang biasanya disebut dengan one shot methods Ghozali (2018) dalam (Irfanudin, 2019). Dalam pengukuran ini dilakukan sekali saja dan akan mendapatkan hasil yang akan dibandingkan dengan pertanyaan lain, agar mendapatkan korelasi yang tepat antara pertanyaan dan jawaban. Untuk menguji reliabilitas hanya bisa menggunakan uji statistik cronbach alpha dengan kriteria :

- 1) Dalam nilai cronbach alpha $> 0,60$ bisa dikatakan reliabel.
- 2) Dalam nilai cronbach alpha $< 0,60$ tidak bisa dikatakan reliabel.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali (2018) dalam (Irfanudin, 2019) analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen yang jumlahnya lebih dari satu terhadap satu variabel dependen. Model analisis regresi linier berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan dan seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Berikut adalah persamaan regresi linier berganda yang digunakan oleh peneliti adalah, sebagai berikut:





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen (Variabel Dependen)

X₁ = Kualitas Produk (Variabel Independen)

X₂ = Harga (Variabel independen)

X₃ = Kualitas Pelayanan (Variabel Independen)

X₄ = Emosional (Variabel Independen)

X₅ = Biaya dan Keamanan (Variabel Independen)

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi (Nilai peningkatan ataupun penurunan)

e = *Standar Error*

H. Hipotesis

1. Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Ghozali (2018) dalam (Irfanudin, 2019) mengukur seberapa jauh model untuk menjelaskan adanya variabel bebas (*dependent*), maka nilai koefisien determinasi sekitar nol dan satu. Dalam Nilai R² kecil akan menunjukkan kemampuan keberadaan variabel terikat (*independent*), untuk menjelaskan banyak variasi variabel dependent cukup terbatas. Jika kriteria Nilai mendekati satu menunjukkan bahwa adanya variabel-variabel *independent* cukup memberikan kebutuhan sebuah informasi dalam memprediksi bermacam-macam variabel *dependent*.



2. Uji parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2018) dalam (Irfanudin, 2019) uji statistik t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel penjelas independent secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependent. Proses pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan uji t dilakukan untuk menguji signifikan pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Kriteria yang digunakan pengujian dengan menggunakan uji t adalah sebuah perhitungan untuk membandingkan tingkat signifikan terhadap dari nilai t ($\alpha = 0,05$), yang bisa ditentukan sebagai berikut :

- a. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka menunjukkan dimana variabel Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
- b. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka menunjukkan dimana variabel Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

3. Uji Simultan (Uji f)

Uji F Menurut Ghozali (2017) dalam (Irfanudin, 2019) yang pada dasarnya menguji variabel bebas yang terdiri dari Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan akan dimasukkan ke dalam sebuah model secara simultan agar saling berkaitan dengan variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan. Ghozali (2018), menyatakan kriteria pengujian menggunakan uji f maka akan membandingkan tingkatan signifikan nilai F ($\alpha = 0,05$) dapat ditentukan dengan:

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

- a. Tingkat signifikan dari uji $F > 0,05$ dapat menunjukkan bahwa model regresi tidak layak digunakan sebagai analisis berikutnya.
- b. Tingkat signifikan dari uji $F < 0,05$ dapat menunjukkan bahwa model regresi layak untuk digunakan sebagai analisis berikutnya.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.





BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambar Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah singkat “Kedai Nafessa”

Kedai Nafessa adalah sebuah usaha kuliner yang berlokasi di Tembilahan, Riau, dan telah dikenal sebagai salah satu tempat sarapan yang digemari masyarakat setempat. Kedai ini menyajikan berbagai menu makanan dan minuman dengan harga yang terjangkau, seperti soto, lontong, nasi ayam, serta minuman seperti teh es, cappuccino, dan kopi hitam. Target pasar dari Kedai Nafessa mencakup berbagai kalangan, mulai dari remaja, dewasa, hingga orang tua.

Usaha ini dirintis sebelum masa pandemi COVID-19 dan sempat mengalami penurunan omzet yang cukup signifikan pada tahun 2020 akibat kebijakan pembatasan sosial. Sebagai respons terhadap situasi tersebut, Kedai Nafessa melakukan adaptasi dengan menyediakan layanan pemesanan dan pengantaran online melalui kurir, sehingga tetap dapat melayani pelanggan meskipun dengan keterbatasan.

Seiring waktu, Kedai Nafessa terus berbenah, baik dari segi kualitas produk, pelayanan, hingga penyesuaian harga untuk mengimbangi kenaikan harga bahan pokok. Strategi tersebut terbukti efektif dengan meningkatnya laba bersih dari tahun ke tahun, terutama pasca-pandemi, sebagaimana terlihat dari data keuangan tahun 2021 hingga 2023.

Kedai Nafessa kini tidak hanya dikenal sebagai tempat makan, tetapi juga sebagai contoh usaha mikro yang mampu bertahan, beradaptasi, dan berkembang



di tengah tantangan ekonomi. Kepuasan konsumen menjadi kunci utama dalam strategi bisnis yang dijalankan, yang ditopang oleh kualitas produk, pelayanan, harga yang kompetitif, serta pendekatan emosional dan efisiensi biaya bagi pelanggan.

2. Gambaran umum responden

a. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.1 Karakteristik responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis kelamin	Jumlah	
		Orang	%
1.	Perempuan	45	56%
2.	Laki-laki	35	44%
Total		80	100%

Sumber : data olahan peneliti tahun 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa respon perempuan sebanyak 45 orang dengan jumlah 56%, sedangkan responden laki-laki berjumlah 35 orang dengan jumlah 44%.

b. Karakteristik responden Berdasar Uji Umur

Tabel 4.2 Karakteristik responden Berdasarkan Umur

No.	Jenis umur	Jumlah	
		Orang	%
1.	>20 tahun	80	100
Total		80	100%

Sumber : data olahan peneliti tahun 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden berdasarkan umur >20 tahun sebanyak 80 orang dengan jumlah 100%.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

c. Karakteristik responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah	
		Orang	%
1	WIRASWASTA	36	45%
2	PNS	40	50%
3	POLRI	4	5%
	Jumlah	80	100%

Sumber : data olahan peneliti tahun 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden berdasarkan pekerjaan wiraswasta sebanyak 36 orang dengan jumlah 45%, PNS sebanyak 40 orang dengan jumlah 50%, sedangkan Polri 4 orang, dengan jumlah 5%.

d. Tanggapan responden Berdasarkan Berapa Kali membeli Sarapan

Tabel 4.4 Tanggapan Responden Berdasarkan Berapa Kali Membeli Sarapan

No.	Jenis umur	Jumlah	
		Orang	%
1.	> 2 kali	80	100
	Total	80	100%

Sumber : data olahan peneliti tahun 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden berdasarkan berapa kali membeli sarapan, responden membeli lebih dari 2 kali, sebanyak 80 orang, dengan jumlah 100%.



B. Hasil Penelitian

1. Tanggapan responden terhadap Kualitas Produk (X1)

Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk (X1)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah	Rata-rata	Rank
1	Rasa makanan/minuman sesuai dengan harapan saya.	41	33	6	-	-	355	4,43	1
2	Kualitas produk dari Kedai Nafeesa konsisten dari waktu ke waktu.	43	30	6	1	-	354	4,42	2
3	Menu yang tersedia cukup beragam.	33	38	8	1	-	343	4,28	4
4	Produk memiliki ketahanan yang baik (tidak mudah rusak/basi).	36	34	9	1	-	345	4,31	3
5	Produk yang disajikan sesuai dengan deskripsi/menu.	26	44	9	1	-	335	4,18	6
6	Tampilan makanan/minuman menarik dan menggugah selera.	31	41	7	1	-	342	4,27	5
RATA-RATA							345,6	4,31	

Sumber : data diolah peneliti tahun 2025

Berdasarkan tabel diatas diketahui ada 6 pertanyaan dari indikator kualitas produk (X1). Dapat diketahui bahwa pertanyaan ke 1 menempati ranking 1 yaitu dapat dilihat responden menjawab pertanyaan tersebut dengan sangat setuju sebanyak 41 orang dan responden menjawab setuju 33 orang dan 6 responden menjawab netral. dengan jumlah rata-rata 4,43.



Ranking ke 2 ditempati pada pertanyaan ke 2, yaitu responden menjawab pertanyaan sangat setuju sebanyak 43 orang dan menjawab setuju 30 orang dan 6 responden menjawab netral, 1 responden menjawab tidak setuju. dengan rata-rata sebesar 4,42.

Ranking ke 3 ditempati pada pertanyaan ke 4, yaitu responden menjawab pertanyaan sangat setuju sebanyak 36 orang dan menjawab setuju 34 orang, 9 orang responden menjawab netral, 1 responden tidak setuju. dengan jumlah rata-rata sebesar 4,31.

Ranking ke 4 ditempati pada pertanyaan ke 3, yaitu responden menjawab pertanyaan sangat setuju sebanyak 33 orang dan menjawab setuju 38 orang, 8 orang responden menjawab netral, 1 responden tidak setuju. dengan jumlah rata-rata sebesar 4,28.

Ranking ke 5 ditempati pada pertanyaan ke 6, yaitu responden menjawab pertanyaan sangat setuju sebanyak 31 orang dan menjawab setuju 41 orang, 7 orang responden menjawab netral, 1 responden tidak setuju. dengan jumlah rata-rata sebesar 4,27.

Ranking ke 6 ditempati pada pertanyaan ke 5, yaitu responden menjawab pertanyaan sangat setuju sebanyak 26 orang dan menjawab setuju 44 orang, 9 orang responden menjawab netral, 1 responden tidak setuju. dengan jumlah rata-rata sebesar 4,18.

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



2. Tanggapan responden terhadap Kualitas Pelayanan (X2)

Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan (X2)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah	Rata rata	Rank
1	Tempat makan dan peralatan di Kedai Nafeesa bersih dan tertata.	23	57	-	-	-	388	4,85	1
2	Staf melayani dengan cepat dan responsif.	37	43	-	-	-	375	4,68	3
3	Pelayanan dilakukan dengan sopan dan ramah.	61	19	-	-	-	381	4,76	2
4	Saya merasa aman dan nyaman saat dilayani.	48	32	-	-	-	368	4,6	5
5	Pelayan menunjukkan kepedulian terhadap kebutuhan pelanggan.	37	37	6	-	-	351	4,38	4
6	Penyajian makanan sampai dengan tepat waktu	20	54	6	-	-	334	4,17	6
RATA-RATA							366,1	4,57	

Sumber : data olahan peneliti tahun 2025

Berdasarkan tabel diatas diketahui ada 6 pertanyaan dari indikator kualitas pelayanan (X2). Dapat diketahui bahwa pertanyaan ke 1 menempati ranking 1 yaitu dapat dilihat responden menjawab pertanyaan tersebut dengan

sangat setuju sebanyak 23 orang dan responden menjawab setuju 57 orang. dengan jumlah rata-rata sebesar 4,85.

Ranking ke 2 ditempati pada pertanyaan ke 3, yaitu responden menjawab pertanyaan sangat setuju sebanyak 61 orang dan menjawab setuju 19 orang. Artinya responden tersebut menilai setuju karena Pelayanan dilakukan dengan sopan dan ramah., dengan rata-rata sebesar 4,76.

Ranking ke 3 ditempati pada pertanyaan ke 2, yaitu responden menjawab pertanyaan sangat setuju sebanyak 37 orang dan menjawab setuju 43 orang, dengan jumlah rata-rata sebesar 4,68.

Ranking ke 4 ditempati pada pertanyaan ke 5, yaitu responden menjawab pertanyaan sangat setuju sebanyak 37 orang dan menjawab setuju 37 orang dan 6 responden menjawab netral. dengan jumlah rata-rata sebesar 4,38.

Ranking ke 5 ditempati pada pertanyaan ke 4, yaitu responden menjawab pertanyaan sangat setuju sebanyak 42 orang dan menjawab setuju 32 orang, dengan jumlah rata-rata sebesar 4,6.

Ranking ke 6 ditempati pada pertanyaan ke 6, yaitu responden menjawab pertanyaan sangat setuju sebanyak 20 orang dan menjawab setuju 54 orang, 6 orang responden menjawab netral, dengan jumlah rata-rata sebesar 4,17.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



3. Tanggapan responden emosional (X3)

Tabel 4 . 7 Tanggapan Responden Pernyataan Emosional (X3)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah	Rata rata	Rank
1	Saya percaya bahwa Kedai Nafeesa beroperasi secara jujur dan profesional.	35	38	7	-	-	348	4,35	2
2	Saya merasa dihargai sebagai pelanggan.	33	41	6	-	-	347	4,67	1
3	Saya yakin Kedai Nafeesa kompeten dalam menyajikan makanan/minuman.	27	44	9	-	-	338	4,22	3
RATA-RATA							344,3	4,41	

Sumber : data olahan peneliti tahun 2025

Berdasarkan tabel diatas diketahui ada 3 pertanyaan dari indikator emosional (X3). Dapat diketahui bahwa pertanyaan ke 1 menempati ranking 2 yaitu dapat dilihat responden menjawab pertanyaan tersebut dengan sangat setuju sebanyak 33 orang dan responden menjawab setuju 41 orang, 6 orang responden menjawab netral. dengan jumlah rata-rata sebesar 4,67.

Ranking ke 2 ditempati pada pertanyaan ke 1, yaitu responden menjawab pertanyaan sangat setuju sebanyak 35 orang dan menjawab setuju 38 orang dan 7 responden menjawab netral. dengan rata-rata sebesar 4,35.

Ranking ke 3 ditempati pada pertanyaan ke 3, yaitu responden menjawab pertanyaan sangat setuju sebanyak 27 orang dan menjawab setuju 44 orang dan 9 responden menjawab netral. dengan jumlah rata-rata sebesar 4,22.

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.



4. Tanggapan responden terhadap harga (X4)

Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Harga (X4)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah	Rata rata	Rank
1	Harga makanan dan minuman di Kedai Nafeesa terjangkau bagi saya.	34	45	1	-	-	353	4,41	3
2	Harga sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.	43	37	-	-	-	363	4,53	1
3	Saya merasa manfaat yang saya dapatkan sepadan dengan harga yang dibayar.	42	37	1	-	-	361	4,51	2
4	Harga di Kedai Nafeesa bersaing dengan tempat makan lain yang sejenis.	24	45	9	2	-	331	4,13	5
5	Harga makanan dan minuman di Kedai Nafeesa bervariasi sesuai dengan jenis produk yang dibeli.	31	41	8	-	-	343	4,28	4
RATA-RATA							350,2	4,37	

Sumber : data olahan peneliti tahun 2025

Berdasarkan tabel diatas diketahui ada 5 pertanyaan dari indikator harga (X4). Dapat diketahui bahwa pertanyaan ranking 1 di tempati pada pertanyaan ke 2 yaitu dapat dilihat responden menjawab pertanyaan tersebut dengan sangat setuju

sebanyak 43 orang dan responden menjawab setuju 37 dengan jumlah rata-rata sebesar 4,53.

Ranking ke 2 ditempati pada pertanyaan ke 3, yaitu responden menjawab pertanyaan sangat setuju sebanyak 42 orang dan menjawab setuju 37 orang dan 1 orang menjawab netral dengan rata-rata sebesar 4/51.

Ranking ke 3 ditempati pada pertanyaan ke 1, yaitu responden menjawab pertanyaan sangat setuju sebanyak 34 orang dan menjawab setuju 45 orang dan 1 orang menjawab netral. dengan jumlah rata-rata sebesar 4,41.

Ranking ke 4 ditempati pada pertanyaan ke 5, yaitu responden menjawab pertanyaan sangat setuju sebanyak 31 orang dan menjawab setuju 41 orang, dengan jumlah rata-rata sebesar 4,28.

Ranking ke 5 ditempati pada pertanyaan ke 4, yaitu responden menjawab pertanyaan sangat setuju sebanyak 24 orang dan menjawab setuju 45 orang, 9 orang responden menjawab netral 2 orang menjawab tidak setuju. dengan jumlah rata-rata sebesar 4,13.

5. Tanggapan responden terhadap biaya (X5)

Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Biaya (X5)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah	Rata rata	Rank
1	Saya tidak dikenakan biaya tambahan di luar yang tercantum pada menu.	42	26	12	-	-	350	4,37	1





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
 3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
- Universitas Islam Indragiri

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah	Rata rata	Rank
2	Biaya yang saya keluarkan sepadan dengan tujuan saya berbelanja.	33	43	4	-	-	349	4,36	2
3	Waktu dan biaya yang saya keluarkan terasa efisien.	23	42	15	-	-	329	4,11	3
4	Biaya yang saya keluarkan terasa layak dibandingkan manfaat yang diterima.	22	44	14	-	-	328	4,1	4
RATA-RATA							339	4,23	

Sumber : data olahan peneliti tahun 2025

Berdasarkan tabel diatas diketahui ada 4 pertanyaan dari indikator biaya (X5). Dapat diketahui bahwa pertanyaan ke 1 menempati ranking 1 yaitu dapat dilihat responden menjawab pertanyaan tersebut dengan sangat setuju sebanyak 42 orang dan responden menjawab setuju 26 orang dan responden menjawab netral 12 orang. dengan jumlah rata-rata sebesar 4,37.

Ranking ke 2 ditempati pada pertanyaan ke 2, yaitu responden menjawab pertanyaan sangat setuju sebanyak 33 orang dan menjawab setuju 43 orang. Dan responden menjawab netral 4 orang. dengan rata-rata sebesar 4,36.

Ranking ke 3 ditempati pada pertanyaan ke 3, yaitu responden menjawab pertanyaan sangat setuju sebanyak 23 orang dan menjawab setuju 42 orang. Dan responden menjawab netral 15 orang. dengan rata-rata sebesar 4,11.



Ranking ke 4 ditempati pada pertanyaan ke 4, yaitu responden menjawab pertanyaan sangat setuju sebanyak 22 orang dan menjawab setuju 44 orang. Dan responden menjawab netral 14 orang. dengan rata-rata sebesar 14,1.

6. Tanggapan responden kepuasan konsumen (Y)

Tabel 4 . 10 Tanggapan Responden kepuasan konsumen (Y)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah	Rata rata	Rank
1	Saya merasa puas setelah membeli produk di Kedai Nafeesa.	45	29	5	1	-	358	4,47	1
2	Saya ingin kembali berbelanja di Kedai Nafeesa.	39	31	5	5	-	344	4,3	3
3	Saya akan merekomendasikan Kedai Nafeesa kepada teman/keluarga.	35	34	9	2	-	342	4,27	4
4	Produk dan layanan Kedai Nafeesa sesuai dengan ekspektasi saya.	39	29	10	2	-	345	4,31	2
RATA-RATA							347,2	4,33	

Sumber : data olahan peneliti tahun 2025

Berdasarkan tabel diatas diketahui ada 4 pertanyaan dari indikator kepuasan konsumen (Y). Dapat diketahui bahwa pertanyaan ke 1 menempati ranking 1 yaitu dapat dilihat responden menjawab pertanyaan tersebut dengan sangat setuju sebanyak 45 orang dan responden menjawab setuju 29 orang dan

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



responden menjawab netral 5 orang dan responden menjawab tidak setuju 1 orang dengan jumlah rata-rata sebesar 4,47.

Ranking ke 2 ditempati pada pertanyaan ke 4, yaitu responden menjawab pertanyaan sangat setuju sebanyak 39 orang dan menjawab setuju 29 orang. Dan responden menjawab netral 10 orang. dan responden menjawab tidak setuju 2 orang dengan jumlah rata-rata sebesar 4,31.

Ranking ke 3 ditempati pada pertanyaan ke 2, yaitu responden menjawab pertanyaan sangat setuju sebanyak 39 orang dan menjawab setuju 31 orang. Dan responden menjawab netral 5 orang dan responden menjawab tidak setuju 5 orang dengan jumlah rata-rata sebesar 4,3.

Ranking ke 4 ditempati pada pertanyaan ke 3, yaitu responden menjawab pertanyaan sangat setuju sebanyak 35 orang dan menjawab setuju 34 orang. Dan responden menjawab netral 9 orang dan responden menjawab tidak setuju 2 orang dengan jumlah rata-rata sebesar 4,27.

Berdasarkan beberapa penjelasan diatas dapat disimpulkan nilai rekapitulasi hasil tanggapan responden terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah sebagai berikut:

Tabel 4 . 11 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen

No	Pernyataan	Rata-Rata	Reking
1	Kualitas produk (X1)	4,31	4
2.	Kualitas Pelayanan (X2)	4,57	1
3.	Emosonal (X3)	4,41	2
4.	Harga (X4)	4,37	3
5.	Biaya (X5)	4,23	5
jumlah		4,37	

Sumber : data diolah tahun 2025



Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X2) menempati ranking 1 yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada kedai nafeesa di tembilahan, dapat dilihat dengan jumlah nilai rata-rata sebesar 4,57. Ranking 2 ditempati oleh variabel Emosional (X3) dapat dilihat dengan jumlah nilai rata-rata sebesar 4,41. Ranking 3 ditempati oleh variabel Harga (X4) dapat dilihat dengan jumlah nilai rata-rata sebesar 4,37. Ranking 4 ditempati oleh variabel Kualitas Produk (X1) dapat dilihat dengan jumlah nilai rata-rata sebesar 4,31. Ranking 5 ditempati oleh variabel Biaya (X5) dapat dilihat dengan jumlah nilai rata-rata sebesar 4,23.

C. Hasil Analisis Data

1. Uji kualitas data
 - a. Uji validitas

Tabel 4 . 12 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1)

Pernyataan Ke	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,736	0,219	VALID
2	0,784	0,219	VALID
3	0,697	0,219	VALID
4	0,712	0,219	VALID
5	0,757	0,219	VALID
6	0,435	0,219	VALID

Sumber: data diolah spss 23 tahun 2025

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa semua pernyataan untuk variabel kualitas produk (X1) memiliki status valid, karena semua dari pernyataan nilai r hitung > dari nilai r tabel sebesar 0,219.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Tabel 4 . 13 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)

Pernyataan Ke	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,686	0,219	VALID
2	0,629	0,219	VALID
3	0,567	0,219	VALID
4	0,719	0,219	VALID
5	0,751	0,219	VALID
6	0,791	0,219	VALID

Sumber: data diolah spss 23 tahun 2025

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa semua pernyataan untuk variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki status valid, karena semua dari pernyataan nilai r hitung > dari nilai r tabel sebesar 0,219.

Tabel 4 . 14 Hasil Uji Validitas Emosional (X3)

Pernyataan Ke	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,858	0,219	VALID
2	0,755	0,219	VALID
3	0,824	0,219	VALID

Sumber: data diolah spss 23 tahun 2025

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa semua pernyataan untuk variabel emosional (X3) memiliki status valid, karena semua dari pernyataan nilai r hitung > dari nilai r tabel sebesar 0,219.

Tabel 4 . 15 Hasil Uji Validitas Harga (X4)

Pernyataan Ke	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,663	0,219	VALID
2	0,880	0,219	VALID
3	0,766	0,219	VALID
4	0,806	0,219	VALID
5	0,557	0,219	VALID

Sumber: data diolah spss 23 tahun 2025



Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa semua pernyataan untuk variabel harga (X4) memiliki status valid, karena semua dari pernyataan nilai r hitung $>$ dari nilai r tabel sebesar 0,219.

Tabel 4 . 16 Hasil Uji Validitas Biaya (X5)

Pernyataan Ke	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,676	0,219	VALID
2	0,559	0,219	VALID
3	0,710	0,219	VALID
4	0,782	0,219	VALID

Sumber: data diolah spss 23 tahun 2025

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa semua pernyataan untuk variabel biaya (X5) memiliki status valid, karena semua dari pernyataan nilai r hitung $>$ dari nilai r tabel sebesar 0,219.

Tabel 4 . 17 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

Pernyataan Ke	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,611	0,219	VALID
2	0,694	0,219	VALID
3	0,654	0,219	VALID
4	0,627	0,219	VALID

Sumber: data diolah spss 23 tahun 2025

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa semua pernyataan untuk variabel kepuasan konsumen (Y) memiliki status valid, karena semua dari pernyataan nilai r hitung $>$ dari nilai r tabel sebesar 0,219.

b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas ini juga digunakan untuk menguji konsistensi data yang dimiliki dalam jangka waktu tertentu, yakni untuk mengetahui sejauh apa



pengukuran yang digunakan dapat diandalkan atau di percaya. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Combach Alpha $> 0,60$.

Tabel 4 . 18 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Combach Alpha</i>	Syarat	Keterangan
Kualitas produk (X1)	0,795	$> 0,60$	Reliabel
Kualitas pelayanan (X2)	0,782	$> 0,60$	Reliabel
Emosional (X3)	0,743	$> 0,60$	Reliabel
Harga (X4)	0,773	$> 0,60$	Reliabel
Biaya (X5)	0,620	$> 0,60$	Reliabel
Kepuasan konsumen (Y)	0,685	$> 0,60$	Reliabel

Sumber: data diolah spss 23 tahun 2025

Hasil Uji Reliabilitas yang disajikan dalam tabel diatas dinyatakan reliable dengan hasil perhitungan Cronbach's Alpha > 0.60 .

2. Metode pengujian hipotesis

a. Uji koefisien Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan analisis untuk mengetahui pengaruh variabel independen yang jumlahnya lebih dari satu terhadap satu variabel dependen. Model analisis regresi linier berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan dan seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.

Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Tabel 4 . 19 Hasil Uji Koefisien Regresi Linier Berganda

Coefficientsa						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,038	,401		17,570	,000
	X1	,394	,013	,869	31,198	,000
	X2	,156	,019	,325	8,335	,000
	X3	,132	,016	,300	8,415	,000
	X4	-,072	,017	-,156	-4,284	,000
	X5	-,098	,015	-,233	-6,501	,000
a. Dependent Variable: Y Sumber: data diolah spss 23 tahun 2025						

berikut adalah persamaan regresi linier berganda yang digunakan oleh peneliti adalah, sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5$$

Hubungan antara variabel independent dan variabel dependen dapat dirumuskan ke dalam persamaan sebagai berikut :

$$Y = 7,038 = 0,394(X_1) + 0,156(X_2) + 0,132(X_3) - 0,072(X_4) - 0,098(X_5)$$

Dari persamaan tersebut dapat diartikan bahwa :

- 1) Diketahui nilai konstan (α) memiliki nilai positif yang berarti menunjukkan pengaruh searah antara variabel independen dan variabel dependen hal ini menunjukkan bahwa semua variabel independen = 0 maka nilai variabel terikat tetap bernilai sebesar 7,038.
- 2) Diketahui variabel kualitas produk (X1) mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,394 yang berarti jika kualitas produk meningkat sebesar 1% maka variabel kualitas produk akan tetap 0,394.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi dengan Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

- 3) Diketahui variabel kualitas pelayanan (X_2) mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,156 yang berarti jika kualitas produk meningkat sebesar 1% maka variabel kualitas produk akan tetap 0,156.
- 4) Diketahui variabel emosional (X_3) mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,132 yang berarti jika kualitas produk meningkat sebesar 1% maka variabel kualitas produk akan tetap 0,132.
- 5) Diketahui variabel harga (X_4) mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,072 yang berarti jika kualitas produk meningkat sebesar 1% maka variabel kualitas produk akan tetap 0,072.
- 6) Diketahui variabel biaya (X_5) mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,098 yang berarti jika kualitas produk meningkat sebesar 1% maka variabel kualitas produk akan tetap 0,098.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Tetapi penggunaan koefisien determinasi memiliki suatu kelemahan, yaitu terdapatnya suatu jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Agar terhindar dari bias tersebut, maka digunakan nilai adjusted R^2 , dimana nilai Adjusted R^2 mampu naik atau turun apabila terjadi penambahan satu variabel independent.



Tabel 4 . 20 hasil uji koefisien determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.972 ^a	.945	.941	.277	1,486
a. Predictors: (Constant), X1,X2,X3,X4,X5					
b. Dependent Variable: Y					

Sumber : data diolah spss23 tahun 2025

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai R square (R_2) sebesar 0,945 atau 94,5%. Hal ini berarti variabel kepuasan konsumen dipengaruhi oleh 5 variabel independen, sebesar 94,5% sisanya 0,055 atau 0,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam variabel penelitian ini.

c. Uji parsial (Uji t)

Kriteria pengambilan Keputusan hasil t-hitung dibandingkan dengan t-tabel, dengan kriteria pengambilan Keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai sig < 0,05, maka hipotesis diterima (signifikan). Hal ini menunjukkan bahwa variabel 1 independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara parsial.
- 2) Jika nilai sig > 0,05, maka hipotesis ditolak (tidak signifikan). Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara parsial.



Tabel 4 . 21 Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,038	,401		17,570	,000
	X1	,394	,013	,869	31,198	,000
	X2	,156	,019	,325	8,335	,000
	X3	,132	,016	,300	8,415	,000
	X4	-,072	,017	-,156	-4,284	,000
	X5	-,098	,015	-,233	-6,501	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : data diolah spss 23 tahun 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan hasil penelitian secara parsial adalah sebagai berikut :

- 1) Variabel kualitas produk (X1) mempunyai t hitung sebesar 31,198 > t tabel yaitu 1,666 dengan nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka h_1 diterima, dan variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y).
- 2) Variabel kualitas pelayan (X2) mempunyai t hitung sebesar 8,335 > t tabel yaitu 1,666 dengan nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka H_2 diterima, dan variabel kualitas pelayan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y).
- 3) Variabel emosional (X3) mempunyai t hitung sebesar 8,415 > t tabel yaitu 1,666 dengan nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka h_3 diterima, dan variabel emosional berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y).
- 4) Variabel harga (X4) mempunyai t hitung sebesar 4,284 > t tabel yaitu 1,666 dengan nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka h_4 diterima, dan variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y).



5) Variabel biaya (X5) mempunyai t hitung sebesar 6,501 > t tabel yaitu 1,666 dengan nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka h_5 diterima, dan variabel biaya berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y).

d. Uji signifikansi simultan (Uji F)

Menurut imam alghozali (2018) uji f bertujuan untuk menguji signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) secara bersama sama terhadap variabel tidak bebas (Y), dasar pengambilan Keputusan adalah : jika nilai f hitung < F tabel atau nilai signifikasi F > 0,05, maka artinya tidak ada pengaruh secara bersama sama atau serentak variabel independent (X) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

Tabel 4 . 22 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	97,325	5	19,465	252,869	.000 ^b
	Residual	5,696	74	,077		
	Total	103,021	79			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X1,X2,X3,X4,X5						

Sumber : data diolah spss23 tahun 2025

berdasarkan tabel diatas diketahui nilai signifikasi untuk independen (X) dipengaruhi terhadap kepuasan konsumen (Y) secara simultan dengan nilai sig adalah 0,000 < 0,05 dengan nilai F hitung 252,869 > F tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara bersama sama atau serentak variabel independen (X) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).



D. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), dengan nilai t hitung = 31,198 dan Sig. = 0,000. Nilai koefisien regresi sebesar 0,394 menandakan pengaruh positif.

Artinya, semakin tinggi kualitas produk yang dirasakan oleh konsumen baik dari segi rasa, penyajian, atau kesesuaian harapan maka tingkat kepuasan konsumen akan meningkat. Ini menunjukkan bahwa kualitas produk adalah faktor dominan dalam membentuk kepuasan pelanggan Kedai Nafeesa.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Kualitas pelayanan juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai t hitung = 8,335 dan Sig. = 0,000, serta koefisien regresi sebesar 0,156. Interpretasi pelayanan yang cepat, ramah, dan responsif berkontribusi besar dalam menciptakan pengalaman positif konsumen. Ini membuktikan bahwa aspek pelayanan menjadi salah satu kunci penting dalam membangun loyalitas dan kepuasan di sektor kuliner.

3. Pengaruh Emosional (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel emosional juga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai t hitung = 8,415 dan Sig. = 0,000. Koefisien regresi sebesar 0,132. Makna kedekatan emosional konsumen terhadap Kedai Nafeesa seperti rasa nyaman, percaya, atau kebanggaan terhadap produk

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

local meningkatkan kepuasan mereka. Emosi positif yang dibangun dapat memperkuat hubungan jangka panjang antara konsumen dan usaha.

4. Pengaruh Harga (X4) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berbeda dengan variabel sebelumnya, variabel harga memberikan pengaruh negatif namun signifikan terhadap kepuasan, dengan t hitung = -4,284, Sig. = 0,000, dan koefisien regresi -0,072. Kenaikan harga yang tidak sebanding dengan kualitas atau manfaat dapat menyebabkan ketidakpuasan. Hal ini menunjukkan pentingnya harga yang wajar dan sesuai nilai, terutama untuk segmen konsumen menengah ke bawah.

5. Pengaruh Biaya (X5) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel biaya juga menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan t hitung = -6,501, Sig. = 0,000, dan koefisien regresi -0,098. Artinya semakin besar pengorbanan waktu, tenaga, atau biaya tambahan yang harus dikeluarkan konsumen (misalnya biaya antar atau waktu tunggu lama), maka kepuasan konsumen cenderung menurun.

6. Pengaruh Simultan (X1 – X5) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil uji F menunjukkan bahwa semua variabel independen (X1–X5) berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai F hitung = 252,869, Sig. = 0,000. Ditambah dengan nilai $R^2 = 0,945$, dapat disimpulkan bahwa 94,5% variasi dalam kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kelima variabel ini, sisanya 5,5% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian.





BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Emosional (X3), Harga (X4) dan Biaya (X5) berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Kedai Nafeesa di Tembilahan. Berdasarkan dari Hasil Analisis Uji Hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R)

Terbukti berdasarkan nilai R square (R_2) sebesar 0,945 atau 94,5%. Hal ini berarti variabel kepuasan konsumen dipengaruhi oleh 5 variabel independen, sebesar 94,5% sisanya 0,055 atau 0,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam variabel penelitian ini.

2. Hasil Ujit (Parsial)

- a. Terbukti variabel Kualitas Produk (X1) berpengaruh pada Kepuasan Konsumen (Y) pada Kedai Nafeesa di Tembilahan.
- b. Terbukti variabel Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh pada Kepuasan Konsumen (Y) pada Kedai Nafeesa di Tembilahan.
- c. Terbukti variabel Emosional (X3) berpengaruh pada Kepuasan Konsumen (Y) pada Kedai Nafeesa di Tembilahan.
- d. Terbukti variabel Harga (X4) berpengaruh pada Kepuasan Konsumen (Y) pada Kedai Nafeesa di Tembilahan.



e. Terbukti variabel Biaya (X5) berpengaruh pada Kepuasan Konsumen (Y) pada Kedai Nafeesa di Tembilahan.

3. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Terbukti variabel Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Emosional (X3), Harga (X4) dan Biaya (X5), secara Simultan berpengaruh pada Kepuasan Konsumen (Y) pada Kedai Nafeesa di Tembilahan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, variabel Biaya (X5) memperoleh rata-rata terendah dibandingkan variabel lainnya, yaitu sebesar 4,23, dengan peringkat ke-5. Hal ini menunjukkan bahwa aspek biaya masih perlu mendapat perhatian lebih dari pihak pengelola Kedai Nafeesa untuk meningkatkan kepuasan konsumen secara menyeluruh. Adapun saran yang dapat diberikan antara lain:

1. Evaluasi Struktur Biaya

Pengelola dapat melakukan evaluasi terhadap komponen biaya yang diterapkan, misalnya harga menu, biaya tambahan, atau biaya layanan, agar lebih sesuai dengan persepsi nilai yang diterima konsumen.

2. Transparansi Biaya

Menyampaikan informasi biaya secara transparan, seperti mencantumkan harga dengan jelas di menu dan memberikan penjelasan apabila terdapat biaya tambahan, sehingga konsumen merasa lebih percaya dan puas.

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



3. Penawaran Promo atau Diskon

Untuk meningkatkan daya tarik dan nilai biaya di mata konsumen, Kedai Nafeesa bisa mempertimbangkan program promosi, diskon musiman, atau paket bundling dengan harga lebih terjangkau.

4. Bandingkan dengan Pesaing

Melakukan survei terhadap harga kompetitor sejenis di wilayah Tembilahan agar dapat memastikan bahwa biaya yang ditetapkan tetap kompetitif dan sesuai daya beli konsumen.

5. Penelitian Lanjutan

Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk memasukkan variabel tambahan seperti citra merek, promosi, atau lokasi untuk mengetahui faktor-faktor lain yang mungkin memengaruhi kepuasan konsumen secara lebih luas

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



DAFTAR PUSTAKA

- Aini, L. N., Izzah, N., Studi, P., & Bisnis, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada the Body Shop Botani Square Mall Bogor)*. 1(6), 447–455.
- Indahsari, Meithiana. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya : Unitomo Press.
- Irfanudin, A. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *JURNAL SeMaRaK*, 2(1), 1–20. <https://doi.org/10.32493/smk.v2i1.2662>
- Kasinem, K. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i4.5096>
- Khoiria, S. N., & Anwar US, K. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Di Warung Steak On You Kota Baru Jambi. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 1(3), 216–227. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v1i3.41>
- Kurniawan, R., & Auva, M. A. (2022). Analisis Pengaruh Kepuasan, Kualitas layanan, Dan Nilai Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Restoran Seafood Di Kota Batam. *Jesya*, 5(2), 1479–1489. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.711>
- Maulana, V. (2022). *Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Analisis Terhadap Kedai Kopi Zona Coffee Malang)*. 1–12.

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

Putri, A. S., Widayati, C. C., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh Service Quality, Servicescape, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret Drive Thru (Studi Kasus Pada Toko Indomaret Drive Thru Jakarta Barat). *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta (JKMT)*, 1(3), 73–91. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Rahmandika, Y. F., Puji, L., & Purwanto, H. (2020). Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOBIS : Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 8(1), 65–74. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v8i1.319>

Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755–764.

Sudigdo, A., & Taufik, T. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Garuda Express Delivery (GED) Terhadap Kepuasan Pelanggan. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 2(02), 137–146. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v2i02.191>

Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Issue January).

Sugiyono, P. D. (2017). Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D. *Penerbit CV. Alfabeta: Bandung*, 225(87), 48-61.

Kuesioner Penelitian

Kepada Yth.

Saudara/i Responden

Konsumen Kedai Nafessa Di Tembilahan

Assalamualaikum Wr. Wb Dengan

hormat,

Dalam rangka penelitian untuk keperluan skripsi yang berjudul “Analisis kepuasan konsumen pada Kedai Nafeesa di Tembilahan

Bersama dengan ini :

Nama : Syarifah Fitri Cantika

Nim 101211010151

Universitas/ Fakultas : Universitas Indragiri Hilir / fakultas ekonomi dan bisnis

Maka dengan ini saya memohon bantuan kepada Bapak/Ibu/saudara/i untuk mengisi kuesioner yang telah disediakan dalam rangka mendukung penelitian ini. Tidak ada maksud apapun dibalik pengisian daftar pernyataan di bawah ini pada jawaban yang menurut anda tepat. Segala bentuk jawaban kepada Bapak/Ibu/saudara/I akan dijaga kerahasiaannya. Atas perhatian dan bantuannya saya ucapkan terimakasih. Wassalamualaikum Wr. Wb.

Hormat Saya

Syarifah Fitri Cantika

101211010151

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.





1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

1. Identitas responden

- a. Nama :
- b. Jenis kelamin :
 - () Perempuan
 - () Laki-Laki
- c. Usia :
- d. Pekerjaan :
 - () Tni/Polri
 - () PNS
 - () Wiraswasta
 - () Art/Tenaga Lepas Harian
- e. Berapa kali anda membeli sarapan pada kedai Nafeesa :
 - () < 2 kali
 - () > 2 kali

2. Petunjuk pengisian

- a. Penelitian ini dilakukan pada konsumen yang membeli sarapan pada kedai Nafeesa di Tembilahan
- b. Baca setiap pernyataan didalam daftar pernyataan ini dan berikut jawabannya yang sebenarnya untuk setiap pertanyaan
- c. Berikan tanda (\surd) pada tempat tersedia sesuai dengan jawaban anda
 - 1) Sangat setuju (SS) = 5
 - 2) Setuju (S) = 4
 - 3) Netral (TS) = 3
 - 4) Tidak setuju (TS) = 2
 - 5) Sangat tidak setuju (STS) = 1



A. KUALITAS PRODUK (X1)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Rasa makanan/minuman sesuai dengan harapan saya.					
2	Kualitas produk dari Kedai Nafeesa konsisten dari waktu ke waktu.					
3	Menu yang tersedia cukup beragam.					
4	Produk memiliki ketahanan yang baik (tidak mudah rusak/basi).					
5	Produk yang disajikan sesuai dengan deskripsi/menu.					
6	Tampilan makanan/minuman menarik dan menggugah selera.					

B. KUALITAS PELAYANAN (X2)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Tempat makan dan peralatan di Kedai Nafeesa bersih dan tertata.					
2	Staf melayani dengan cepat dan responsif.					
3	Pelayanan dilakukan dengan sopan dan ramah.					
4	Saya merasa aman dan nyaman saat dilayani.					
5	Pelayan menunjukkan kepedulian terhadap kebutuhan pelanggan.					
6	Penyajian makanan sampai dengan tepat waktu					

C. EMOSIONAL (X3)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya percaya bahwa Kedai Nafeesa beroperasi secara jujur dan profesional.					
2	Saya merasa dihargai sebagai pelanggan.					
3	Saya yakin Kedai Nafeesa kompeten dalam menyajikan makanan/minuman.					

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



D. HARGA (X4)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Harga makanan dan minuman di Kedai Nafeesa terjangkau bagi saya.					
2	Harga sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.					
3	Saya merasa manfaat yang saya dapatkan sepadan dengan harga yang dibayar.					
4	Harga di Kedai Nafeesa bersaing dengan tempat makan lain yang sejenis.					
5	Harga makanan dan minuman di Kedai Nafeesa bervariasi sesuai dengan jenis produk yang dibeli.					

E. BIAYA (X5)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya tidak dikenakan biaya tambahan di luar yang tercantum pada menu.					
2	Biaya yang saya keluarkan sepadan dengan tujuan saya berbelanja.					
3	Waktu dan biaya yang saya keluarkan terasa efisien.					
4	Biaya yang saya keluarkan terasa layak dibandingkan manfaat yang diterima.					

F. KEPUASAN KONSUMEN (Y1)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa puas setelah membeli produk di Kedai Nafeesa.					
2	Saya ingin kembali berbelanja di Kedai Nafeesa.					
3	Saya akan merekomendasikan Kedai Nafeesa kepada teman/keluarga.					
4	Produk dan layanan Kedai Nafeesa sesuai dengan ekspektasi saya.					

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Berapa Kali Membeli Sarapan Pada Kedai Nafeesa
ABDUL	LAKI-LAKI	> 20 tahun	PNS	> 2 kali
ADE	LAKI-LAKI	> 20 tahun	PNS	> 2 kali
ADE INDRA	LAKI-LAKI	> 20 tahun	WIRASWASTA	> 2 kali
AFRINDA	PEREMPUAN	> 20 tahun	PNS	> 2 kali
AISWA	PEREMPUAN	> 20 tahun	PNS	> 2 kali
ANDI	LAKI-LAKI	> 20 tahun	WIRASWASTA	> 2 kali
ANGGIMUA	LAKI-LAKI	> 20 tahun	PNS	> 2 kali
AREF	LAKI-LAKI	> 20 tahun	PNS	> 2 kali
AYDAN	LAKI-LAKI	> 20 tahun	PNS	> 2 kali
AZIS	LAKI-LAKI	> 20 tahun	WIRASWASTA	> 2 kali
BARAN	LAKI-LAKI	> 20 tahun	PNS	> 2 kali
BENY	LAKI-LAKI	> 20 tahun	PNS	> 2 kali
BONY	LAKI-LAKI	> 20 tahun	PNS	> 2 kali
DENI	LAKI-LAKI	> 20 tahun	WIRASWASTA	> 2 kali
DENY	LAKI-LAKI	> 20 tahun	PNS	> 2 kali
DESSY	PEREMPUAN	> 20 tahun	PNS	> 2 kali
DESTA	LAKI-LAKI	> 20 tahun	WIRASWASTA	> 2 kali
DEWI	PEREMPUAN	> 20 tahun	WIRASWASTA	> 2 kali
ELMI	PEREMPUAN	> 20 tahun	WIRASWASTA	> 2 kali
EMA	PEREMPUAN	> 20 tahun	WIRASWASTA	> 2 kali
ERLINA	PEREMPUAN	> 20 tahun	WIRASWASTA	> 2 kali
FADLY	LAKI-LAKI	> 20 tahun	WIRASWASTA	> 2 kali
FAHRIAH	PEREMPUAN	> 20 tahun	PNS	> 2 kali
FATMA	PEREMPUAN	> 20 tahun	WIRASWASTA	> 2 kali
FENDI	LAKI-LAKI	> 20 tahun	WIRASWASTA	> 2 kali
FITRIA	PEREMPUAN	> 20 tahun	WIRASWASTA	> 2 kali
FITRIA	PEREMPUAN	> 20 tahun	PNS	> 2 kali
GUNTUR	LAKI-LAKI	> 20 tahun	PNS	> 2 kali
HALIMAH	PEREMPUAN	> 20 tahun	WIRASWASTA	> 2 kali
HARDI	LAKI-LAKI	> 20 tahun	WIRASWASTA	> 2 kali
HASBI	LAKI-LAKI	> 20 tahun	WIRASWASTA	> 2 kali
HELMI	LAKI-LAKI	> 20 tahun	WIRASWASTA	> 2 kali
HERMAN	LAKI-LAKI	> 20 tahun	WIRASWASTA	> 2 kali
IBNU	LAKI-LAKI	> 20 tahun	WIRASWASTA	> 2 kali
INDRAWATI	PEREMPUAN	> 20 tahun	PNS	> 2 kali
IRHAM	LAKI-LAKI	> 20 tahun	PNS	> 2 kali
IRNAWILES	PEREMPUAN	> 20 tahun	WIRASWASTA	> 2 kali
JEMI	LAKI-LAKI	> 20 tahun	WIRASWASTA	> 2 kali
JUMARDI	LAKI-LAKI	> 20 tahun	PNS	> 2 kali
LELA	PEREMPUAN	> 20 tahun	PNS	> 2 kali

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

LENY	PEREMPUAN	> 20 tahun	WIRASWASTA	> 2 kali
LIDYA	PEREMPUAN	> 20 tahun	PNS	> 2 kali
LINDA	PEREMPUAN	> 20 tahun	WIRASWASTA	> 2 kali
LINDA	PEREMPUAN	> 20 tahun	WIRASWASTA	> 2 kali
LINDAWATI	PEREMPUAN	> 20 tahun	PNS	> 2 kali
M FARHAN	LAKI-LAKI	> 20 tahun	POLRI	> 2 kali
MAGDALENA	PEREMPUAN	> 20 tahun	WIRASWASTA	> 2 kali
MAISARAH	PEREMPUAN	> 20 tahun	PNS	> 2 kali
MARDHIAH	PEREMPUAN	> 20 tahun	PNS	> 2 kali
MARDIANTO	LAKI-LAKI	> 20 tahun	WIRASWASTA	> 2 kali
MARTHA	PEREMPUAN	> 20 tahun	PNS	> 2 kali
MIRNA	PEREMPUAN	> 20 tahun	WIRASWASTA	> 2 kali
MY	PEREMPUAN	> 20 tahun	PNS	> 2 kali
NETTY	PEREMPUAN	> 20 tahun	WIRASWASTA	> 2 kali
NISA	PEREMPUAN	> 20 tahun	PNS	> 2 kali
NITAMI	PEREMPUAN	> 20 tahun	WIRASWASTA	> 2 kali
NOVI	PEREMPUAN	> 20 tahun	PNS	> 2 kali
PUTRI	PEREMPUAN	> 20 tahun	PNS	> 2 kali
RAHMAN	LAKI-LAKI	> 20 tahun	POLRI	> 2 kali
RASYID	LAKI-LAKI	> 20 tahun	PNS	> 2 kali
RAYHAN	LAKI-LAKI	> 20 tahun	POLRI	> 2 kali
ROSMAITUN	PEREMPUAN	> 20 tahun	PNS	> 2 kali
S SYAMSUL	LAKI-LAKI	> 20 tahun	WIRASWASTA	> 2 kali
SAIDAN	LAKI-LAKI	> 20 tahun	POLRI	> 2 kali
SALBIAH	PEREMPUAN	> 20 tahun	WIRASWASTA	> 2 kali
SERLY	PEREMPUAN	> 20 tahun	WIRASWASTA	> 2 kali
SESRI	PEREMPUAN	> 20 tahun	WIRASWASTA	> 2 kali
SITI	PEREMPUAN	> 20 tahun	PNS	> 2 kali
SRI	PEREMPUAN	> 20 tahun	PNS	> 2 kali
SUSANTI	PEREMPUAN	> 20 tahun	PNS	> 2 kali
SYARIFUDDIN	LAKI-LAKI	> 20 tahun	PNS	> 2 kali
WOWO	LAKI-LAKI	> 20 tahun	PNS	> 2 kali
YARLINA	PEREMPUAN	> 20 tahun	WIRASWASTA	> 2 kali
YAYA	PEREMPUAN	> 20 tahun	WIRASWASTA	> 2 kali
YENI	PEREMPUAN	> 20 tahun	PNS	> 2 kali
YESSY	PEREMPUAN	> 20 tahun	PNS	> 2 kali
YULIANA	PEREMPUAN	> 20 tahun	WIRASWASTA	> 2 kali
YUSRI	LAKI-LAKI	> 20 tahun	PNS	> 2 kali
ZAINUDIN	LAKI-LAKI	> 20 tahun	PNS	> 2 kali
ZAMY	LAKI-LAKI	> 20 tahun	PNS	> 2 kali

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

1. Hasil Uji Kualitas Data

a. Kualitas Produk (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	80	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	80	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,795	6

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.396**	.514**	.334**	.515**	.396**	.736**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,002	,000	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X1.2	Pearson Correlation	.396*	1	.498**	.560**	.418**	.363**	.784**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,001	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X1.3	Pearson Correlation	.514*	.498**	1	,196	.367**	.422**	.697**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,081	,001	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X1.4	Pearson Correlation	.334*	.560**	,196	1	.500**	,159	.712**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,081		,000	,158	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X1.5	Pearson Correlation	.515*	.418**	.367**	.500**	1	.274*	.757**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000		,014	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X1.6	Pearson Correlation	.396*	.363**	.422**	,159	.274*	1	.435**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,158	,014		,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
TOTAL	Pearson Correlation	.736*	.784**	.697**	.712**	.757**	.435**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	80	80	80	80	80	80	80

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

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



b. Kualitas pelayanan (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	80	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	80	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,782	6

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.463 [*]	.355 ^{**}	,124	.492 [*]	.457 ^{**}	.686 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,273	,000	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X2.2	Pearson Correlation	.463 ^{**}	1	.518 ^{**}	.297 ^{**}	,107	.348 ^{**}	.629 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,008	,344	,002	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X2.3	Pearson Correlation	.355 ^{**}	.518 [*]	1	.384 ^{**}	,112	,180	.567 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,000	,325	,110	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X2.4	Pearson Correlation	,124	.297 [*]	.384 ^{**}	1	.590 [*]	.546 ^{**}	.719 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,273	,008	,000		,000	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X2.5	Pearson Correlation	.492 ^{**}	,107	,112	.590 ^{**}	1	.651 ^{**}	.751 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,000	,344	,325	,000		,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X2.6	Pearson Correlation	.457 ^{**}	.348 [*]	,180	.546 ^{**}	.651 [*]	1	.791 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,110	,000	,000		,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
TOTAL	Pearson Correlation	.686 ^{**}	.629 [*]	.567 ^{**}	.719 ^{**}	.751 [*]	.791 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	80	80	80	80	80	80	80





c. Emosional (X3)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	80	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	80	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,743	3

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.469**	.614**	.858**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	80	80	80	80
X3.2	Pearson Correlation	.469**	1	.386**	.755**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	80	80	80	80
X3.3	Pearson Correlation	.614**	.386**	1	.824**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	80	80	80	80
TOTAL	Pearson Correlation	.858**	.755**	.824**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	80	80	80	80

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



d. Harga (X4)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	80	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	80	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,773	5

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	TOTAL
X4.1	Pearson Correlation	1	.595**	.511**	.394**	,057	.663**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,613	,000
	N	80	80	80	80	80	80
X4.2	Pearson Correlation	.595**	1	.859**	.574**	.301**	.880**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,007	,000
	N	80	80	80	80	80	80
X4.3	Pearson Correlation	.511**	.859**	1	.453**	,120	.766**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,287	,000
	N	80	80	80	80	80	80
X4.4	Pearson Correlation	.394**	.574**	.453**	1	.415**	.806**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80
X4.5	Pearson Correlation	,057	.301**	,120	.415**	1	.557**
	Sig. (2-tailed)	,613	,007	,287	,000		,000
	N	80	80	80	80	80	80
TOTAL	Pearson Correlation	.663**	.880**	.766**	.806**	.557**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	80	80	80	80	80	80

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari pihak berwenang.

Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

e. Biaya (X5)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	80	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	80	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,620	4

Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	TOTAL
X5.1	Pearson Correlation	1	.241*	.226*	.309**	.676**
	Sig. (2-tailed)		,031	,044	,005	,000
	N	80	80	80	80	80
X5.2	Pearson Correlation	.241*	1	,131	.265*	.559**
	Sig. (2-tailed)	,031		,248	,017	,000
	N	80	80	80	80	80
X5.3	Pearson Correlation	.226*	,131	1	.558**	.710**
	Sig. (2-tailed)	,044	,248		,000	,000
	N	80	80	80	80	80
X5.4	Pearson Correlation	.309**	.265*	.558**	1	.782**
	Sig. (2-tailed)	,005	,017	,000		,000
	N	80	80	80	80	80
TOTAL	Pearson Correlation	.676**	.559**	.710**	.782**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	80	80	80	80	80

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

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



f. Kepuasan Konsumen (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	80	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	80	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,685	4

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	,206	,219	,245*	,611**
	Sig. (2-tailed)		,067	,051	,028	,000
	N	80	80	80	80	80
Y.2	Pearson Correlation	,206	1	,239*	,234*	,694**
	Sig. (2-tailed)	,067		,033	,036	,000
	N	80	80	80	80	80
Y.3	Pearson Correlation	,219	,239*	1	,215	,654**
	Sig. (2-tailed)	,051	,033		,056	,000
	N	80	80	80	80	80
Y.4	Pearson Correlation	,245*	,234*	,215	1	,627**
	Sig. (2-tailed)	,028	,036	,056		,000
	N	80	80	80	80	80
TOTAL	Pearson Correlation	,611**	,694**	,654**	,627**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	80	80	80	80	80

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

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



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

2. Metode Pengujian Hipotesis

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.972 ^a	.945	.941	.277	1,486

a. Predictors: (Constant), X1, X2, X3, X4, X5

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	97,325	5	19,465	252,869	.000 ^b
	Residual	5,696	74	.077		
	Total	103,021	79			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X1, X2, X3, X4, X5

Coefficients^a

Model		Unstandardize d Coefficients		Standardize d Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	7,038	.401		17,570	.000		
	X1	.394	.013	.869	31,198	.000	.962	1,039
	X2	.156	.019	.325	8,335	.000	.492	2,031
	X3	.132	.016	.300	8,415	.000	.588	1,700
	X4	-.072	.017	-.156	-4,284	.000	.563	1,775
	X5	-.098	.015	-.233	-6,501	.000	.581	1,723

a. Dependent Variable: Y

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.





1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Collinearity Diagnostics^a

Model	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions					
			(Constant)	X1	X2	X3	X4	X5
1 1	5,946	1,000	,00	,00	,00	,00	,00	,00
2	,025	15,300	,03	,15	,01	,00	,43	,00
3	,012	22,225	,00	,29	,18	,16	,42	,00
4	,007	29,505	,12	,31	,65	,10	,01	,12
5	,006	32,225	,05	,13	,12	,69	,05	,32
6	,004	38,767	,80	,12	,03	,06	,09	,56

a. Dependent Variable: Y

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	14,05	19,46	17,55	1,110	80
Residual	-,552	,817	,000	,269	80
Std. Predicted Value	-3,150	1,723	,000	1,000	80
Std. Residual	-1,988	2,946	,000	,968	80

a. Dependent Variable: Y



Tabel Uji F								
$\alpha = 0,05$	$df1=(k-1)$							
$df2=(n-k-1)$	1	2	3	4	5	6	7	8
67	3,984	3,134	2,742	2,509	2,352	2,237	2,150	2,080
68	3,982	3,132	2,740	2,507	2,350	2,235	2,148	2,078
69	3,980	3,130	2,737	2,505	2,348	2,233	2,145	2,076
70	3,978	3,128	2,736	2,503	2,346	2,231	2,143	2,074
71	3,976	3,126	2,734	2,501	2,344	2,229	2,142	2,072
72	3,974	3,124	2,732	2,499	2,342	2,227	2,140	2,070
73	3,972	3,122	2,730	2,497	2,340	2,226	2,138	2,068
74	3,970	3,120	2,728	2,495	2,338	2,224	2,136	2,066
75	3,968	3,119	2,727	2,494	2,337	2,222	2,134	2,064
76	3,967	3,117	2,725	2,492	2,335	2,220	2,133	2,063
77	3,965	3,115	2,723	2,490	2,333	2,219	2,131	2,061
78	3,963	3,114	2,722	2,489	2,332	2,217	2,129	2,059
79	3,962	3,112	2,720	2,487	2,330	2,216	2,128	2,058
80	3,960	3,111	2,719	2,486	2,329	2,214	2,126	2,056
81	3,959	3,109	2,717	2,484	2,327	2,213	2,125	2,055
82	3,957	3,108	2,716	2,483	2,326	2,211	2,123	2,053
83	3,956	3,107	2,715	2,482	2,324	2,210	2,122	2,052
84	3,955	3,105	2,713	2,480	2,323	2,209	2,121	2,051
85	3,953	3,104	2,712	2,479	2,322	2,207	2,119	2,049
86	3,952	3,103	2,711	2,478	2,321	2,206	2,118	2,048
87	3,951	3,101	2,709	2,476	2,319	2,205	2,117	2,047
88	3,949	3,100	2,708	2,475	2,318	2,203	2,115	2,045
89	3,948	3,099	2,707	2,474	2,317	2,202	2,114	2,044
90	3,947	3,098	2,706	2,473	2,316	2,201	2,113	2,043
91	3,946	3,097	2,705	2,472	2,315	2,200	2,112	2,042
92	3,945	3,095	2,704	2,471	2,313	2,199	2,111	2,041
93	3,943	3,094	2,703	2,470	2,312	2,198	2,110	2,040
94	3,942	3,093	2,701	2,469	2,311	2,197	2,109	2,038
95	3,941	3,092	2,700	2,467	2,310	2,196	2,108	2,037
96	3,940	3,091	2,699	2,466	2,309	2,195	2,106	2,036
97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308	2,194	2,105	2,035
98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307	2,193	2,104	2,034
99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306	2,192	2,103	2,033
100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191	2,103	2,032

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau menaistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

df2=(n-k)	$\alpha = 0,05$	$\alpha = 0,025$
51	1,675	2,008
52	1,675	2,007
53	1,674	2,006
54	1,674	2,005
55	1,673	2,004
56	1,673	2,003
57	1,672	2,002
58	1,672	2,002
59	1,671	2,001
60	1,671	2,000
61	1,670	2,000
62	1,670	1,999
63	1,669	1,998
64	1,669	1,998
65	1,669	1,997
66	1,668	1,997
67	1,668	1,996
68	1,668	1,995
69	1,667	1,995
70	1,667	1,994
71	1,667	1,994
72	1,666	1,993
73	1,666	1,993
74	1,666	1,993
75	1,665	1,992
76	1,665	1,992
77	1,665	1,991
78	1,665	1,991
79	1,664	1,990
80	1,664	1,990
81	1,664	1,990
82	1,664	1,989
83	1,663	1,989
84	1,663	1,989
85	1,663	1,988
86	1,663	1,988



	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.