

**PENGARUH HARGA DAN INOVASI TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA USAHA ANGLISS BAKEHOUSE
CABANG MULTATULI MEDAN**

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Menyelesaikan
Pendidikan Strata Satu (S-1)

SKRIPSI



**Ditulis Oleh :
KELVIN
201010178**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA
MEDAN
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul Pengaruh Harga dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan

Yang dipersiapkan oleh :
KELVIN
201010178

Telah diperiksa, disetujui dan dinilai layak untuk diajukan pada Sidang Meja Hijau.

Medan, 29 Juni 2024

Pembimbing 1



Dedy Lazuardi, S.E., M.M
NIDN. 0127117801

Pembimbing 2



Dr. Bambang Sutejo, S.Kom., S.E., M.M.
NIDN. 0104127801

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul Pengaruh Harga dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan

Yang dipersiapkan oleh :
KELVIN
201010178

Telah selesai diuji dan dinyatakan LULUS pada Sidang Meja Hijau.

Medan, 6 Juli 2024

Penguji 1



Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si
NIDN. 0015017101

Penguji 2



Desma Erica Maryati M, S.Pd., M.Si.
NIDN. 0104127904

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil pekerjaan saya sendiri, berdasarkan hasil penelitian yang saya lakukan dan bukan merupakan duplikat skripsi yang pernah dibuat oleh orang lain (plagiarism, pencurian hasil karya milik orang lain). Jika saya mengambil sebagian sebagai kutipan dari karya orang lain maka saya akan mengindikasikan hal itu secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Jika saya melanggar pernyataan saya tersebut dan memalsukan data penelitian maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarisme dan sanksi akademik lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di program sarjana STIE Eka Prasetya Medan.

Nama	:	Kelvin
NIM	:	201010178
Judul Skripsi	:	Pengaruh Harga dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan
Pembimbing 1	:	Dedy Lazuardi, S.E., M.M.
Pembimbing 2	:	Dr. Bambang Sutejo, S.Kom., S.E., M.M.

Saya menandatangani pernyataan ini dengan sadar dan pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 5 Juni 2024



Kelvin
201010178

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Pengasih atas segala karunia yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh Harga Dan Inovasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan”** sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Strata 1 (S-1) Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan Skripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center, Bapak Susanto, S.T., S.Pd., M.M.
2. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
4. Bapak Dedy Lazuardi, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
5. Bapak Dr. Bambang Sutejo, S.Kom., S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing II

yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.

6. Koordinator Program Studi Manajemen Ibu Dr. Fenny, S.E., M.M.
7. Kepala Bagian Akademik Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M.
8. Kepala Bagian Keuangan Ibu Elysa, S.M.
9. Kepala Bagian Kemahasiswaan Bapak Junaidi, S.M.
10. Seluruh Dosen pengajar dan Staf pegawai Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Medan.
11. Kedua orang tua tercinta, saudaraku dan teman – teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan baik moril, materil, maupun spiritual.

Penulis menyadari Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan Skripsi ini sangat diharapkan penulis. Akhir kata, semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih.

Medan, 5 Juni 2024

Penulis



Kelvin

201010178

ABSTRAK

Kelvin, 201010178, 2024, Pengaruh Harga dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Dedy Lazuardi, S.E., M.M., Pembimbing II: Dr. Bambang Sutejo, S.Kom., S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan inovasi secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan, serta untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan dalam memediasi pengaruh masing – masing variabel X. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif serta sumber data berupa data primer dan sekunder. Populasi dalam penelitian adalah seluruh konsumen yang berbelanja pada tahun 2022. Jumlah sampel adalah 100 orang dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10%. Teknik pengambilan sampel dengan *non probability sampling* menggunakan jenis *sampling accidental*. Hasil analisis memberikan persamaan **kepuasan pelanggan = 3,693 + 0,412 harga + 0,270 inovasi + e**. Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Harga memiliki nilai $t_{hitung} (5,197) > t_{tabel} (1,984)$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara harga terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan. Hasil analisis penelitian menunjukkan inovasi memiliki nilai $t_{hitung} (2,607) > t_{tabel} (1,984)$ dengan tingkat signifikan $0,011 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara inovasi terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan. Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa harga dan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan berdasarkan nilai $F_{hitung} (99,249) > F_{tabel} (3,09)$ dengan signifikan $0,00 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga dan inovasi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai $R\ Square (R^2)$ atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,672 artinya variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel harga dan inovasi sebesar 67,2% sedangkan sisanya 32,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini.

Kata Kunci : Harga, Inovasi, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Kelvin, 201010178, 2024, The Effect of Price and Innovation on Customer Satisfaction at Angliss Bakehouse Multatuli Medan Branch, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Advisor I: Dedy Lazuardi, S.E., M.M., Advisor II: Dr. Bambang Sutejo, S.Kom., S.E., M.M.

This study aims to determine the effect of price and innovation partially and simultaneously on customer satisfaction, and to determine the effect of customer satisfaction in mediating the influence of each X variable. This study uses descriptive methods and data sources in the form of primary and secondary data. The population in the study were all consumers who shopped in 2022. The sample size is 100 people with a tolerable error rate of 10%. Sampling technique with *non probability sampling* using *accidental sampling* type. The analysis results provide an equation **customer satisfaction = 3.693 + 0.412 price + 0.270 innovation + e**. The results of the research analysis show that price has a t_{count} value (5.197) > t_{table} (1.984) with a significant level of 0.000 < 0.05 so it can be concluded that there is a partially significant positive effect between price on customer satisfaction at Angliss Bakehouse Business Multatuli Medan Branch. The results of the research analysis show that innovation has a t_{count} value (2.607) > t_{table} (1.984) with a significant level of 0.011 < 0.05 so it can be concluded that there is a partially significant positive effect between innovation on customer satisfaction at Angliss Bakehouse Business Multatuli Medan Branch. The results of the research analysis show that price and innovation have a positive and significant effect on customer satisfaction at Angliss Bakehouse Business, Multatuli Medan Branch based on the value of F_{count} (99.249) > F_{table} (3.09) with a significant 0.00 < 0.05 so it can be concluded that there is a significant influence between price and innovation simultaneously on customer satisfaction at Angliss Bakehouse Business, Multatuli Medan Branch. The results of this study are supported by the R Square value (R^2) or the coefficient of determination obtained of 0.672, meaning that the customer satisfaction variable can be explained by the price and innovation variables by 67.2% while the remaining 32.8% is influenced by other factors that come from outside this research model.

Keywords: Customer Satisfaction, Innovation, Price

MOTTO

“Musuh yang paling berbahaya di atas dunia ini adalah penakut dan bimbang. Teman yang paling setia, hanyalah keberanian dan keyakinan yang teguh.”

(Andrew Jackson)

“Bukan beban yang menghancurkanmu, tapi caramu membawanya.”

(Lou Holtz)

“Beberapa orang akan pergi dari hidupmu, tapi itu bukan akhir dari ceritamu. Itu cuma akhir dari bagian mereka di ceritamu.”

(Faraaz Kazi)

HALAMAN PERSEMBAHAN

PERSEMBAHAN

SKRIPSI ini kupersembahkan untuk:

TUHAN yang tak pernah berhenti melimpahkan kasih karunia – Nya
dalam hidupku. Terima kasih banyak ya,
Tuhan...

Orang tua, nafas hidupku, yang tidak pernah jemu mendukung dan
memotivasiku untuk menjadi orang yang sukses.

Teman – teman yang telah membantu selama pengerjaan skripsi, terima kasih
akhirnya skripsi ini dapat kita selesaikan bersama - sama

DAFTAR ISI

JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
MOTTO.....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	11
1.3 Batasan Masalah	12
1.4 Rumusan Masalah	12
1.5 Tujuan Penelitian	13
1.6 Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU	15
2.1 Tinjauan Pustaka	15
2.1.1 Teori Tentang Kepuasan Pelanggan.....	15
2.1.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	15
2.1.1.2 Arti Penting Kepuasan Pelanggan	16
2.1.1.3 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	17
2.1.1.4 Faktor Menentukan Kepuasan Pelanggan	18
2.1.1.5 Indikator Kepuasan Pelanggan	19
2.1.2 Teori Tentang Harga.....	20

2.1.2.1 Pengertian Harga	20
2.1.2.2 Peranan Harga.....	21
2.1.2.3 Metode Penetapan Harga	22
2.1.2.4 Tujuan Penetapan Harga.....	23
2.1.2.5 Indikator Harga.....	24
2.1.3 Teori Inovasi.....	25
2.1.3.1 Pengertian Inovasi	25
2.1.3.2 Faktor Pendukung Inovasi	27
2.1.3.3 Sumber Terjadinya Inovasi.....	28
2.1.3.4 Ciri Inovasi	28
2.1.3.5 Indikator Inovasi.....	29
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Kerangka Konseptual	32
2.4 Hipotesis Penelitian.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	33
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	33
3.1.1 Lokasi Penelitian	33
3.1.2 Waktu Penelitian	33
3.2 Jenis dan Sumber Data	33
3.2.1 Jenis Data.....	33
3.2.2 Sumber Data	34
3.3 Populasi dan Sampel	34
3.3.1 Populasi Penelitian.....	34
3.3.2 Sampel Penelitian	35
3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	38
3.6.1 Uji Validitas.....	38
3.6.2 Uji Reliabilitas	38
3.7 Teknik Analisa Data.....	39
3.7.1 Uji Asumsi Klasik	39

3.7.1.1 Uji Normalitas	39
3.7.1.2 Uji Multikolinearitas	40
3.7.1.3 Uji Heterokedastisitas	40
3.8 Analisis Regresi Linier Berganda	40
3.9 Pengujian Hipotesis	41
3.9.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	41
3.9.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji f).....	42
3.9.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Gambaran Umum Penelitian	44
4.1.1 Sejarah Singkat Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan.....	44
4.1.2 Visi dan Misi Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan	45
4.1.2.1 Visi Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan	45
4.1.2.2 Misi Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan	45
4.1.3 Struktur Organisasi Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan.....	45
4.2 Hasil Penelitian	47
4.2.1 Karakteristik Responden.....	47
4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	49
4.2.2.1 Uji Validitas.....	49
4.2.2.2 Uji Reliabilitas	53
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	54
4.2.3.1 Uji Normalitas	54
4.2.3.2 Uji Multikolinearitas	55
4.2.3.3 Uji Heterokedastisitas	56
4.2.4 Teknik Analisis Data	56
4.2.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	56

4.2.4.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	58
4.2.4.3 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji f).....	59
4.2.4.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	61
4.2.4.5 Kontribusi Variabel	62
4.3 Pembahasan.....	63
4.3.1 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	63
4.3.2 Pengaruh Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan	64
4.3.3 Pengaruh Harga dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran Akademis	67
5.3 Implikasi Manajerial	68
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan	6
Tabel 1.2 Produk Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	36
Tabel 3.2 Skala Jawaban Kuisioner.....	37
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Metode Pembayaran Yang Digunakan	48
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_1)	50
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi (X_2)	51
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	52
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4.8 Hasil Peran Dominan Variabel Bebas	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Roti <i>Choco Banana</i> dan Roti <i>Cheese Mountain</i>.....	8
Gambar 1.2 <i>Petite Comic Cake A</i> dan <i>Petite Comic Cake C</i>.....	9
Gambar 1.3 <i>Hampers Aidin C</i> dan <i>Hampers Kareem</i>	10
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	32
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan.....	46

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisisioner**
- Lampiran 2 Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas**
- Lampiran 3 Hasil Analisis Data Validitas Harga (X_1)**
- Lampiran 4 Hasil Analisis Data Reliabilitas Harga (X_1)**
- Lampiran 5 Hasil Analisis Data Validitas Inovasi (X_2)**
- Lampiran 6 Hasil Analisis Data Reliabilitas Inovasi (X_2)**
- Lampiran 7 Hasil Analisis Data Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)**
- Lampiran 8 Hasil Analisis Data Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y)**
- Lampiran 9 Tabulasi Kuisisioner Responden**
- Lampiran 10 Hasil Uji Multikolinearitas**
- Lampiran 11 Hasil Uji Heterokedastisitas**
- Lampiran 12 Hasil Uji Normalitas**
- Lampiran 13 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis, Uji Koefisien Determinasi**
- Lampiran 14 Hasil Peran Dominan Variabel Bebas**
- Lampiran 15 Surat Izin Riset**
- Lampiran 16 Surat Balasan Riset**
- Lampiran 17 Fotocopy Berwarna Kartu Peserta Sempro**
- Lampiran 18 Fotocopy Berwarna Kartu Bimbingan**
- Lampiran 19 Daftar Riwayat Hidup**

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri kuliner di Indonesia, khususnya bisnis roti dan kue, telah menjadi pusat perhatian yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Pertumbuhan pesat dalam sektor ini tidak hanya mencerminkan evolusi tren konsumen tetapi juga merangkum transformasi mendalam dalam gaya hidup masyarakat yang semakin dinamis dan modern. Fenomena ini memperlihatkan bahwa roti dan kue tidak lagi sekadar menjadi produk konvensional, melainkan telah menjadi bagian integral dari pengalaman kuliner masyarakat urban.

Dinamika gaya hidup yang terus berubah dan modern tidak hanya mempengaruhi pola konsumsi makanan, tetapi juga cara masyarakat berhubungan dengan produk kuliner secara keseluruhan. Konsumen modern cenderung mencari pengalaman kuliner yang tidak konvensional dan inovatif. Industri roti dan kue memanfaatkan pergeseran ini dengan menghadirkan berbagai variasi produk yang kreatif, sehingga dapat menyesuaikan diri dengan preferensi yang semakin beragam dari konsumen.

Di era di mana media sosial dan internet memainkan peran besar dalam membentuk tren dan citra merek, pengalaman menjadi sangat penting. Konsumen tidak hanya mencari rasa yang lezat, tetapi juga keunikan dan keistimewaan dalam setiap produk yang mereka beli. Oleh karena itu, para produsen roti dan kue berusaha untuk memberikan lebih dari sekadar produk yang biasa, melainkan

menciptakan karya seni kuliner yang menginspirasi dan memuaskan selera visual dan sensorik pelanggan.

Dengan memperkenalkan variasi produk yang inovatif dan menyajikan pengalaman yang menarik, industri roti dan kue tidak hanya bertahan di tengah persaingan yang ketat, tetapi juga memperluas pangsa pasar mereka. Mereka menyesuaikan menu mereka dengan tren terkini dan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kualitas, konsistensi, dan efisiensi dalam proses produksi mereka.

Melalui pendekatan ini, industri roti dan kue mencoba menarik perhatian konsumen yang semakin kritis dan cerdas. Mereka tidak hanya ingin menjadi tempat untuk membeli makanan, tetapi juga destinasi untuk mengeksplorasi dan menikmati berbagai kreasi kuliner yang unik dan menarik

Kemajuan pesat dalam dunia bisnis modern mewajibkan setiap bisnis toko roti untuk memberikan fokus pada kepuasan pelanggan sebagai elemen utama untuk mencapai kesuksesan. Lebih dari sekadar sebagai penilaian kinerja, kepuasan pelanggan juga berperan sebagai pondasi bagi pertumbuhan dan kelangsungan operasional bisnis toko roti. Pemahaman yang mendalam terkait kepuasan pelanggan menjadi sangat penting bagi bisnis toko roti agar dapat merancang strategi pemasaran, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan mempertahankan posisinya di pasar yang semakin sengit.

Menurut Husein (2005), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Menurut Kotler & Keller (2007) yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Fenomena harga dalam konteks bisnis menciptakan suatu kompleksitas yang mempengaruhi dinamika pasar secara signifikan. Harga tidak hanya berfungsi sebagai nilai transaksi semata, tetapi juga menjadi cerminan dari nilai yang terkandung dalam produk dan memiliki peran yang sangat penting dalam pengambilan keputusan pembelian oleh pelanggan. Adanya ketidakpastian dalam kondisi ekonomi, fluktuasi biaya bahan baku, dan persaingan yang intens di pasar turut menambah tingkat kompleksitas dalam menentukan harga yang dianggap optimal. Harga tidak lagi hanya diukur secara moneter, melainkan menjadi bagian integral dari strategi bisnis yang harus responsif terhadap dinamika pasar. Oleh karena itu, proses penentuan harga bukan hanya mencerminkan aspek transaksional semata, tetapi juga melibatkan pertimbangan dalam merancang strategi pemasaran, mengelola citra merek, dan menjawab tuntutan pelanggan untuk menciptakan nilai yang signifikan. Harga produk merupakan aspek krusial dalam strategi bisnis roti dan kue, terutama dalam konteks perkembangan teknologi dan akses informasi yang semakin rinci. Dalam era di mana media sosial dan platform daring menjadi sarana utama berinteraksi dengan konsumen, penetapan harga produk roti dan kue menjadi lebih transparan dan terbuka untuk umpan balik langsung.

Menurut William J. Stanthon yang dikutip dari buku Pemasaran & Kepuasan Pelanggan (Indrasari, 2019), harga adalah jumlah uang (kemungkinan

ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. Sedangkan menurut Philip Kotler, harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat – manfaat harga.

Dalam ranah bisnis roti dan kue, inovasi menempati peran sentral dalam menjaga daya saing serta memenuhi kebutuhan yang terus berubah dari konsumen. Dalam menghadapi dinamika gaya hidup dan preferensi konsumen yang terus berkembang, para pelaku bisnis roti dan kue harus terus menerapkan perubahan dan peningkatan dalam produk mereka. Inovasi dalam sektor ini meliputi berbagai aspek, mulai dari pengembangan formulasi bahan baku hingga peningkatan proses produksi yang lebih efisien. Tidak hanya itu, strategi pemasaran yang kreatif juga menjadi bagian tak terpisahkan dari upaya inovasi dalam bisnis roti dan kue. Selain itu, aspek keberlanjutan, kesehatan, dan keunikan rasa menjadi perhatian utama dalam menghasilkan inovasi yang berhasil dalam industri ini. Dalam merancang inovasi yang relevan, pemahaman yang mendalam tentang tren pasar, teknologi terkini, dan kebutuhan konsumen menjadi kunci utama bagi para pelaku bisnis roti dan kue.

Menurut Nelly (2002) berpendapat bahwa inovasi produk menunjukkan pada pengembangan dan pengenalan produk baru atau dikembangkan yang berhasil di pemasaran. Dan menurut Thompson (2013) dalam (Yunal & Indriyani, 2013) inovasi produk adalah konsep yang luas, mencakup ide-ide dan pelaksanaan ide terhadap suatu produk yang baru.

Angliss Bakehouse, sebagai salah satu pelaku utama dalam industri roti dan kue, telah menunjukkan eksistensinya dalam pasar yang kompetitif sejak didirikan pada tahun 2015. Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan adalah salah satu contoh usaha mikro, kecil, dan menengah (UKM) yang beroperasi di Kota Medan. Sebagai bagian dari jaringan Angliss Bakehouse, cabang ini menghadirkan produk roti dan kue yang berkualitas kepada masyarakat setempat. Dalam konteks industri kuliner, Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan merupakan entitas yang mewakili sektor UKM yang aktif dan berperan penting dalam ekonomi lokal.

Dengan beroperasi di level UKM, Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan tidak hanya memberikan kontribusi dalam hal penawaran produk yang beragam, tetapi juga dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi di komunitasnya. Keberadaannya tidak hanya memberikan pilihan kuliner yang berkualitas bagi masyarakat, tetapi juga menjadi contoh inspiratif bagi UKM lainnya dalam memperjuangkan keberhasilan dan pertumbuhan di pasar yang kompetitif. Menurut Sutejo & Lazuardi dalam buku *E-Commerce UMKM* (2022) menjelaskan bahwa UKM adalah badan usaha yang mandiri produktif yang dikelola oleh perorangan atau perusahaan di semua sektor ekonomi. Sebagai jaringan toko roti dan kue yang berkualitas, Angliss Bakehouse telah memperluas cakupan operasionalnya dengan membuka sejumlah cabang di berbagai wilayah kota Medan. Salah satu cabangnya adalah yang terletak di Jalan Multatuli Medan. Dengan membuka beberapa cabang di kota Medan, termasuk cabang di Multatuli Medan, Angliss Bakehouse tidak hanya menawarkan produk

berkualitas tetapi juga mengimplementasikan strategi bisnis yang responsif terhadap kebutuhan konsumen di berbagai lokasi.

Berikut dapat dilihat data penjualan Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan dalam kurun waktu 5 tahun terakhir, seperti yang terlihat pada Tabel 1.1 di bawah ini :

Tabel 1.1

Data Penjualan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan

TAHUN	TOTAL PENJUALAN	TOTAL KONSUMEN
2018	102.670 pcs	21.868 orang
2019	115.243 pcs	22.422 orang
2020	116.124 pcs	23.335 orang
2021	124.645 pcs	23.937 orang
2022	131.648 pcs	25.423 orang

Sumber. Angliss Bakehouse, 2023

Berdasarkan Tabel di atas, dapat diketahui bahwa terjadi total penjualan mengalami kenaikan dari tahun 2018 dengan total terjual 102.670 pcs roti dan kue menjadi 115.243 pcs roti dan kue pada tahun 2019. Namun, pada tahun 2020 tidak terjadi penjualan yang signifikan dengan tahun 2019 yaitu dengan 116.124 pcs roti dan kue yang terjual pada tahun tersebut. Dan pada tahun 2021 dan 2022, penjualan kembali meningkat dengan total terjual masing – masing tahun adalah 124.645 pcs dan 131.648 pcs roti dan kue.

Adapun beberapa produk dengan harga yang dijual di usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan dapat dilihat pada Tabel berikut ini :

Tabel 1.2*Produk Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan*

NO	NAMA PRODUK	HARGA ANGLISS BAKEHOUSE	HARGA GARUDA BAKERY
1	<i>Triple Cheese</i>	Rp. 15.000,-	Rp. 14.000,-
2	Abon Ayam Pedas	Rp. 16.000,-	Rp. 18.000,-
3	Bolu Gulung <i>Blueberry</i>	Rp. 108.000,-	Rp. 190.000,-
4	<i>Chocolate Bun</i>	Rp. 11.500,-	Rp. 8.000,-
5	Roti Tawar Penuh	Rp. 32.000,-	Rp. 33.000,-
6	Roti Tawar Kismis	Rp. 37.000,-	Rp. 47.000,-

Sumber. Angliss Bakehouse, 2023

Berdasarkan pada Tabel 1.2 di atas, dapat dilihat bahwa harga yang ditawarkan oleh usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan cenderung lebih rendah dari usaha toko roti pesaingnya. Sebagai pembanding, penulis melampirkan data harga beberapa produk dari Garuda Bakery & Cake Medan sebagai salah satu pesaing bisnis Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan. Dapat dilihat bahwa perbedaan harga antara Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan dan Garuda Bakery & Cake Medan tidak begitu mencolok, menciptakan dinamika persaingan yang menarik di pasar roti dan kue Medan. Meskipun keduanya menyediakan berbagai produk berkualitas dengan beragam pilihan yang menarik, perbedaan harga yang relatif kecil memberikan konsumen kemampuan untuk membuat pilihan berdasarkan faktor lainnya. Baik Angliss Bakehouse maupun Garuda Bakery & Cake mungkin menitikberatkan pada memberikan nilai produk yang seimbang dengan harga yang masuk akal, menciptakan alternatif yang saling menguntungkan bagi konsumen yang mencari variasi dan kualitas tanpa harus mengorbankan anggaran belanja mereka secara signifikan.

Angliss Bakehouse juga melakukan inovasi dalam menjual produk roti dan kue mereka. Dalam menghadapi dinamika pasar dan perubahan perilaku konsumen,

Angliss Bakehouse harus memastikan bahwa inovasi di setiap cabangnya, termasuk di Multatuli Medan, berjalan efisien dan diminati oleh pelanggan.

Angliss Bakehouse telah mengukuhkan reputasinya sebagai pionir dalam menerapkan inovasi untuk meningkatkan kualitas produk mereka. Salah satu aspek utama dari inovasi ini adalah memastikan konsistensi rasa kue dan roti yang lezat. Dengan menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi dan teknologi pemanggangan yang modern, setiap produk Angliss Bakehouse menawarkan cita rasa yang otentik dan memuaskan, sesuai dengan standar yang tinggi. Selain itu, perusahaan ini juga berkomitmen untuk memberikan penampilan visual yang menarik untuk produk-produk mereka. Dengan menggabungkan kreativitas dalam desain dan keahlian dalam pembuatan, setiap produk menjadi sebuah karya seni yang menggugah selera. Beberapa produk yang dijual oleh Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

Gambar 1.1

Roti Choco Banana dan Roti Cheese Mountain



Sumber: Angliss Bakehouse, 2024

Berdasarkan Gambar 1.1 di atas, dapat dilihat bahwa rasa klasik seperti coklat dan keju dapat dikembangkan menjadi sangat menarik sehingga konsumen

merasa tertarik untuk mencoba produk – produk tersebut. Hal ini menjadi sebuah bentuk inovasi yang dilakukan oleh Angliss Bakehouse dalam menjual produk mereka sehingga kualitas yang ditawarkan oleh Angliss Bakehouse tetap terjaga namun dengan penampilan produk yang berbeda.

Inovasi yang dilakukan oleh Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan tidak hanya dalam kualitas produk, namun juga modifikasi produk yang dilakukan oleh Angliss Bakehouse sangat efektif dalam menarik perhatian konsumen. Contoh produk yang dimodifikasi oleh Angliss Bakehouse dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

Gambar 1.3

Petite Comic Cake A



Sumber: Angliss Bakehouse, 2024

Berdasarkan Gambar 1.2 di atas, dapat dilihat bahwa kreatifitas yang dilakukan oleh Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan dalam memodifikasi produk mereka yang semula hanya kue tart yang klasik diubah menjadi kue tart dengan tema komik / kartun. Dengan modifikasi produk seperti gambar di atas,

memungkinkan Angliss Bakehouse menarik perhatian konsumen terutama anak – anak dan remaja.

Hal yang harus diperhatikan dalam melakukan inovasi produk yaitu mengetahui kebutuhan konsumen atau tren yang sedang hangat di kalangan masyarakat. Tren memberikan hampers yang berisi roti dan kue semakin populer di kalangan masyarakat Indonesia terutama di Kota Medan. Fenomena ini mencerminkan perubahan dalam budaya perayaan dan memberi, yang semakin menekankan pada kesederhanaan dan kehangatan dalam berbagi. Hampers roti dan kue tidak hanya dianggap sebagai hadiah semata, tetapi juga sebagai simbol kebersamaan dan kasih sayang antara keluarga, teman, dan kerabat. Lebih dari sekadar koleksi makanan yang lezat, hampers ini mengandung berbagai macam produk roti dan kue berkualitas yang mencerminkan keberagaman budaya dan selera masyarakat. Fenomena ini dimanfaatkan oleh Angliss Bakehouse untuk menjual hampers – hampers bertemakan hari – hari besar dan produk itu dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

Gambar 1.5

Hampers Aidin C dan Hampers Kareem



Sumber: Angliss Bakehouse, 2024

Dapat dilihat pada Gambar 1.3 di atas bahwa Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan memanfaatkan momen Idul Fitri untuk mengenalkan serta mempromosikan hampers bertema lebaran. Dalam usahanya untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan partisipasi pelanggan, Angliss Bakehouse telah merancang hampers yang berisi berbagai produk andalan mereka seperti roti, kue, dan camilan lezat lainnya yang cocok dengan suasana lebaran. Dengan desain spesial yang menarik, setiap hampers tidak hanya menawarkan kelezatan produk, tetapi juga menyampaikan pesan kebersamaan dan kehangatan kepada penerimanya.

Berdasarkan pemaparan data total penjualan per tahun dengan harga jual produk yang diberikan dan inovasi yang diterapkan dalam usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan, penelitian ini dimaksudkan untuk mengeksplorasi apakah terdapat dampak dari Harga dan Inovasi terhadap tingkat Kepuasan Pelanggan di Cabang Multatuli Usaha Angliss Bakehouse, Medan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada perusahaan dengan judul **“Pengaruh Harga dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang yang ada di atas, maka dapat disinyalir bahwa kepuasan seorang pelanggan disebabkan oleh :

1. Harga produk di Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan sejalan dengan kualitas yang diterima pelanggan, menciptakan sebuah nilai yang seimbang dan memuaskan bagi konsumen.
2. Inovasi yang dilakukan oleh Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan mengikuti perubahan tren pada masyarakat dan menjaga kualitas produk sehingga konsumen merasa puas ketika melakukan pembelian produk.

1.3. Batasan Masalah

Dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka agar penelitian dapat lebih difokuskan dan tidak meluas dari pembahasan yang diinginkan, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian meliputi harga (X1), inovasi (X2), dan kepuasan pelanggan (Y), penelitian ini dilakukan di Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, dapat dibuat perumusan masalah yaitu :

1. Apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan ?
2. Apakah ada pengaruh inovasi terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan ?

3. Apakah ada pengaruh harga dan inovasi terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan ?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh inovasi terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan inovasi terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan.

1.6. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi para akademis dan para praktisi pendidikan.

1. Bagi Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan
Dapat dijadikan sebagai dasar untuk melihat dampak dari hal - hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan sebagai informasi mengenai bagaimana pengaruh harga dan inovasi terhadap kepuasan pelanggan.
2. Bagi Akademis
Menambah khasanah ilmu pengetahuan serta memberi masukan dalam rangka penyusunan teori atau konsep-konsep baru terutama untuk

pengembangan pemikiran dalam memecahkan permasalahan yang berhubungan dengan harga dan inovasi terhadap kepuasan pelanggan di masa yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Teori Tentang Kepuasan Pelanggan

2.1.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Keuntungan yang diperoleh dari kepuasan pelanggan tidak hanya terbatas pada aspek keuangan semata, tetapi juga mencakup terbentuknya hubungan yang harmonis antara usaha bisnis dan konsumen. Kepuasan pelanggan menciptakan fondasi yang kokoh untuk menjalin interaksi positif, saling pengertian, dan kepercayaan di antara kedua belah pihak. Dengan demikian, terjalinnya hubungan yang harmonis ini tidak hanya memberikan keuntungan finansial, tetapi juga memperkuat citra positif dan reputasi perusahaan, menciptakan lingkungan yang saling menguntungkan bagi pertumbuhan dan kesinambungan bisnis.

Menurut Kotler & Keller (2007) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari kinerja yang dianggap ada pada produk atau jasa dan harapan pembeli.

Pendapat yang berbeda diungkapkan oleh Kotler et al. (2007) yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran yang mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Sedangkan menurut Husein (2005), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan

harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Menurut Supranto (2011), kepuasan konsumen adalah perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Jadi, kinerja suatu barang sekurang-kurangnya sama dengan yang diharapkan.

Dan menurut Oliver yang dikutip oleh Tjiptono & Diana (2015) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya.

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah penilaian pribadi yang muncul ketika seseorang membandingkan seberapa baik produk atau jasa berkinerja dengan harapannya. Ini melibatkan perasaan senang atau kekecewaan setelah mempertimbangkan sejauh mana produk atau jasa memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi pelanggan. Jadi, kepuasan pelanggan adalah hasil akhir dari pandangan positif terhadap sejauh mana produk atau jasa memenuhi harapan individu.

2.1.1.2 Arti Penting Kepuasan Pelanggan

Menurut Daga (2017) dalam Buku Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan respons yang ditunjukkan oleh konsumen terhadap pelayanan atau kinerja (hasil) yang diterima, kemudian konsumen akan membandingkan kinerja (hasil) dengan harapan yang

diinginkanya. Apabila kinerja (hasil) yang diterima lebih dari harapan maka konsumen tersebut merasa puas, begitu pula sebaliknya apabila kinerja (hasil) yang diterimanya tidak memenuhi atau sama dengan harapannya maka dapat dikatakan konsumen merasa tidak puas atas kinerja (hasil) yang diterima.

2.1.1.3 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler yang dikutip dari Buku *Total Quality Management* Tjiptono & Diana (2003), ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran kepuasan pelanggan, diantaranya :

1. Sistem keluhan dan saran

Organisasi yang berpusat pelanggan (*Customer Centered*) memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan. Informasi – informasi ini dapat memberikan ide – ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah – masalah yang timbul.

2. *Ghost shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan – temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk – produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.

3. *Lost customer analysis*

Perusahaan seyogiyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *customer loss rate* juga penting, peningkatan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

4. Survei kepuasan pelanggan

Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung. Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

2.1.1.4 Faktor Menentukan Kepuasan Pelanggan

Menurut Lupiyoadi (2001), menyebutkan lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, antara lain:

1. Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Produk dikatakan berkualitas bagi seseorang, jika produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya. Kualitas produk ada dua yaitu eksternal dan internal. Salah satu kualitas produk dari faktor eksternal adalah citra merek.

2. Kualitas pelayanan

Konsumen akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.

3. Emosional

Konsumen merasa puas ketika orang memuji dia karena menggunakan merek yang mahal.

4. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.

5. Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung lebih puas terhadap produk atau jasa tersebut.

2.1.1.5 Indikator Kepuasan Pelanggan

Karena ada begitu banyak pelanggan yang menggunakan produk dan setiap pelanggan menggunakannya secara berbeda, sikap berbeda, dan berbicara secara berbeda. Pada umumnya program kepuasan memiliki beberapa indikator-indikator Tjiptono (2009) yakni :

1. Kesesuaian harapan
2. Minat berkunjung kembali
3. Kesiediaan merekomendasikan

2.1.2 Teori Tentang Harga

2.1.2.1 Pengertian Harga

Harga adalah elemen utama dalam ranah ekonomi dan pemasaran yang memainkan peran sentral dalam mengelola dinamika pasar. Harga suatu produk atau layanan tidak hanya mencerminkan nilai materi dari barang tersebut, tetapi juga menciptakan persepsi nilai di antara konsumen. Dalam konteks bisnis, variabel harga menjadi kunci dalam membentuk keputusan pembelian, memengaruhi citra merek, dan menentukan daya saing suatu merek. Harga juga dapat berfungsi sebagai indikator kondisi ekonomi secara keseluruhan, memengaruhi perilaku konsumen dan struktur pasar. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam terhadap variabel harga menjadi sangat penting bagi pelaku bisnis, pemasar, dan analis ekonomi untuk efektif mengelola, menganalisis, dan meramalkan dinamika pasar yang kompleks.

Menurut Tjiptono (2008), pengertian harga disebutkan sebagai satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa.

Pernyataan yang berbeda dikemukakan oleh William J. Stanthon yang dikutip dari buku *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (Indrasari, 2019) yang menyatakan bahwa harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya.

Sedangkan menurut Philip Kotler, harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat – manfaat harga.

Menurut Morissan (2010), harga harus mengacu pada apa yang harus diberikan konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang biasanya menggunakan nilai uang.

Dan menurut Nirawana (2012), harga diterjemahkan sebagai biaya yang dibebankan dari produsen kepada konsumen.

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa harga adalah jumlah nilai moneter atau pertukaran yang diberikan oleh konsumen sebagai imbalan untuk memperoleh hak kepemilikan atau menggunakan suatu barang atau jasa. Ini mencakup jumlah uang yang diperlukan, mungkin dengan penambahan beberapa barang, untuk mendapatkan kombinasi produk dan layanan tertentu. Dalam konteks ini, harga mencerminkan nilai yang ditukar oleh konsumen sebagai hasil dari manfaat yang diperoleh dari suatu produk atau jasa. Oleh karena itu, harga dapat dianggap sebagai ukuran moneter dari nilai yang diberikan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka.

2.1.2.2 Peranan Harga

Menurut Kotler (2012) harga memiliki dua peranan penting dalam proses pengambilan keputusan, yaitu :

1. Peranan alokasi

Merupakan fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau nilai tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya beli.

2. Peranan informasi

Merupakan fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai faktor – faktor produk seperti kualitas. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi dimana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaatnya.

2.1.2.3 Metode Penetapan Harga

Menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2012:77) dalam (Zainurossalamia, 2017) yang menjelaskan metode – metode penetapan harga sebagai berikut :

1. Metode penetapan harga berbasis permintaan

Permintaan adalah suatu metode yang menekankan pada faktor – faktor yang mempengaruhi selera dan referensi pelanggan dari faktor – faktor seperti biaya, laba, dan persaingan. Permintaan pelanggan sendiri didasarkan pada berbagai pertimbangan.

2. Metode penetapan harga berbasis biaya

Faktor penentu harga dalam metode ini yang utama adalah aspek penawaran atau biaya. Harga ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu sehingga dapat menutupi biaya – biaya langsung, biaya *overhead*, dan laba.

3. Metode penetapan harga berbasis laba

Metode ini berusaha menyeimbangkan pendapatan dan biaya dalam penetapan harganya. Upaya ini dapat dilakukan atas dasar target volume laba spesifik atau dinyatakan dalam bentuk persentase terhadap penjualan atau investasi. Metode penetapan harga berbasis laba ini terdiri dari target harga keuntungan, target pengembalian atas harga jual, dan target pengembalian atas harga investasi.

4. Metode penetapan harga berbasis persaingan

Selain berdasarkan pada pertimbangan biaya, permintaan atau laba, harga juga dapat ditetapkan atas dasar persaingan, yaitu apa yang dilakukan pesaing. Metode penetapan harga berbasis persaingan terdiri dari harga diatas pada, atau di bawah harga pasar harga kerugian pemimpin dan harga penawaran yang disegel.

2.1.2.4 Tujuan Penetapan Harga

Menurut Swastha (2009) tujuan dalam penetapan harga, antara lain :

1. Mendapatkan laba maksimum. Terjadinya harga ditentukan oleh penjual dan pembeli. Semakin besar daya beli konsumen, semakin besar juga kemungkinan penjual untuk mendapatkan tingkat harga yang lebih tinggi.
2. Mendapatkan pengembalian investasi yang ditargetkan atau pengembalian pada penjualan bersih. Harga yang dapat dicapai dalam penjualan dimaksudkan untuk investasi secara berangsur. Dana yang dipakai untuk mengembalikan investasi hanya bisa diambil dari laba perusahaan dan

laba hanya bisa diperoleh apabila harga jual lebih besar dari jumlah biaya sebelumnya.

3. Mencegah atau mengurangi persaingan. Tujuan mencegah atau mengurangi persaingan dapat dilakukan melalui kebijakan harga. Hal tersebut dapat diketahui apabila para penjual menawarkan barang dengan harga yang sama. Oleh sebab itu, persaingan hanya mungkin dilakukan tanpa melalui kebijakan harga.
4. Mempertahankan dan memperbaiki *market share*. Dalam hal ini harga merupakan faktor yang penting. Bagi perusahaan kecil yang memiliki kemampuan sangat terbatas, biasanya penentuan harga ditunjukkan untuk sekedar mempertahankan *market share*. Perbaikan *market share* kurang diutamakan apabila persaingan sangat ketat.

2.1.2.5 Indikator Harga

Menurut Kotler & Armstrong (2008), terdapat lima indikator yang mencirikan harga. Kelima indikator tersebut adalah :

1. Keterjangkauan harga.
Harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan sesuai dengan target segmen pasar yang dipilih.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.
Kualitas produk menentukan besarnya harga yang akan ditawarkan kepada konsumen.
3. Daya saing harga.

Harga yang ditawarkan apakah lebih tinggi atau dibawah rata-rata dari pada pesaing.

4. Kesesuaian harga dengan manfaat.

Konsumen akan merasa puas ketika mereka mendapatkan manfaat setelah mengkonsumsi apa yang ditawarkan sesuai dengan nilai yang mereka keluarkan.

5. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan.

Ketika harga tidak sesuai dengan kualitas dan konsumen tidak mendapatkan manfaat setelah mengkonsumsi, konsumen akan cenderung mengambil keputusan untuk tidak melakukan pembelian. Sebaliknya jika harga sesuai, konsumen akan mengambil keputusan untuk membeli.

2.1.3 Teori Inovasi

2.1.3.1 Pengertian Inovasi

Inovasi tidak hanya menjadi kekuatan penggerak di berbagai bidang kehidupan, tetapi juga memiliki dampak yang signifikan dalam dunia bisnis. Dalam konteks bisnis, inovasi adalah kunci untuk mempertahankan daya saing, menciptakan keunggulan kompetitif, dan merespon perubahan pasar dengan cepat dan efektif. Perusahaan-perusahaan yang mampu mengadopsi budaya inovasi dalam semua aspek operasional mereka cenderung lebih berhasil dalam menciptakan produk dan layanan yang memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, serta menghadirkan solusi-solusi yang lebih efisien dan efektif. Oleh karena itu, dalam lingkungan bisnis yang terus berubah, kemampuan untuk

berinovasi menjadi salah satu faktor kunci yang membedakan antara kesuksesan dan kegagalan.

Menurut Nelly (2002) berpendapat bahwa inovasi produk menunjukkan pada pengembangan dan pengenalan produk baru atau dikembangkan yang berhasil di pemasaran.

Sedangkan menurut Thompson (2013) dalam (Zainurossalamia, 2017) inovasi produk adalah konsep yang luas, mencakup ide-ide dan pelaksanaan ide terhadap suatu produk yang baru.

Pernyataan yang berbeda diungkapkan oleh Dougherty & Hardy (1996) yaitu inovasi produk adalah merupakan suatu cara yang penting bagi perusahaan agar tetap dapat beradaptasi dengan pasar, teknologi, serta persaingan.

Menurut White dan Bruton (2007) dalam bukunya menyatakan bahwa inovasi produk adalah upaya penelitian dan pengembangan.

Dan menurut Drucker (1985) menyatakan bahwa inovasi produk merupakan satu hal yang potensial untuk menciptakan pemikiran dan imajinasi orang yang pada akhirnya menciptakan pelanggan.

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa inovasi produk memiliki berbagai pandangan yang berbeda dalam penjelasannya. Salah satu konsepnya adalah pengembangan serta peluncuran produk baru yang berhasil di pasaran. Ini mencakup ide-ide baru dan penerapannya pada produk baru. Inovasi produk juga dianggap sebagai cara penting bagi perusahaan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan pasar, teknologi, dan persaingan. Di samping itu, inovasi produk melibatkan usaha penelitian dan pengembangan, serta memiliki potensi untuk

memicu pemikiran dan imajinasi yang pada akhirnya menciptakan pelanggan baru. Oleh karena itu, inovasi produk melibatkan pengembangan ide baru, penelitian, dan implementasi produk yang sukses di pasar, dengan mempertimbangkan adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis dan potensi untuk menciptakan pelanggan baru.

2.1.3.2 Faktor Pendukung Inovasi

Menurut Quinn (Hendro, 2011), faktor – faktor pendukung untuk tercapainya keberhasilan penerapan kemampuan inovatif adalah :

1. Harus berorientasi pasar.
2. Hubungan inovasi dengan pasar yang didalamnya terdapat 5C, yaitu : pesaing, persaingan, perubahan persaingan, penentu arah perubahan, dan perilaku konsumen.
3. Mampu meningkatkan nilai tambah perusahaan.
4. Adanya *value added* sehingga mampu menjadi pendogkrak pertumbuhan dan perkembangan perusahaan.
5. Punya unsur efisiensi dan efektivitas.
6. Tanpa adanya efisiensi dan efektivitas dari sebuah inovasi yang ditemukan, maka inovasi tersebut tidak mempunyai arti atau dampak bagi kemajuan perusahaan.
7. Harus sejalan dengan visi dan misi perusahaan agar tidak menyimpang dari arah pertumbuhan usaha.

8. Inovasi harus berkelanjutan hingga menumbuhkan perusahaan menjadi lebih baik dan berkembang.

2.1.3.3 Sumber Terjadinya Inovasi

Menurut Hendro (2011) ada beberapa sumber yang bisa mendorong terjadinya sebuah inovasi. Sumber – sumber tersebut adalah :

1. Perbedaan antara permintaan dan penawaran
2. Penciptaan permintaan karena kecenderungan (*trend*)
3. Perubahan (*change*)
4. Masalah yang belum terpecahkan dalam jangka waktu yang lama
5. Inovasi yang ditujukan untuk mengganti inovasi produknya sendiri

2.1.3.4 Ciri Inovasi

Menurut Yuningsih & Silaningsih (2020) dalam buku Manajemen Bisnis dan Inovasi, ciri dari inovasi dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Memiliki kekhasan atau khusus artinya suatu inovasi memiliki ciri yang khas dalam arti ide, program, tatanan, sistem termasuk kemungkinan hasil yang diharapkan.
2. Memiliki ciri atau unsur kebaruanm, dalam arti suatu inovasi harus memiliki karakteristik sebuah karya dan buah pikiran yang memiliki kadar orsinalitas dan kebaruan.
3. Program inovasi dilakukan melalui program yang terencana, dalam arti bahwa suatu inovasi dilakukan melalui suatu proses yang tidak tergesa-

gesa, namun kegiatan inovasi dipersiapkan secara matang dengan program yang jelas dan direncanakan terlebih dahulu.

4. Inovasi yang digulirkan memiliki tujuan, program inovasi yang dilakukan harus memiliki arah yang ingin dicapai, termasuk arah dan strategi untuk mencapai tujuan tersebut.

2.1.3.5 Indikator Inovasi

Menurut Rayi & Aras (2021), indikator inovasi terdiri dari:

1. *Quality*
Kualitas produk merupakan hal terpenting dalam membuat keputusan pembelian dan berguna untuk mempertahankan atau meningkatkan kualitas produk sesuai dengan karakteristik konsumen.
2. *Modification*
Aktivitas perubahan salah satu dari karakteristik produk yang ada atau menambahkan beberapa atribut produk.
3. *Market Need*
Produk yang dibuat seiring dengan adanya kebutuhan dari pasar yang sesuai dengan pemenuhan tuntutan konsumen.

2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam mendukung penelitian ini, peneliti akan mereferensi beberapa penelitian terdahulu, yang akan digunakan untuk mendukung penelitian dalam melakukan penelitian ini, yaitu :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Yani Dahliani & Rohmat Hasanul Ahwal (2021) Jurnal Inovasi Penelitian, Vol. 2 No. 1 Juni 2021 ISSN Cetak 2722-9475 ISSN Online 2722-9467 Sinta 4 Jember	Kajian Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Gieselin Food Sukser Makmur di Jember.	Independen X_1 = Kualitas Produk X_2 = Harga X_3 = Lokasi X_4 = Promosi Dependen Y = Kepuasan Pelanggan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
2.	Muhammad Richo Rianto, Novita Wahyu Setyawati, Heni Rohaeni, Dewi Sri Woelandari (2022) Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 8(02), 2159-2166 ISSN: 2477-6157 e-ISSN : 2579-6534 Sinta 3 Bekasi	Pengaruh Harga, Promosi, dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Provider Telkomsel Pada Generasi Milenial Muslim di Kota Bekasi.	Independen X_1 = Harga X_2 = Promosi X_3 = Inovasi Dependen Y = Kepuasan Pelanggan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga dan Inovasi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
3.	Abdul Gofur (2019) Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT Vol.4, No.1 Februari 2019: 37 – 44 P-ISSN 2527-7502 E-ISSN 2581-2165 Sinta 3 Jakarta	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	Independen X_1 = Kualitas Pelayanan X_2 = Harga Dependen Y = Kepuasan Pelanggan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

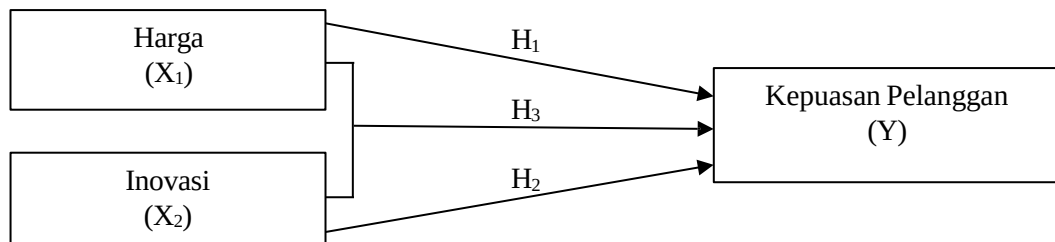
No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
4.	I Komang Linggar Yogi dan Komang Agus Satria Pramudana(2021) American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR) e-ISSN :2378-703X Volume-5, Issue-5, pp- 44-52	<i>The Effect of Ease of Transactions, Price and Perceived Usefulness on Customer Satisfaction for Gopay's Feature in Gojek Application</i>	Independent $X_1 = \text{Ease of}$ Transactions $X_2 = \text{Price}$ $X_3 = \text{Perceived}$ Usefulness Dependent $Y = \text{Customer}$ Satisfaction	<i>The research results show that Ease of Transactions, Price, and Perceived Usefulness has a significant positive effect on Customer Satisfaction.</i>
5.	Bali Benjamin Diaw & Gideon Asare (2018) European Journal of Research and Reflection in Management Sciences	<i>Effect of Innovation on Customer Satisfaction and Customer Retention in The Telecommunication Industry in Ghana: Customers' Perspectives</i>	Independent $X_1 = \text{Innovation}$ Dependent $Y_1 = \text{Customer}$ Satisfaction $Y_2 = \text{Customer}$ Retention	<i>The research results show that Innovation has a significant positive effect on Customer Satisfaction and Customer Retention.</i>
6.	China Diah Yulisetiarni and Yongky Ade Prahasta(2019) INTERNATIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC & TECHNOLOGY RESEARCH VOLUME 8, ISSUE 03, MARCH 2019 ISSN 2277-8616	<i>The Effect Of Price, Service Quality, Customer Value, And Brand Image On Customers Satisfaction Of Telkomsel Cellular Operators In East Java Indonesia</i>	Independent $X_1 = \text{Price}$ $X_2 = \text{Service Quality}$ $X_3 = \text{Customer}$ Value $X_4 = \text{Brand Image}$ Dependent $Y_1 = \text{Customer}$ Satisfaction	<i>The research results show that Price, Service Quality, Customer Value, and Brand Image has a significant positive effect on Customer Satisfaction.</i>

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu :

Gambar 2.1

Kerangka Konseptual Pengaruh Harga dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan



2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah sebuah prediksi awal yang bersifat sementara terhadap pertanyaan penelitian yang diajukan, dan prediksi tersebut memerlukan pengujian empiris untuk memverifikasi kebenarannya. Berdasarkan kerangka konseptual diatas, maka dapat dibuat hipotesis penelitian sebagai berikut ini :

- H₁: Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan.
- H₂: Terdapat pengaruh inovasi terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan.
- H₃: Terdapat pengaruh harga dan inovasi terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli beralamat di Jalan Multatuli No 6 Medan, Sumatera Utara.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dimulai dari Februari 2024 sampai dengan April 2024.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Sugiyono (2016), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi / sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2.2 Sumber Data

Menurut Heryana (2020) dan Sadiyah (2015) menyatakan sumber data dalam penelitian ada 2, yaitu :

1. Data Primer

Data primer adalah data sebagai informasi pertama dikumpulkan sendiri yang bersumber dari seseorang atau hasil eksperimen dalam subjek penelitian (*first hand*). Pada penelitian ini data primer diperoleh dengan menyebarkan kuisisioner kepada konsumen.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung berupa data tertulis yang didapat secara tidak langsung melalui buku, dokumen, jurnal dan artikel yang terkait dengan topik penelitian. (*second hand*).

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2016), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berbelanja di Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan pada tahun 2022 yang berjumlah 25.423 orang.

3.3.2 Sampel Penelitian

Menurut Somantri (2006), sampel adalah bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan menggunakan *accidental sampling* dimana konsumen yang ditemui terlebih dahulu secara kebetulan akan dijadikan sebagai sampel. Menurut Sugiyono (2016), *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode Slovin dalam Supriyanto & Iswandari (2017) dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = Total sampel

N = Total populasi

E = Toleransi kesalahan (5%)

$$n = \frac{25.423}{1 + 25.423 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{25.423}{255,23}$$

$$n = 99,608$$

Berdasarkan hasil yang didapat, jumlah sampel adalah sebanyak 100 konsumen dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10%.

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel penelitian 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. Berikut ini adalah beberapa definisi operasional variabel penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari kinerja yang dianggap ada pada produk atau jasa dan harapan pembeli.	1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiadaan merekomendasikan	Skala Likert
Harga (X ₁)	Sumber: Kotler & Keller (2007) Harga disebutkan sebagai satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa.	Sumber : Tjiptono (2009) 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Harga dapat memengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan	Skala Likert
	Sumber : Tjiptono (2008)	Sumber : Kotler & Keller (2007)	

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Inovasi (X_2)	Inovasi produk adalah konsep yang luas, mencakup ide-ide dan pelaksanaan ide terhadap suatu produk yang baru.	1. <i>Quality</i> 2. <i>Modification</i> 3. <i>Market Need</i>	Skala <i>Likert</i>
	Sumber : Thompson (2013)	Sumber : Rai & Aras (2021)	

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

Menurut Sugiyono (2016), kuesioner / angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam menentukan nilai jawaban digunakan Skala *Likert* sebagai skala ukur. Menurut Sugiyono (2016) dengan menggunakan Skala *Likert* dapat mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Tabel 3.2
Skala Jawaban Kuesioner

Jawaban	Skor
Sangat Setuju Sekali	5
Setuju Sekali	4
Setuju	3
Kurang Setuju	2
Tidak Setuju	1

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

Menemui tantangan dalam penelitian adalah suatu metode untuk memastikan akurasi dan ketidakberpihakan data yang diperoleh. Keberhasilan penelitian sangat bergantung pada keakuratan data, sehingga penting untuk memastikan bahwa kesimpulan yang diambil dapat diandalkan berdasarkan data yang tepat. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, penting untuk mengevaluasi sejauh mana validitas dan reliabilitas instrumen pengukuran yang digunakan dapat diandalkan.

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Ghazali (2013) uji validitas yaitu mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut yang dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item total correlations*) dengan nilai r tabel. Apabila nilai r hitung $> r$ tabel dan bernilai positif maka pernyataan tersebut dikatakan valid Ghazali (2013). Pengujian instrumen dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 30 responden Sugiyono (2016). Adapun nilai r tabel pada $df = (n-2)$ atau $30 - 2 = 28$ dengan tingkat probabilitas kesalahan 5% atau 0,05 yaitu 0,3610.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2013), reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner

dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Salah satu cara untuk menguji ini adalah dengan melihat nilai *Cronbach Alpha* yang terbentuk. Menurut Ghozali (2013) instrumen penelitian dikatakan reliabel jika *Cronbach's Alpha* $> 0,60$.

3.7 Teknik Analisa Data

3.7.1 Uji Asumsi Klasik

Syarat asumsi klasik yang harus dipenuhi tujuan pengujian asumsi klasik ini adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi dan konsisten. Model regresi berganda sebelum data tersebut dianalisis adalah sebagai berikut:

3.7.1.1 Uji Normalitas

Menurut Nugroho (2005) merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah di dalam model analisis regresi, variabel terkait dan variabel bebasnya sudah terdistribusi secara normal atau belum. Uji ini dapat menggunakan 3 metode analisis. Analisis tersebut meliputi analisis histogram, analisis grafik *normal probability plot*, dan analisis statistik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*.

Menurut Priyatno (2018), uji normalitas dengan metode *One Kolmogorov Smirnov* kriteria pengujiannya adalah:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi normal
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal

3.7.1.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menurut penjelasan Ghozali (2013) merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah di dalam model analisis regresi terdapat hubungan antara variabel bebas. Terjadi gejala multikoliniearitas jika nilai *tolerance* (TOL) nya berada di bawah nilai 0,1 dan nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF) nya berada diatas nilai 10.

3.7.1.3 Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2013), uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah di dalam model analisis regresi terdapat perbedaan antar varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Terjadi gejala heterokedastisitas jika di dalam grafik *scatterplot* terdapat pola – pola tertentu atau titik – titiknya tidak menyebar di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y (Santoso, 2006:251)

3.8 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2016), analisis regresi linier berganda adalah analisis yang dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model analisis regresi terdapat pengaruh secara bersamaan antara variabel bebas (independen) dengan variabel terikatnya (dependen). Persamaan regresi dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan : Y = Rasio Tobin's Q

- a = Konstanta
- b_1, b_2 = nilai koefisien regresi dari masing-masing variabel bebas
- X_1 = Variabel DAR
- X_2 = Variabel DER
- e = *Error Term* (5%)

3.9 Pengujian Hipotesis

3.9.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji parsial menurut penjelasan Kuncoro (2009) merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah di dalam model analisis regresi terdapat pengaruh variabel bebas (independen) secara individual terhadap variabel terikatnya (dependen). Terdapat pengaruh secara parsial jika nilai t_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan nilai t_{tabel} . Tes ini menggunakan ambang signifikansi 0,05 dan desain dua sisi, dengan syarat :

$H_0 : b_1, b_2 = 0$: Artinya Harga ; Inovasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan.

$H_a : b_1, b_2 \neq 0$: Artinya Harga ; Inovasi secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan.

Dalam penelitian ini nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 5 %. Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah :

- a. Jika $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ dan signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3.9.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji simultan menurut penjelasan Ghozali (2013) merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas (independen) yang dimasukkan dalam model analisis regresi mempunyai pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel terikatnya (dependen). Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansinya $< 0,05$ maka terdapat pengaruh secara bersama – sama antar variabel beba terhadap variabel terikatnya. Tes ini memiliki ambang batas signifikansi 0,05. Bentuk pemeriksaannya sebagai berikut :

$H_0 : b_1 = b_2 = 0$: Artinya Harga ; Inovasi secara simultan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan.

$H_a : b_1 = b_2 \neq 0$: Artinya Harga ; Inovasi secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan.

Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , pada tingkat signifikan $(\alpha) = 5 \%$. Kriteria penilaian hipotesis pada uji F ini adalah :

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, dan H_a diterima
- Jika, $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima, dan H_a ditolak

3.9.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur kemampuan variabel independen (X) dalam menjelaskan variabel dependen (Y). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika R^2 semakin kecil, maka kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen rendah. Jika R^2 semakin besar, maka kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen tinggi. Nilai yang mendekati satu berarti variabel – variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen Ghozali (2013)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan

Angliss Bakehouse memulai perjalanannya di Medan pada bulan Juni 2015, dengan pendirinya yang membawa pengalaman dua tahun dalam industri roti di Australia. Dedikasi dan keahlian yang dimiliki oleh pendirinya menjadi pondasi utama bagi Kepuasan Pelanggan roti dan kue ini. Keputusan untuk membuka Angliss Bakehouse tidak hanya didorong oleh peluang bisnis yang ada, tetapi juga oleh hasrat mendalam terhadap dunia pembuatan roti. Pada saat itu, Medan masih memiliki pilihan toko roti dan kue yang terbatas, sehingga kehadiran Angliss Bakehouse memberikan alternatif yang segar dan menarik bagi para pecinta bakery.

Frans Lay, pendiri Angliss Bakehouse, memperhatikan potensi besar di Medan untuk menghadirkan produk roti dan kue yang tidak hanya lezat tetapi juga autentik. Dengan tekad yang kuat dan semangat yang tinggi, mereka memutuskan untuk melangkah maju dengan membuka toko roti dan kue mereka sendiri. Dukungan yang diberikan oleh komunitas lokal dan respons positif dari pelanggan telah menjadi pendorong yang kuat bagi Angliss Bakehouse, memperkuat posisinya sebagai salah satu destinasi utama untuk menikmati berbagai macam roti, kue, dan pastry yang lezat.

Dengan pandangan jauh ke depan dan dedikasi terhadap kualitas, Angliss Bakehouse terus berupaya untuk memperluas dan meningkatkan penawarannya. Mereka tidak hanya berfokus pada kelezatan produk mereka, tetapi juga pada pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Dengan pendekatan ini, mereka

mencoba membangun hubungan yang kokoh dengan pelanggan mereka, menciptakan loyalitas yang kuat dan mendapatkan reputasi sebagai sumber terpercaya untuk produk roti dan kue berkualitas tinggi di kawasan tersebut.

Melalui dedikasi, inovasi, dan pelayanan yang luar biasa, Angliss Bakehouse terus untuk mencoba menetapkan standar baru dalam industri roti dan kue di Medan sehingga mereka tidak hanya menjadi tujuan favorit bagi pecinta makanan lokal, tetapi juga menjadi pilihan utama bagi siapa saja yang mencari pengalaman kuliner.

4.1.2 Visi dan Misi Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan

4.1.2.1 Visi Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan

Be one of the leading bake house in Indonesia.

4.1.2.2 Misi Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan

Menyajikan produk *baking* dengan kualitas premium dan harga terjangkau serta memahami berbagai kebutuhan *pastry* dari masyarakat dan memberikan layanan yang terbaik.

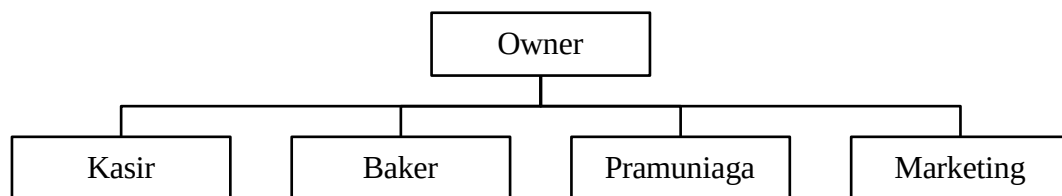
4.1.3 Struktur Organisasi Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan

Struktur organisasi merupakan aspek yang sangat vital dalam mencapai tujuan organisasi karena mengatur pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab secara jelas. Dalam struktur organisasi, terdapat kerangka kerja yang menentukan arah dan aliran kerja yang optimal, yang pada gilirannya meningkatkan

efisiensi dan efektivitas perusahaan. Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan menerapkan struktur organisasi fungsional, di mana susunan organisasi didasarkan pada fungsi-fungsi khusus dalam perusahaan. Dengan demikian, setiap bagian memiliki tanggung jawab spesifik yang sesuai dengan fungsinya, yang memfasilitasi koordinasi yang lebih baik dan pencapaian tujuan organisasi secara efektif.

Gambar 4.1

Struktur Organisasi Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan



Sumber: Angliss Bakehouse, 2024

Tugas dan wewenang dari masing – masing jabatan adalah sebagai berikut:

1. **Owner** bertanggung jawab atas kepemilikan dan pengelolaan keseluruhan bisnis, mengambil keputusan strategis, dan mengelola keuangan, sumber daya manusia, serta operasional secara keseluruhan.
2. **Kasir** bertanggung jawab atas transaksi keuangan di toko, menerima pembayaran dari pelanggan, dan mengelola kas harian serta melakukan pelaporan transaksi.
3. **Baker** bertanggung jawab atas pembuatan roti dan kue dengan memastikan kualitas, rasa, dan konsistensi produk serta mengelola persediaan bahan baku dan peralatan dapur.
4. **Pramuniaga** bertanggung jawab atas pelayanan pelanggan di toko, memnadu dan membantu pelanggan dalam memilih produk, mengatur penataan produk di toko dan menjaga kebersihan area penjualan.

5. **Marketing** bertanggung jawab atas strategi pemasaran dan promosi, mengembangkan dan melaksanakan kampanye iklan *offline* maupun *online*, dan mengelola media sosial serta situs web Angliss Bakehouse.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Karakteristik Responden

Dalam karakteristik responden, dijelaskan tentang populasi yang menjadi fokus penelitian, termasuk profil responden yang diperoleh dari analisis data kuesioner. Dari pembagian kuisisioner ke konsumen Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan, data dikumpulkan dari 130 konsumen sebagai responden penelitian. Proses pengumpulan data difokuskan pada kriteria seperti jenis kelamin, usia, pernah membeli di tahun tertentu, dan metode pembayaran yang digunakan.

Tabel 4.1

Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Total	Jumlah (%)
1	Laki - Laki	54 orang	41,54 %
2	Perempuan	76 orang	58,46 %
Total		130 orang	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas dapat dilihat bahwa dari 130 responden, responden yang berjenis kelamin laki – laki sebanyak 54 orang (41,54%) sedangkan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 76 orang (58,46%). Dengan demikian dapat diketahui bahwa dominan konsumen yang melakukan pembelian adalah perempuan.

Tabel 4.2*Karakteristik Responden berdasarkan Usia*

No	Usia	Total	Jumlah (%)
1	Di bawah 21 Tahun	4 orang	3,07%
2	21 Tahun sampai dengan 30 Tahun	79 orang	60,77 %
3	31 Tahun sampai dengan 40 Tahun	42 orang	32,30 %
4	Di atas 40 Tahun	5 orang	3,86 %
Total		130 orang	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas dapat dilihat bahwa dari 130 responden, responden yang berusia di bawah 21 tahun sebanyak 4 orang (3,07%), responden yang berusia 21 tahun sampai dengan 30 tahun sebanyak 79 orang (60,77%), responden yang berusia 31 tahun sampai dengan 40 tahun sebanyak 42 orang (32,30%), sedangkan yang berusia di atas 40 tahun sebanyak 5 orang (3,86%). Dengan demikian dapat diketahui bahwa dominan konsumen yang melakukan pembelian adalah yang berusia 21 sampai dengan 30 tahun.

Tabel 4.3*Karakteristik Responden berdasarkan Metode Pembayaran yang Digunakan*

No	Metode Pembayaran yang Digunakan	Total	Jumlah (%)
1	Transfer Bank	41 orang	31,54 %
2	Dompot Digital	60 orang	46,15 %
3	QRIS	29 orang	22,31 %
Total		130 orang	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas dapat dilihat bahwa dari 130 responden, responden yang menggunakan metode pembayaran transfer bank sebanyak 41 orang (31,54%), responden yang menggunakan metode pembayaran dompet digital sebanyak 60 orang (46,15%), sedangkan yang menggunakan metode pembayaran

QRIS sebanyak 29 orang (22,31%). Dengan demikian dapat diketahui bahwa dominan konsumen yang melakukan pembelian adalah yang menggunakan metode pembayaran dompet digital.

4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.2.2.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2013) uji validitas yaitu mengukur sah atau valid tidaknya suatu keuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan di ukur oleh kuesioner tersebut yang dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item total correlations*) dengan nilai r tabel. Menurut Priyatno, penilaian langsung terhadap koefisien korelasi dapat dilakukan dengan membandingkannya dengan nilai korelasi minimal 0,30, dan semua item dengan koefisien korelasi minimal 0,30 dianggap memiliki daya pembeda yang baik. Skor total dihitung dengan menjumlahkan skor semua item pada satu variabel (Priyatno, 2013).

Untuk menentukan nilai r_{tabel} , kita menggunakan tabel r dengan derajat kebebasan $df = n-2$ pada tingkat signifikansi 5%, di mana n adalah jumlah sampel, yaitu 30. Dengan demikian, nilai derajat kebebasan df adalah 28. Jika kita merujuk kembali ke tabel r dengan tingkat signifikansi 0,05 untuk uji dua arah, maka kita dapat menemukan bahwa nilai korelasi minimal yang signifikan adalah 0,361. Berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel penelitian yang dianalisis menggunakan SPSS 25 dapat dilihat pada Tabel 4.4 hingga Tabel 4.6 di bawah ini:

Tabel 4.4*Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_1)*

No	Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item Total Correlation</i>	Nilai Batas Minimal Korelasi	Keterangan
1	Harga yang ditawarkan oleh Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan sangat terjangkau oleh pelanggan.	0.925	0.361	Valid
2	Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan sering memberikan potongan harga.	0.925	0.361	Valid
3	Harga yang ditetapkan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan sangat sebanding dengan kualitas produk yang didapat pelanggan.	0.798	0.361	Valid
4	Harga yang ditetapkan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan sangat sesuai dengan keinginan pelanggan.	0.901	0.361	Valid
5	Harga produk pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan dapat bersaing dengan produk lain.	0.825	0.361	Valid
6	Harga produk pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan lebih ekonomis.	0.833	0.361	Valid
7	Anda melakukan pembelian produk pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan karena harga yang ditawarkan sangat terjangkau.	0.834	0.361	Valid
8	Anda melakukan pembelian produk pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan karena kualitas yang didapat sangat sebanding dengan harga yang ditetapkan.	0.884	0.361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan pada Tabel 4.4 diatas, dapat dilihat bahwa berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel harga, semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari nilai batas minimal korelasi 0.361 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner adalah valid. Pernyataan dengan nilai

paling tinggi terdapat pada pernyataan nomor 1 dan 2 dengan nilai 0.925 dan pernyataan dengan nilai paling rendah yaitu pada nomor 3 dengan nilai 0.798.

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi (X_2)

No	Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item Total Correlation</i>	Nilai Batas Minimal Korelasi	Keterangan
1	Kualitas produk yang dihasilkan Usaha Anglisss Bakehouse Cabang Multatuli Medan sangat memuaskan.	0.878	0.361	Valid
2	Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan memberikan inovasi terus menerus dalam produk mereka.	0.893	0.361	Valid
3	Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan sering melakukan modifikasi atau perubahan kecil pada produk ataupun layanan mereka.	0.903	0.361	Valid
4	Modifikasi dalam produk dan layanan yang dilakukan oleh Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan meningkatkan pengalaman berbelanja para konsumen.	0.744	0.361	Valid
5	Inovasi yang dilakukan oleh Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan sangat relevan dengan tren saat ini.	0.878	0.361	Valid
6	Inovasi yang dilakukan oleh Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan telah memenuhi apa yang diharapkan oleh pelanggan.	0.809	0.361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan pada Tabel 4.5 diatas, dapat dilihat bahwa berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel inovasi, semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari nilai batas minimal korelasi 0.361 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner adalah valid. Pernyataan dengan nilai paling tinggi terdapat pada pernyataan nomor 3 dengan nilai 0.903 dan pernyataan dengan nilai paling rendah yaitu pada nomor 4 dengan nilai 0.744.

Tabel 4.6*Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)*

No	Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item Total Correlation</i>	Nilai Batas Minimal Korelasi	Keterangan
1	Karyawan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan memberikan pelayanan yang sangat baik.	0.917	0.361	Valid
2	Produk yang ditawarkan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan sesuai dengan harapan pelanggan.	0.912	0.361	Valid
3	Pelanggan berminat untuk melakukan pembelian kembali pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan karena harga produk yang ditawarkan.	0.802	0.361	Valid
4	Pelanggan berminat untuk melakukan pembelian kembali pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan karena kemudahan dalam melakukan transaksi.	0.912	0.361	Valid
5	Saya akan merekomendasikan Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan karena harga produk yang ditawarkan	0.872	0.361	Valid
6	Saya akan merekomendasikan Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan karena kemudahan dalam melakukan transaksi.	0.886	0.361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan pada Tabel 4.6 diatas, dapat dilihat bahwa berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel kepuasan pelanggan menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari nilai batas minimal korelasi 0.361 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner adalah valid. Pernyataan dengan nilai paling tinggi terdapat pada pernyataan nomor 1 dengan nilai 0.917 dan pernyataan dengan nilai paling rendah yaitu pada nomor 3 dengan nilai 0.802.

4.2.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2013), reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Salah satu cara untuk menguji ini adalah dengan melihat nilai *Cronbach Alpha* yang terbentuk. Menurut Ghozali (2013) instrumen penelitian dikatakan reliabel jika *Cronbach's Alpha* > 0,60. Hasil pengujian reliabilitas variabel harga, inovasi dan kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel 4.7 dibawah ini :

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah Pernyataan
1	Harga (X ₁)	0.952	8
2	Inovasi (X ₂)	0.927	6
3	Kepuasan Pelanggan (Y)	0.942	6

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Pada Tabel 4.7 diatas dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan untuk variabel Harga (X₁) tersebut memiliki nilai *Cronbach's Alpha* 0.952 diatas 0.6 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dinyatakan reliabel. Kemudian seluruh pernyataan untuk variabel Inovasi (X₂) tersebut memiliki nilai *Cronbach's Alpha* 0.927 diatas 0.6 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dinyatakan reliabel. Dan seluruh pernyataan untuk variabel kepuasan pelanggan (Y) tersebut memiliki nilai *Cronbach's Alpha* 0.942 diatas 0.6 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dinyatakan reliabel.

4.2.3 Uji Asumsi Klasik

4.2.3.1 Uji Normalitas

Menurut Nugroho (2005) merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah di dalam model analisis regresi, variabel terkait dan variabel bebasnya sudah terdistribusi secara normal atau belum. Uji ini dapat menggunakan 3 metode analisis. Analisis tersebut meliputi analisis histogram, analisis grafik *normal probability plot*, dan analisis statistik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*.

Menurut Priyatno (2018), uji normalitas dengan metode *One Kolmogorov Smirnov* kriteria pengujiannya jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi normal sedangkan jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal

1. Pengujian Grafik

a. Grafik Histogram

Jika grafik histogram menampilkan pola yang mengikuti kurva normal atau membentuk bentuk lonceng, ini menandakan bahwa data memiliki distribusi normal. Hasil pengujian grafik histogram yang dapat dilihat pada Lampiran 12 diketahui bahwa titik data tersebar sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Grafik histogram juga menunjukkan pola distribusi yang mendekati normal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas untuk regresi dianggap terpenuhi.

b. Grafik Normal P-P Plot

Normal Probability Plot of Regression menunjukkan grafik data yang digunakan untuk mengevaluasi distribusi data apakah berdistribusi normal atau

tidak. Jika grafik *Normal Probability Plot of Regression* mengikuti garis diagonal, maka data dianggap berdistribusi normal. Hasil pengujian grafik normal P-P Plot yang dapat dilihat pada Lampiran 12 diketahui bahwa garis-garis mengikuti pola garis diagonal. Ini menandakan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi pengujian normalitas.

2. Pengujian Statistik

Menurut Priyatno, uji normalitas dengan metode *One Kolmogorov Smirnov* kriteria pengujiannya adalah (Priyatno, 2013):

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi normal
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal

Hasil pengujian statistik *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dapat dilihat pada Lampiran 12 diketahui bahwa hasil pengujian normalitas *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai tingkat signifikansi sebesar 0,200, yang lebih besar dari nilai alpha yang ditetapkan sebesar 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa distribusi data memenuhi asumsi normalitas berdasarkan pengujian statistik.

4.2.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menurut penjelasan Ghozali (2013) merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah di dalam model analisis regresi terdapat hubungan antara variabel bebas. Terjadi gejala multikolinieritas jika nilai *tolerance* (TOL) nya berada di bawah nilai 0,1 dan nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF) nya berada diatas nilai 10.

Hasil untuk pengujian multikolinieritas dapat dilihat pada Lampiran 10 dan dapat diamati bahwa nilai toleransi untuk variabel harga adalah 0,286 (lebih besar dari 0,10) dan inovasi adalah 0,286 (juga lebih besar dari 0,10), sedangkan nilai VIF untuk harga adalah 3,501 (lebih kecil dari 10) dan VIF untuk inovasi adalah 3,501 (juga lebih kecil dari 10). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada indikasi adanya masalah multikolinieritas antara variabel harga dan inovasi.

4.2.3.3 Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2013), uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah di dalam model analisis regresi terdapat perbedaan antar varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Terjadi gejala heterokedastisitas jika di dalam grafik *scatterplot* terdapat pola – pola tertentu atau titik – titiknya tidak menyebar di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y (Santoso, 2006:251). Hasil pengujian heterokedastisitas dapat dilihat pada Lampiran 11 dan diketahui bahwa titik-titik pada grafik Scatterplot tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas dalam data.

4.2.4 Teknik Analisis Data

4.2.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2016), analisis regresi linier berganda adalah analisis yang dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model analisis regresi terdapat pengaruh secara bersamaan antara variabel bebas (independen) dengan variabel

terikatnya (dependen). Persamaan regresi dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan : Y = Rasio Tobin's Q
 a = Konstanta
 b₁, b₂ = nilai koefisien regresi dari masing-masing variabel bebas
 X₁ = Variabel DAR
 X₂ = Variabel DER
 e = *Error Term* (5%)

Hasil untuk pengujian analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada Lampiran 13 dan diketahui pada *Unstandardized Coefficients* bagian B diperoleh persamaan regresi linier berganda yaitu dengan rumus berikut :

$$\text{Kepuasan Pelanggan} = 3.693 + 0.412 \text{ Harga} + 0.270 \text{ Inovasi} + e$$

Berdasarkan persamaan diatas maka dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Konstanta (α) = 3,693 menunjukkan nilai konstanta, jika nilai variabel bebas (X₁) yaitu harga dan variabel (X₂) yaitu inovasi bernilai 0 maka kepuasan pelanggan adalah sebesar 3,693.
2. Koefisien X₁ (b₁) = 0,412 menunjukkan bahwa variabel harga (X₁) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,412. Artinya setiap peningkatan harga (X₁) sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 41,2%.
3. Koefisien X₂ (b₂) = 0,270 menunjukkan bahwa variabel inovasi (X₂) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,270. Artinya setiap peningkatan inovasi (X₂) sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 27%.

4.2.4.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji parsial menurut penjelasan Kuncoro (2009) merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah di dalam model analisis regresi terdapat pengaruh variabel bebas (independen) secara individual terhadap variabel terikatnya (dependen). Terdapat pengaruh secara parsial jika nilai t_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan nilai t_{tabel} . Tes ini menggunakan ambang signifikansi 0,05 dan desain dua sisi, dengan syarat :

$H_0 : b_1, b_2 = 0$: Artinya harga ; inovasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan.

$H_a : b_1, b_2 \neq 0$: Artinya harga ; inovasi secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan.

Dalam penelitian ini nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 5 %. Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah :

- Jika $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ dan signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $> t_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Penentuan dalam menentukan nilai t_{tabel} maka diperlukan adanya derajat bebas, dengan rumus $df = n - k = 100 - 3 = 97$ sehingga didapatkan nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,984. Sedangkan nilai t_{hitung} akan diperoleh dengan menggunakan bantuan program SPSS, kemudian akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tingkat $\alpha = 5\%$.

Hasil uji t_{hitung} dapat dilihat pada Lampiran 13. Dari hasil pengujian tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

H1 : Adanya pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan

Pada harga (X_1) terlihat bahwa nilai $t_{hitung} (5,197) > t_{tabel} (1,984)$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan.

H2 : Adanya pengaruh inovasi terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan

Pada inovasi (X_2) terlihat bahwa nilai $t_{hitung} (2,607) > t_{tabel} (1,984)$ dengan tingkat signifikan $0,011 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa inovasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan.

4.2.4.3 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji f)

Uji simultan menurut penjelasan Ghozali (2013) merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas (independen) yang dimasukkan dalam model analisis regresi mempunyai pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel terikatnya (dependen). Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansinya $< 0,05$ maka terdapat pengaruh secara bersama – sama antar variabel beba terhadap variabel terikatnya. Tes ini memiliki ambang batas signifikansi 0,05. Bentuk pemeriksaannya sebagai berikut :

$H_0 : b_1 = b_2 = 0$: Artinya harga ; inovasi secara simultan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan.

$H_a : b_1 = b_2 \neq 0$: Artinya harga ; inovasi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan.

Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 5 %. Kriteria penilaian hipotesis pada uji F ini adalah:

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, dan H_a diterima
- Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima, dan H_a ditolak

Penentuan dalam menentukan nilai F_{tabel} , maka diperlukan adanya derajat bebas dengan rumus:

- df (pembilang) = $k - 1 = 3 - 1 = 2$
- df (penyebut) = $n - k = 100 - 3 = 97$

Keterangan :

n = Jumlah populasi penelitian

k = Jumlah variabel bebas dan terikat

Dengan diketahuinya df (pembilang) adalah 2 dan df (penyebut) adalah 97, maka dapat diperoleh nilai F_{tabel} adalah 3,09. Sedangkan nilai F_{hitung} akan diperoleh dengan menggunakan program SPSS, kemudian akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} pada tingkat $\alpha = 5\%$. Hasil uji F_{hitung} dapat dilihat pada Lampiran 13. Dari hasil pengujian tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

H3 : Adanya pengaruh harga dan inovasi terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan

Pada Tabel 4.12 diatas, dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} (99,429) > F_{tabel} (3,09) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa harga dan inovasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan.

4.2.4.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur kemampuan variabel independen (X) dalam menjelaskan variabel dependen (Y). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika R^2 semakin kecil, maka kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen rendah. Jika R^2 semakin besar, maka kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen tinggi. Nilai yang mendekati satu berarti variabel – variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen Ghazali (2013). Hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada Lampiran 13 dan dapat diketahui bahwa nilai *R Square* (R^2) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0.672 artinya variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel harga dan inovasi sebesar 67,2% sedangkan sisanya 32,8% dipengaruhi oleh variabel – variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti kemudahan transaksi, kompetensi kewirausahaan, promosi, dan lain-lain.

4.2.4.5 Kontribusi Variabel

Variabel harga dan inovasi tentu saja memiliki besar nilai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Selain uji *R square*, penting untuk mengetahui seberapa besar kekuatan masing – masing dari variabel harga dan inovasi terhadap kepuasan pelanggan. Berikut pengujiannya:

Tabel 4.8

Hasil Peran Dominan Variabel Bebas

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Harga (X1)		. Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).
2	Inovasi (X2)		. Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Dari hasil pengujian tersebut, diketahui bahwa variabel harga memberikan pengaruh yang lebih dominan terhadap keputusan pembelian karena posisinya yang berada di urutan paling atas setelah variabel inovasi. Selanjutnya, perlu untuk mengetahui seberapa besar kekuatan kontribusi masing – masing variabel bebas dalam menjelaskan kekuatan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Untuk mengetahui kontribusi masing – masing variabel bebas, maka harus mengetahui terlebih dahulu nilai koefisien korelasinya yang hasil pengujiannya dapat dilihat pada Lampiran 13. Selanjutnya mencari seberapa besar kontribusi harga dan inovasi terhadap kepuasan pelanggan. Rumus untuk mencari kontribusi variabel X terhadap Y adalah sebagai berikut:

Kontribusi Variabel X = *Koefisien Standardized* x Koefisien Korelasi

Berdasarkan rumus tersebut, maka berikut adalah perhitungan untuk mengetahui kontribusi secara parsial dari harga terhadap Keputusan Pembelian:

1. Kontribusi harga $= 0,566 \times 0,762 = 0,43163$
2. Kontribusi inovasi $= 0,284 \times 0,849 = 0,24132$
3. Kontribusi secara simultan $= 0,43163 + 0,24132 = 0,67295$ adalah sama dengan besarnya *Rsquare*

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka dapat dijelaskan beberapa hal dalam uraian berikut ini:

1. Besarnya kontribusi harga terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,43163, ini artinya secara parsial harga mampu menjelaskan kekuatan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan sebesar 43,1%.
2. Besarnya kontribusi inovasi terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,24132, ini artinya secara parsial inovasi mampu menjelaskan kekuatan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan sebesar 24,1%.
3. Besarnya kontribusi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,67295, ini artinya harga dan inovasi secara bersamaan mampu menjelaskan kekuatan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan sebesar 67,2%. Hasil ini selaras dengan nilai *R square* pada hasil pengujian koefisien determinasi.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara harga terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan.

Berdasarkan variabel harga dengan indikator keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan harga dapat memengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan. Dengan hal ini dapat ditunjukkan bahwa pada hasil penelitian ini, pemilik Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan menawarkan harga produk yang sangat terjangkau oleh pelanggan dan sering memberikan potongan harga pada produk mereka.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yani Dahliani dan Rohmat Hasanul Ahwal (2021) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa harga secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4.3.2 Pengaruh Inovasi terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara inovasi terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan.

Berdasarkan variabel inovasi dengan indikator *quality*, *modification*, dan *market need*. Dengan hal ini dapat ditunjukkan bahwa pada hasil penelitian ini, pemilik Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan terus berinovasi dalam dengan sering melakukan modifikasi atau perubahan kecil pada produk atau layanan mereka.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Richo Rianto, Novita Wahyu Setyawati, Heni Rohaeni, dan Dewi Sri Woelandari (2022) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi secara

parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4.3.3 Pengaruh Harga dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji-F, diketahui bahwa variabel harga dan inovasi memiliki nilai $F_{hitung} (99,249) > F_{tabel} (3,09)$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara harga dan inovasi terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan.

Berdasarkan variabel kepuasan pelanggan dengan indikator kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Dengan hal ini memperlihatkan bahwa kepuasan pelanggan Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan sebagian besar dipengaruhi oleh pelayanan yang sangat baik yang dilakukan oleh karyawan Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan.

Nilai *R Square* (R^2) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,621 artinya variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel harga dan inovasi sebesar 67,2% sedangkan sisanya 32,8% dipengaruhi oleh variabel – variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini, seperti kemudahan transaksi, kompetensi kewirausahaan, promosi, dan lain-lain.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Richo Rianto, Novita Wahyu Setyawati, Heni Rohaeni, dan Dewi Sri Woelandari (2022) dengan judul “Kajian Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Gieselin Food Sukser Makmur di

Jember” yang mengatakan bahwa harga dan motivasi wirausaha secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka penulis membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut ini :

1. Hasil Uji-t menunjukkan bahwa harga secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan.
2. Hasil Uji-t menunjukkan bahwa Inovasi secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan.
3. Hasil Uji-F menunjukkan bahwa harga dan inovasi secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan.

5.2 Saran Akademis

Saran - saran yang dapat diberikan kepada akademis adalah :

1. Menambah Variabel Penelitian

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk dapat meneruskan penelitian ini dengan mencari variabel - variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan selain variabel harga dan inovasi.

2. Perluasan Cakupan Geografis

Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah jumlah sampel yang kurang beragam karena pembagian angket hanya diambil dari konsumen pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan. Selanjutnya diharapkan penelitian berikut mampu memperluas cakupan wilayahnya misalnya kawasan usaha *bakehouse* yang ada di Kota Medan.

3. Menambah Jumlah Responden

Sehubungan dengan keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, penelitian ini hanya mengambil 100 orang responden sebagai sampel. Dengan demikian, untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk meningkatkan jumlah responden sehingga lebih dapat mewakili keadaan yang sebenarnya.

5.3 Implikasi Manajerial

Berdasarkan analisa yang telah penulis lakukan, maka didapatkan hasil implikasi yang dapat diberikan kepada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan sebagai berikut :

1. Harga pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan harus dipertahankan dengan cara sebagai berikut:
 - a. Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan dapat mempertahankan harga yang sebanding dengan kualitas yang didapatkan sehingga pelanggan akan tetap melakukan pembelian ulang.

- b. Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan dapat mempertahankan harga yang terjangkau dan lebih sering memberikan potongan harga kepada konsumen sehingga konsumen akan menjadi lebih loyal dan akan terus melakukan pembelian ulang.
- 2. Inovasi pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan perlu ditingkatkan dengan cara sebagai berikut :
 - a. Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan dapat terus melakukan modifikasi kecil pada produk dan layanan mereka untuk meningkatkan pengalaman berbelanja para konsumen.
 - b. Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan dapat terus melakukan modifikasi kecil pada produk dan layanan mereka sehingga produk dan layanan mereka akan menjadi lebih baik dari sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. A. (2017). Model Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Stie Eka Prasetya Medan. *Sumber*, 5(2017), 292.
- Akbar, M. A., & Situmorang, I. R. (2021). Pengaruh perceived value terhadap loyalitas dengan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada umkm di sumatera utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 203-211.
- Gultom, P. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Quality Fried Chicken Jalan Ismaliyah Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 44-53.
- Gultom, P. P. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Pengawasan Manajemen terhadap Perkembangan Perusahaan PT Ekuator Swarna Sekuritas Cabang Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 46-58.
- Gultom, P., & Karnadi, J. (2019). PENGARUH E-COMMERCE DAN TRANSPORTASI ONLINE TERHADAP HARGA JUAL PRODUK CV. SURYA SAKTI ENGINEERING. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 13-23.
- Gultom, P., Fenny, F., Januariy, W., Leonardi, N., & Sianturi, R. A. (2023). PELATIHAN PEMASARAN BERBASIS E-COMMERCE PADA PRODUK KAIN ECOPRINT HASIL IMPLEMENTASI P5 DI PERGURUAN SMA WR SUPRATMAN 1 MEDAN. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(2), 191-194.
- Gultom, P., Manik, D. E. M., Nainggolan, E., Gea, S. K., & Hoki, F. (2023). WORKSHOP SENI MERANGKAI BUNGA SEBAGAI PELUANG USAHA KREATIF BAGI IBU-IBU JEMAAT GKPI KHUSUS TELADAN. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(1), 89-93.
- Gustina, I. (2019). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI STIE EKA PRASETYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 60-67.
- Lazuardi, D., Gustina, I., & Rinaldi, M. (2022). Relationship of Location, Price, and Promotion to Interest in Buying Gordyn at Soni Interior House. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3795-3800.
- Loo, P., Hastalona, D., Yakub, S., & Firmansyah, E. (2022). Analysis Of Factors Affecting The Rate Of Equity Returning Affecting Credit Distribution In Commercial Banks (Persero) In 2017-2020. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 11-22.
- Manik, D. E. M., & Erveni, E. (2020). Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 34-43
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer

satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk kcu asia branch. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2465-2468.

Muammar Rinaldi, C. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR).

Nainggolan, E. (2020). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Sumatera Utara (2010-2019). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 89-99.

Nainggolan, E. (2020). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN ANAK PADA TOKO REZEKI WIJAYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 12-21.

Nainggolan, E. (2022). Influence of Inventory and Product Quality on Sales Volume at PT. Bilah Baja Makmur Abadi. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 66-76.

Nainggolan, E., Rinaldi, M., & Dalimunthe, M. B. (2022). Analysis Of The Effect Of Personal Sales And Product Quality On Consumer Purchase Decisions. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2431-2435.

Nasution, E. S., & Rinaldi, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Pada PT. Alfa Scorpii Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies)*, 7 (1), 66-78.

Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 212-225.

Rezeki, S. (2024). Pengaruh Promosi Penjualan dan Persediaan Terhadap Volume Penjualan Pada PT Kingled Indonesia. *Senashtek 2024*, 2(1), 351-358.

Rezeki, S., & Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 9-20.

Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.

Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.

Rezeki, S., Rinaldi, M., Gustina, I., & Lodian, A. (2022). The Influence Of Consumer Behavior and Prices On Consumer Decisions to Buy Products At PT. Daikin Airconditioning Indonesia. *Jurnal*

Manajemen Bisnis Eka Prasetya, 8(1), 284-295.

Rinaldi, M., & Rahmadana, M. F. (2020). Determinant analysis of household income inequality and poverty in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 1414-1420.

Rinaldi, M., Irawan, D., & Nasution, A. R. (2022). Comparison Of Human Development Index Before And During The Covid-19 Pandemic. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2404-2408.

Siagian, F. V., & Rinaldi, M. (2020). Analisis Kinerja Keuangan Dengan Menggunakan Metode RGEC Pada Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Akuntansi*, 6(1), 73-87.

Siagian, Y., & Sinaga, H. D. E. (2021). Penerapan E-CRM Penjualan Sapi di Gapoktan Bina Tani Kepenghuluan Sintong. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer dan Informatika)*, 5(2), 1113-1121.

Siagian, Y., & Sinaga, H. D. E. (2021). Penerapan E-CRM Penjualan Sapi di Gapoktan Bina Tani Kepenghuluan Sintong. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer dan Informatika)*, 5(2), 1113-1121.

Siatama, A., Sinaga, H. D. E., & Akbar, M. A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Marketplace Terhadap Keputusan Pembelian Pt Calispo Multi Utama Medan. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 6(2), 381-387.

Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). ANALISIS PERILAKU MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KEMBALI KE PULAU SAMOSIR. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.

Siringoringo, M. J. B., Nasution, M. H., Firmansyah, E., Sitorus, S. A., & Loo, P. (2022). MODAL KERJA, ASET DAN SUKU BUNGA TERHADAP PERUBAHAN LABA PADA PT. SANFREMY PRATAMA MEDAN. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(03), 63-75.

Situmorang, I. R. (2022). Effect of Service Quality and Relational Marketing on Consumer Purchasing Decisions at PT. Garuda Teladan Biscuid Binjai North Sumatra. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(2), 229-242.

Situmorang, I. R. (2023). The Influence of Consumer Motivation, Consumer Perceptions and Attitudes Towards Product Purchase Decisions at PT. Unikitz Bersatu Group Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 1-9.

Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.

Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.

Tirtayasa, S., Yusri, M., & Rinaldi, M. (2022). Business Strategies of MSMEs During COVID-19, Deli Serdang, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 434-441.

Wahyuni, P., Rinaldi, M., & Saputra, A. E. (2022). The Effect of Accounting Information Systems And Internal Audits on Internal Control at PT. Sierra Mandiri Distribusindo. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 1673-1679.

Yuningsih, E., & Silaningsih, E. (2020). *Manajemen Bisnis dan Inovasi*. Widina Bhakti Persada.

Zainurossalamia, S. (2017). *Manajemen Pemasaran dan Bisnis bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. RV Pustaka Horizon.

LAMPIRAN 1

LEMBARAN KUISIONER

PENGARUH HARGA DAN INOVASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA USAHA ANGLISS BAKEHOUSE CABANG MULTATULI MEDAN

Responden yang terhormat,

Saya mohon kesediaan Saudara/i untuk menjawab pertanyaan maupun pernyataan pada kuisisioner penelitian ini. Seluruh informasi yang Saudara/i berikan adalah sebagai data penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi. Atas waktu dan kesediaan Saudara/i dalam mengisi kuisisioner ini, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya.

I. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : ☐ Laki – Laki
Perempuan ☐
3. Usia : ☐ < 21 Tahun
21 – 30 Tahun ☐
31 – 40 Tahun ☐
> 40 Tahun ☐
4. Metode Pembayaran yang Digunakan: ☐ Transfer Bank
☐ Dompot Digital
☐ QRIS

II. Petunjuk Pengisian

Saudara/i diharapkan hanya memilih salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat saudara dengan cara memberikan tanda *checklist* (✓) pada kotak yang tersedia.

Pilihan Jawaban :

- STS : Sangat Setuju Sekali
- SS : Setuju Sekali
- S : Setuju
- KS : Kurang Setuju
- TS : Tidak Setuju

HARGA

No.	Pernyataan	STS	SS	S	KS	TS
Keterjangkauan Harga						
1.	Harga yang ditawarkan oleh Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan sangat terjangkau oleh pelanggan.					
2.	Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan sering memberikan potongan harga.					
Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk						
3.	Harga yang ditetapkan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan sangat sebanding dengan kualitas produk yang didapat pelanggan.					
4.	Harga yang ditetapkan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan sangat sesuai dengan keinginan pelanggan.					

Daya Saing Harga						
5.	Harga produk pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan dapat bersaing dengan produk lain.					
6.	Harga produk pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan lebih ekonomis.					
Harga Dapat Memengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan						
7.	Anda melakukan pembelian produk pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan karena harga yang ditawarkan sangat terjangkau.					
8.	Anda melakukan pembelian produk pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan karena kualitas yang didapat sangat sebanding dengan harga yang ditetapkan.					

INOVASI

No.	Pernyataan	STS	SS	S	KS	TS
Quality						
1.	Kualitas produk yang dihasilkan Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan sangat memuaskan.					
2.	Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan memberikan inovasi terus menerus dalam produk mereka.					
Modification						
3.	Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan sering melakukan modifikasi atau perubahan kecil pada produk ataupun layanan mereka.					

4.	Modifikasi dalam produk dan layanan yang dilakukan oleh Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan meningkatkan pengalaman berbelanja para konsumen.					
Market Need						
5.	Inovasi yang dilakukan oleh Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan sangat relevan dengan tren saat ini.					
6.	Inovasi yang dilakukan oleh Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan telah memenuhi apa yang diharapkan oleh pelanggan.					

KEPUASAN PELANGGAN

No.	Pernyataan	STS	SS	S	KS	TS
Kesesuaian Harapan						
1	Karyawan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan memberikan pelayanan yang sangat baik.					
2.	Produk yang ditawarkan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan sesuai dengan harapan pelanggan.					
Minat Berkunjung Kembali						
3.	Pelanggan berminat untuk melakukan pembelian kembali pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan karena harga produk yang ditawarkan.					
4.	Pelanggan berminat untuk melakukan pembelian kembali pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan karena kemudahan dalam melakukan transaksi.					

Kesediaan Merekomendasikan						
5.	Saya akan merekomendasikan Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan karena harga produk yang ditawarkan					
6.	Saya akan merekomendasikan Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan karena kemudahan dalam melakukan transaksi.					

LAMPIRAN 2

TABULASI DATA VALIDITAS DAN RELIABILITAS

RESPONDEN	HARGA (X ₁)								TOTAL X ₁
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	4	5	3	5	4	4	5	5	35
2	4	5	3	3	4	5	2	4	30
3	4	5	4	5	4	3	4	5	34
4	4	5	5	3	5	4	4	3	33
5	5	4	5	4	4	5	4	4	35
6	5	5	2	5	4	5	4	5	35
7	4	4	3	5	4	5	5	3	33
8	4	5	4	3	5	3	5	4	33
9	5	5	5	5	3	2	4	5	34
10	4	5	4	5	4	5	4	5	36
11	5	3	4	4	4	4	3	5	32
12	5	5	3	4	3	4	2	4	30
13	5	5	4	5	5	4	4	4	36
14	5	4	5	5	2	3	5	5	34
15	4	5	3	4	5	4	5	4	34
16	2	2	3	2	1	2	3	3	18
17	1	1	2	3	3	1	1	1	13
18	2	2	2	1	1	2	2	1	13
19	2	2	1	1	1	1	2	3	13
20	3	1	2	2	3	2	1	2	16
21	2	1	3	2	1	3	2	2	16
22	2	2	1	2	2	2	1	1	13
23	2	2	2	2	1	1	3	2	15
24	2	1	2	2	2	2	2	2	15
25	2	1	1	1	2	2	3	3	15
26	2	2	2	2	2	2	2	1	15
27	2	2	1	2	2	2	1	1	13
28	1	2	3	1	3	2	2	3	17
29	2	2	1	2	1	2	1	2	13
30	2	2	2	1	1	1	2	1	12

RESPONDEN	INOVASI (X ₂)						TOTAL X ₂
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	4	4	2	5	5	4	24
2	5	5	5	3	4	4	26
3	3	5	5	5	5	4	27
4	4	4	3	4	5	5	25
5	4	5	4	4	3	5	25
6	4	5	5	3	3	5	25
7	4	4	4	3	4	5	24
8	5	4	2	3	5	3	22
9	4	4	5	5	4	2	24
10	4	5	4	3	4	5	25
11	5	4	5	4	5	5	28
12	5	3	5	4	5	3	25
13	5	3	4	5	4	3	24
14	4	3	4	5	5	5	26
15	5	4	5	5	4	5	28
16	3	2	1	4	1	2	13
17	1	1	2	2	3	3	12
18	1	1	1	3	1	1	8
19	2	2	2	4	3	3	16
20	2	2	1	1	1	3	10
21	1	1	1	3	2	1	9
22	2	1	1	2	1	2	9
23	1	2	2	3	2	1	11
24	1	2	1	1	2	2	9
25	1	1	1	2	3	1	9
26	3	2	1	1	1	1	9
27	1	2	2	1	1	1	8
28	3	1	1	2	2	4	13
29	2	1	1	1	2	3	10
30	3	1	1	2	2	3	12

RESPONDEN	KEPUASAN PELANGGAN (Y)						TOTAL Y
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	5	5	5	5	4	4	28
2	5	4	4	5	4	4	26
3	5	4	4	5	4	4	26
4	4	3	5	4	4	5	25
5	4	4	4	4	4	4	24
6	4	4	1	4	3	5	21
7	4	5	3	4	2	4	22
8	3	5	2	4	3	5	22
9	4	5	4	4	5	4	26
10	5	5	2	3	3	5	23
11	5	4	4	5	4	4	26
12	5	5	4	5	3	4	26
13	5	5	3	5	4	5	27
14	4	4	5	4	4	4	25
15	5	4	4	4	5	4	26
16	1	2	2	2	2	3	12
17	1	1	2	1	2	2	9
18	2	2	3	1	1	2	11
19	3	2	1	3	2	1	12
20	3	1	2	1	1	2	10
21	1	2	1	1	2	1	8
22	1	2	1	1	2	1	8
23	2	1	1	3	2	1	10
24	2	1	3	3	3	1	13
25	1	1	1	2	2	2	9
26	2	2	1	1	2	3	11
27	2	1	2	3	2	1	11
28	1	2	2	2	2	1	10
29	3	1	1	2	1	1	9
30	2	1	2	1	2	1	9

LAMPIRAN 3

HASIL ANALISIS DATA VALIDITAS HARGA (X₁)

Correlations										
		Harga yang ditawarkan oleh Usaha Angliss Bakehouse Cabang Mutatuli Medan sangat terjangkau oleh pelanggan	Usaha Angliss Bakehouse Cabang Mutatuli Medan sering memberikan potongan harga	Harga yang ditetapkan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Mutatuli Medan sangat sebanding dengan kualitas produk yang didapat pelanggan	Harga yang ditetapkan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Mutatuli Medan sangat sesuai dengan keinginan pelanggan	Harga produk pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Mutatuli Medan dapat bersaing dengan produk lain	Harga produk pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Mutatuli Medan lebih ekonomis	Anda melakukan pembelian produk pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Mutatuli Medan karena harga yang ditawarkan sangat terjangkau	Anda melakukan pembelian produk pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Mutatuli Medan karena kualitas yang didapat sangat sebanding dengan harga yang ditetapkan	TOTAL X1
Harga yang ditawarkan oleh Usaha Angliss Bakehouse Cabang Mutatuli Medan sangat terjangkau oleh pelanggan	Pearson Correlation	1	,851**	,720**	,851**	,691**	,774**	,694**	,826**	,925**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Usaha Angliss Bakehouse Cabang Mutatuli Medan sering memberikan potongan harga	Pearson Correlation	,851**	1	,674**	,808**	,766**	,750**	,741**	,789**	,925**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Harga yang ditetapkan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Mutatuli Medan sangat sebanding dengan kualitas produk yang didapat pelanggan	Pearson Correlation	,720**	,674**	1	,664**	,596**	,546**	,688**	,682**	,796**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,001	,002	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Harga yang ditetapkan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Mutatuli Medan sangat sesuai dengan keinginan pelanggan	Pearson Correlation	,851**	,808**	,664**	1	,690**	,720**	,715**	,762**	,901**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Harga produk pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Mutatuli Medan dapat bersaing dengan produk lain	Pearson Correlation	,691**	,766**	,596**	,690**	1	,738**	,613**	,623**	,825**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000		,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Harga produk pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Mutatuli Medan lebih ekonomis	Pearson Correlation	,774**	,750**	,546**	,720**	,738**	1	,586**	,666**	,833**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,002	,000	,000		,001	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Anda melakukan pembelian produk pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Mutatuli Medan karena harga yang ditawarkan sangat terjangkau	Pearson Correlation	,694**	,741**	,688**	,715**	,613**	,586**	1	,747**	,834**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,001		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Anda melakukan pembelian produk pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Mutatuli Medan karena kualitas yang didapat sangat sebanding dengan harga yang ditetapkan	Pearson Correlation	,826**	,789**	,682**	,762**	,623**	,666**	,747**	1	,884**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL X1	Pearson Correlation	,925**	,925**	,796**	,901**	,825**	,833**	,834**	,884**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

LAMPIRAN 4
HASIL ANALISIS DATA RELIABILITAS HARGA (X₁)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,952	8

LAMPIRAN 5

HASIL ANALISIS DATA VALIDITAS INOVASI (X₂)

Correlations								
		Kualitas produk yang dihasilkan Usaha Angliss-Bakehouse Cabang Mutatuli Medan sangat memuaskan	Usaha Angliss-Bakehouse Cabang Mutatuli Medan memberikan inovasi terus menerus dalam produk mereka	Usaha Angliss-Bakehouse Cabang Mutatuli Medan sering melakukan modifikasi atau perubahan kecil pada produk ataupun layanan mereka	Modifikasi dalam produk dan layanan yang dilakukan oleh Usaha Angliss-Bakehouse Cabang Mutatuli Medan meningkatkan pengalaman berbelanja para konsumen	Inovasi yang dilakukan oleh Usaha Angliss-Bakehouse Cabang Mutatuli Medan sangat relevan dengan tren saat ini	inovasi yang dilakukan oleh Usaha Angliss-Bakehouse Cabang Mutatuli Medan telah memenuhi apa yang diharapkan oleh pelanggan	TOTAL X2
Kualitas produk yang dihasilkan Usaha Angliss-Bakehouse Cabang Mutatuli Medan sangat memuaskan	Pearson Correlation	1	,752**	,734**	,606**	,718**	,703**	,878**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Usaha Angliss-Bakehouse Cabang Mutatuli Medan memberikan inovasi terus menerus dalam produk mereka	Pearson Correlation	,752**	1	,835**	,581**	,706**	,699**	,893**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,001	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Usaha Angliss-Bakehouse Cabang Mutatuli Medan sering melakukan modifikasi atau perubahan kecil pada produk ataupun layanan mereka	Pearson Correlation	,734**	,835**	1	,662**	,734**	,647**	,903**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Modifikasi dalam produk dan layanan yang dilakukan oleh Usaha Angliss-Bakehouse Cabang Mutatuli Medan meningkatkan pengalaman berbelanja para konsumen	Pearson Correlation	,606**	,581**	,662**	1	,707**	,451*	,774**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000		,000	,012	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Inovasi yang dilakukan oleh Usaha Angliss-Bakehouse Cabang Mutatuli Medan sangat relevan dengan tren saat ini	Pearson Correlation	,718**	,706**	,734**	,707**	1	,656**	,878**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Inovasi yang dilakukan oleh Usaha Angliss-Bakehouse Cabang Mutatuli Medan telah memenuhi apa yang diharapkan oleh pelanggan	Pearson Correlation	,703**	,699**	,647**	,451*	,656**	1	,809**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,012	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL X2	Pearson Correlation	,878**	,893**	,903**	,774**	,878**	,809**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

LAMPIRAN 6
HASIL ANALISIS DATA RELIABILITAS INOVASI (X₂)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,927	6

LAMPIRAN 7

HASIL ANALISIS DATA VALIDITAS KEPUASAN PELANGGAN (Y)

Correlations								
		Karyawan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan memberikan pelayanan yang sangat baik.	Produk yang ditawarkan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan sesuai dengan harapan pelanggan.	Pelanggan berminat untuk melakukan pembelian kembali pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan karena harga produk yang ditawarkan.	Pelanggan berminat untuk melakukan pembelian kembali pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan karena harga produk yang ditawarkan.	Saya akan merekomendasikan Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan karena harga produk yang ditawarkan.	Saya akan merekomendasikan Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan karena kemudahan dalam melakukan transaksi.	TOTAL Y
Karyawan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan memberikan pelayanan yang sangat baik.	Pearson Correlation	1	.811**	.681**	.849**	.719**	.776**	.917**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Produk yang ditawarkan pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan sesuai dengan harapan pelanggan.	Pearson Correlation	.811**	1	.601**	.788**	.721**	.875**	.912**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Pelanggan berminat untuk melakukan pembelian kembali pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan karena harga produk yang ditawarkan.	Pearson Correlation	.681**	.601**	1	.687**	.754**	.585**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Pelanggan berminat untuk melakukan pembelian kembali pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan karena kemudahan dalam melakukan transaksi.	Pearson Correlation	.849**	.788**	.687**	1	.791**	.721**	.912**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Saya akan merekomendasikan Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan karena harga produk yang ditawarkan.	Pearson Correlation	.719**	.721**	.754**	.791**	1	.703**	.872**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Saya akan merekomendasikan Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan karena kemudahan dalam melakukan transaksi.	Pearson Correlation	.776**	.875**	.585**	.721**	.703**	1	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL Y	Pearson Correlation	.917**	.912**	.802**	.912**	.872**	.886**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

LAMPIRAN 8
HASIL ANALISIS DATA RELIABILITAS KEPUASAN PELANGGAN (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,942	6

LAMPIRAN 9
TABULASI KUISIONER RESPONDEN

RESPONDEN	HARGA (X ₁)								TOTAL X ₁
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	4	5	3	5	4	4	5	5	35
2	4	5	3	3	4	5	2	4	30
3	4	5	4	5	4	3	4	5	34
4	4	5	5	3	5	4	4	3	33
5	5	4	5	4	4	5	4	4	35
6	5	5	2	5	4	5	4	5	35
7	4	4	3	5	4	5	5	3	33
8	4	5	4	3	5	3	5	4	33
9	5	5	5	5	3	2	4	5	34
10	4	5	4	5	4	5	4	5	36
11	5	3	4	4	4	4	3	5	32
12	5	5	3	4	3	4	2	4	30
13	5	5	4	5	5	4	4	4	36
14	5	4	5	5	2	3	5	5	34
15	4	5	3	4	5	4	5	4	34
16	4	5	3	5	4	5	5	5	36
17	5	5	4	5	4	4	4	3	34
18	4	5	4	5	5	3	4	5	35
19	4	4	4	4	4	5	3	4	32
20	5	5	4	3	4	5	4	5	35
21	4	5	3	4	4	3	5	5	33
22	5	3	5	4	4	5	4	4	34
23	5	5	5	5	3	2	5	5	35
24	4	5	3	5	4	4	5	5	35
25	5	4	3	4	5	2	4	3	30
26	5	5	3	3	3	5	4	4	32
27	5	5	4	5	3	4	5	5	36
28	4	4	5	5	4	4	5	5	36
29	5	5	3	4	4	5	5	5	36
30	5	4	4	5	3	4	5	4	34
30	5	4	5	4	5	4	4	5	36
31	5	5	4	4	4	3	4	4	33
32	5	4	2	4	5	4	4	5	33
33	5	2	5	5	5	3	5	5	35
34	5	4	5	5	4	5	4	5	37
35	4	5	5	5	4	5	4	5	37
36	4	5	5	2	5	3	5	4	33

RESPONDEN	HARGA (X ₁)								TOTAL X ₁
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
37	5	3	4	5	4	5	3	4	33
38	5	4	4	4	5	4	5	5	36
39	5	5	3	5	3	3	4	5	33
40	5	3	5	5	4	4	3	4	33
41	3	5	5	3	4	5	4	5	34
42	5	5	4	5	5	5	4	3	36
43	5	4	5	5	3	5	5	5	37
44	5	5	5	3	5	4	4	5	36
45	5	5	4	5	4	4	5	3	35
46	5	4	5	4	4	3	5	5	35
47	4	5	2	5	5	3	4	4	32
48	3	3	3	3	3	2	3	3	23
49	3	2	2	2	3	3	2	2	19
50	3	3	3	3	2	3	2	2	21
51	3	3	3	3	2	2	2	2	20
52	2	3	3	2	3	3	2	3	21
53	3	2	3	3	3	3	2	2	21
54	2	3	3	3	3	2	3	3	22
55	2	2	2	3	3	2	2	3	19
56	3	2	3	3	2	2	2	3	20
57	3	2	2	3	2	2	2	2	18
58	4	4	5	5	4	4	5	2	33
59	5	3	5	3	5	4	4	5	34
60	4	4	3	5	4	4	4	4	32
61	5	5	3	5	4	3	4	4	33
62	4	5	3	5	5	5	4	5	36
63	5	5	3	4	4	5	3	5	34
64	5	4	5	4	4	3	5	4	34
65	5	5	5	3	5	5	5	5	38
66	5	5	4	5	4	4	4	4	35
67	5	3	4	5	3	4	5	5	34
68	5	5	4	5	4	4	3	5	35
69	5	5	4	3	2	5	5	4	33
70	4	5	4	5	4	5	4	5	36
71	5	3	5	5	3	3	5	5	34
72	4	5	3	5	5	4	4	5	35
73	5	5	4	5	3	4	3	5	34
74	5	4	5	4	5	5	5	5	38
75	4	5	4	5	4	4	3	4	33
76	5	5	3	5	4	4	3	3	32
77	5	3	5	4	4	3	3	4	31
78	4	4	5	5	3	4	5	5	35

RESPONDEN	HARGA (X ₁)								TOTAL X ₁
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
79	5	3	5	3	4	5	5	5	35
80	4	5	3	4	4	5	5	4	34
81	5	4	5	2	5	5	5	5	36
82	5	4	5	4	4	4	4	3	33
83	5	5	5	3	3	4	3	5	33
84	5	3	5	5	4	3	4	4	33
85	5	3	4	5	5	3	5	5	35
86	4	5	5	4	4	4	5	4	35
87	4	4	5	4	5	2	4	5	33
88	5	5	5	5	5	4	4	3	36
89	4	4	5	5	4	5	4	5	36
90	5	4	5	3	5	4	4	5	35
91	5	3	4	5	3	4	5	4	33
92	4	3	5	5	3	4	3	4	31
93	5	3	5	5	4	5	3	4	34
94	5	4	5	5	4	4	5	4	36
95	5	3	5	5	4	5	4	5	36
96	4	5	4	5	4	5	5	4	36
97	5	5	4	5	4	3	4	4	34
98	5	3	5	5	4	3	5	5	35
99	5	4	5	4	4	5	3	4	34
100	4	5	3	5	4	4	5	5	35
Total	445	415	403	423	391	388	400	422	3287

RESPONDEN	INOVASI (X ₂)						TOTAL X ₂
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	4	4	2	5	5	4	24
2	5	5	5	3	4	4	26
3	3	5	5	5	5	4	27
4	4	4	3	4	5	5	25
5	4	5	4	4	3	5	25
6	4	5	5	3	3	5	25
7	4	4	4	3	4	5	24
8	5	4	2	3	5	3	22
9	4	4	5	5	4	2	24
10	4	5	4	3	4	5	25
11	5	4	5	4	5	5	28
12	5	3	5	4	5	3	25
13	5	3	4	5	4	3	24
14	4	3	4	5	5	5	26
15	5	4	5	5	4	5	28
16	5	2	5	3	5	3	23
17	5	3	5	4	5	4	26
18	4	4	5	3	5	4	25
19	5	5	3	4	5	5	27
20	5	4	5	4	5	4	27
21	5	5	3	5	5	5	28
22	5	4	4	4	5	4	26
23	5	4	4	5	5	5	28
24	4	5	4	4	5	4	26
25	4	2	5	4	5	3	23
26	4	2	4	5	4	4	23
27	5	5	5	2	5	5	27
28	4	5	2	5	4	5	25
29	4	5	4	5	2	5	25
30	5	3	4	5	4	4	25
31	5	2	3	5	4	4	23
32	4	4	5	3	3	4	23
33	4	5	4	5	4	4	26
34	5	4	5	4	4	5	27
35	5	4	5	5	4	4	27
36	5	4	5	4	5	3	26
37	4	5	5	3	3	5	25
38	5	3	2	4	5	5	24
39	4	5	5	4	5	5	28
40	5	4	5	5	3	4	26
41	5	5	3	5	4	4	26
42	4	3	5	5	4	4	25

RESPONDEN	INOVASI (X ₂)						TOTAL X ₂
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
43	3	4	5	4	4	5	25
44	4	4	5	4	4	3	24
45	5	3	4	5	3	4	24
46	4	2	5	5	4	5	25
47	4	3	4	2	5	4	22
48	5	4	4	5	5	4	27
49	3	2	3	2	3	2	15
50	2	2	2	3	2	3	14
51	2	2	3	3	2	3	15
52	3	3	2	2	3	3	16
53	3	2	3	3	2	2	15
54	3	3	3	3	3	2	17
55	3	2	2	3	3	3	16
56	2	3	3	2	3	2	15
57	2	3	2	3	3	3	16
58	3	3	2	3	2	2	15
59	5	3	5	5	4	5	27
60	5	5	4	4	4	3	25
61	3	4	4	5	3	4	23
62	5	4	4	5	4	3	25
63	5	2	4	5	4	4	24
64	5	5	4	3	4	5	26
65	5	4	4	5	4	5	27
66	3	5	4	4	5	4	25
67	5	5	4	3	5	5	27
68	5	4	4	5	4	4	26
69	4	4	4	5	4	5	26
70	5	4	5	4	5	5	28
71	5	3	5	4	4	5	26
72	4	3	5	5	4	5	26
73	5	5	4	5	4	5	28
74	4	4	4	5	4	5	26
75	5	4	4	3	5	5	26
76	4	3	4	5	5	4	25
77	5	5	3	5	4	4	26
78	5	5	4	5	4	4	27
79	5	5	4	5	5	4	28
80	5	4	4	5	5	5	28
81	4	3	5	4	3	3	22
82	5	3	5	5	3	5	26
83	5	4	4	5	4	4	26

RESPONDEN	INOVASI (X ₂)						TOTAL X ₂
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
84	5	4	5	4	2	3	23
85	5	5	4	4	5	3	26
86	5	3	5	5	4	4	26
87	4	5	5	4	4	5	27
88	4	4	5	4	4	5	26
89	5	5	4	5	4	4	27
90	5	4	5	5	4	4	27
91	5	3	4	5	5	4	26
92	5	5	3	5	5	5	28
93	5	4	4	5	5	3	26
94	4	3	5	5	4	4	25
95	5	3	5	4	4	5	26
96	4	5	4	5	5	4	27
97	5	3	5	5	5	3	26
98	5	5	5	3	5	5	28
99	4	5	5	5	4	4	27
100	4	2	4	4	5	4	23
Total	435	381	410	418	411	407	2462

RESPONDEN	KEPUASAN PELANGGAN (Y)						TOTAL Y
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	5	5	5	5	4	4	28
2	5	4	4	5	4	4	26
3	5	4	4	5	4	4	26
4	4	3	5	4	4	5	25
5	4	4	4	4	4	4	24
6	4	4	3	4	3	5	23
7	4	5	3	4	2	4	22
8	3	5	2	4	3	5	22
9	4	5	4	4	5	4	26
10	5	5	2	3	3	5	23
11	5	4	4	5	4	4	26
12	5	5	4	5	3	4	26
13	5	5	3	5	4	5	27
14	4	4	5	4	4	4	25
15	5	4	4	4	5	4	26
16	5	4	4	4	5	5	27
17	3	5	4	2	4	4	22
18	4	5	3	4	4	4	24
19	4	2	3	5	5	4	23
20	4	5	4	5	3	5	26
21	4	4	4	5	4	4	25
22	5	4	4	3	4	5	25
23	5	4	5	4	5	4	27
24	5	4	4	4	5	4	26
25	5	5	3	5	4	4	26
26	5	4	3	4	3	4	23
27	4	4	4	2	5	3	22
28	4	4	4	5	5	4	26
29	4	5	5	5	5	5	29
30	5	5	4	5	4	4	27
31	2	5	4	4	4	5	24
32	3	4	4	5	2	5	23
33	4	5	4	3	5	5	26
34	4	5	4	4	5	5	27
35	5	3	5	5	4	5	27
36	5	4	3	5	2	4	23
37	4	4	4	4	4	4	24
38	5	5	2	4	3	4	23
39	3	4	5	5	5	4	26
40	4	3	3	5	5	4	24
41	4	4	3	3	4	3	21
42	5	5	4	5	3	5	27

RESPONDEN	KEPUASAN PELANGGAN (Y)						TOTAL Y
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
43	4	3	5	4	4	5	25
44	4	5	4	5	2	3	23
45	4	3	3	4	5	5	24
46	4	4	5	4	4	4	25
47	4	5	3	5	4	4	25
48	5	4	5	5	4	4	27
49	3	3	3	3	2	3	17
50	2	3	2	2	2	2	13
51	3	2	3	3	3	3	17
52	2	2	3	2	3	2	14
53	2	3	3	4	2	2	16
54	2	2	2	2	3	3	14
55	3	3	3	3	3	2	17
56	3	3	2	3	3	3	17
57	2	3	2	2	2	3	14
58	3	3	3	3	3	2	17
59	4	4	3	4	2	5	22
60	5	5	3	4	5	4	26
61	3	4	3	4	4	4	22
62	3	5	4	4	5	5	26
63	5	5	3	4	5	4	26
64	4	5	5	5	3	4	26
65	4	4	3	5	5	5	26
66	5	5	2	5	5	3	25
67	5	5	4	4	3	3	24
68	5	4	4	3	4	4	24
69	5	4	5	4	4	5	27
70	4	5	3	4	3	4	23
71	4	4	3	3	4	5	23
72	5	3	3	3	4	5	23
73	2	5	2	5	3	3	20
74	4	5	2	3	5	5	24
75	5	4	3	4	5	4	25
76	4	5	3	3	5	5	25
77	4	4	4	5	5	4	26
78	4	4	4	4	2	5	23
79	3	5	4	4	3	5	24
80	5	4	4	4	5	4	26
81	4	5	3	5	3	5	25
82	4	5	2	4	5	5	25
83	5	5	3	5	4	3	25
84	4	4	4	4	5	5	26

RESPONDEN	KEPUASAN PELANGGAN (Y)						TOTAL Y
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
85	5	4	3	3	5	4	24
86	3	4	5	4	5	5	26
87	4	2	4	4	4	4	22
88	5	4	5	5	4	4	27
89	4	4	4	5	4	4	25
90	5	3	3	5	5	5	26
91	5	5	3	3	4	4	24
92	5	4	3	3	4	4	23
93	4	4	5	5	4	4	26
94	4	3	3	3	5	3	21
95	3	4	4	5	5	5	26
96	5	3	3	4	5	5	25
97	4	5	3	4	5	4	25
98	5	5	3	4	5	4	26
99	5	4	4	3	5	4	25
100	5	5	4	5	4	4	27
Total	411	412	355	404	395	411	2388

LAMPIRAN 10

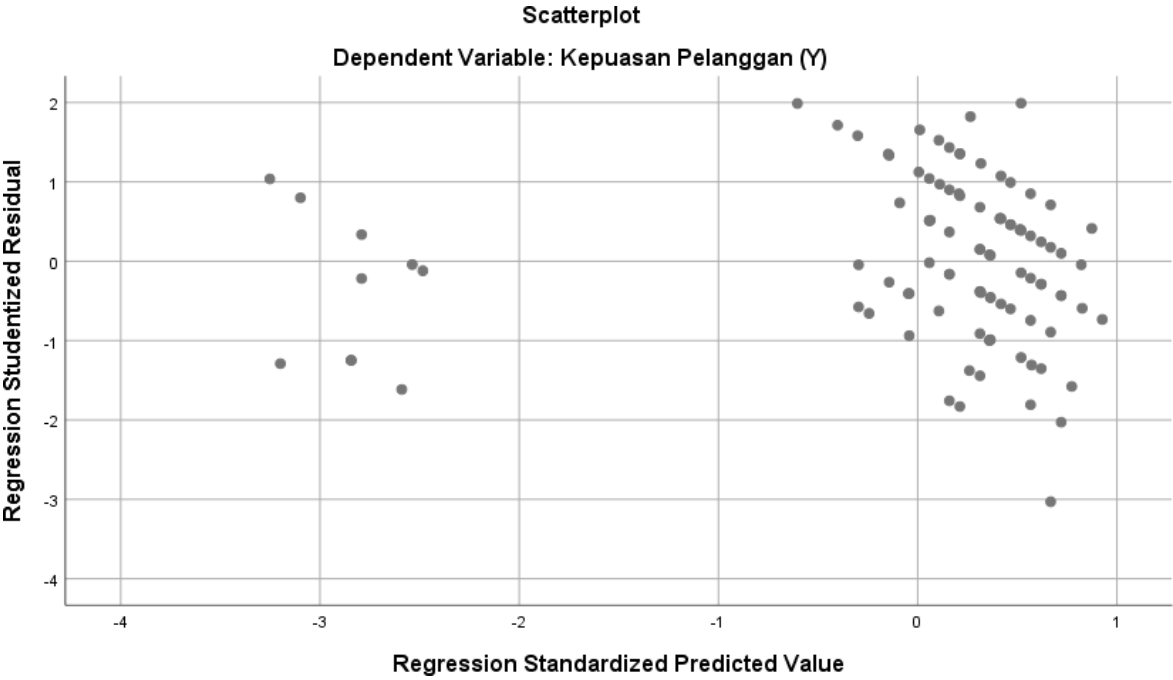
HASIL UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	3,693	1,448		,012			
	Harga (X1)	,412	,079	,566	,000	,286	3,501	
	Inovasi (X2)	,270	,104	,284	,011	,286	3,501	

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

LAMPIRAN 11

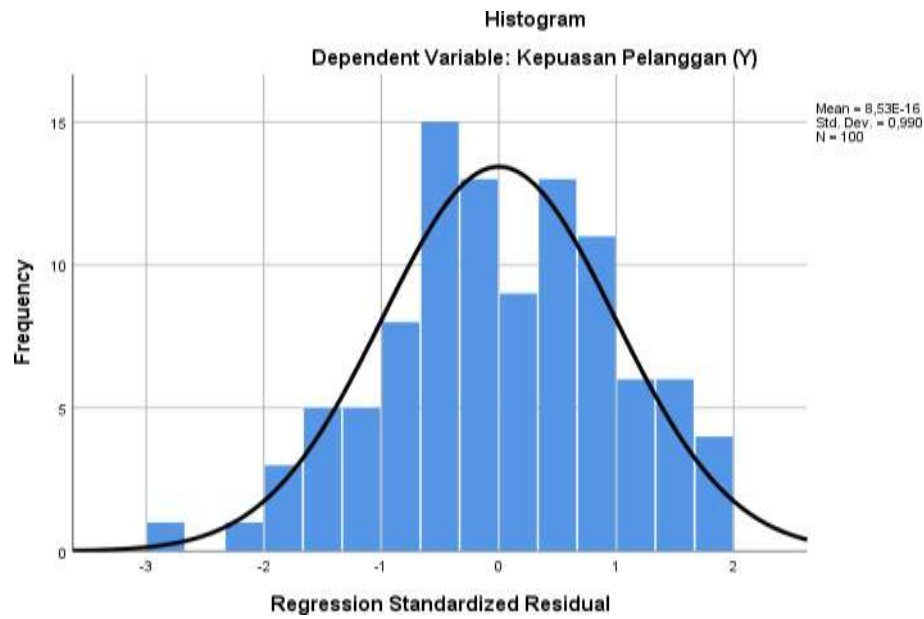
HASIL UJI HETEROKEDASTISITAS



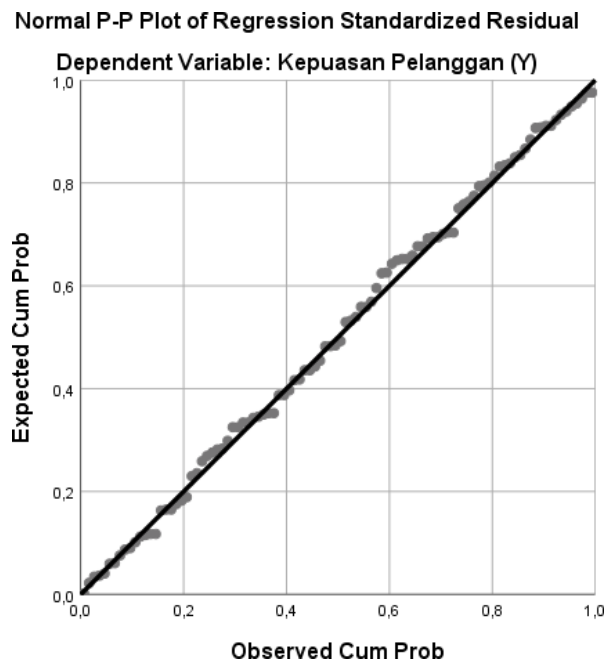
LAMPIRAN 12

HASIL UJI NORMALITAS

1. GRAFIK HISTOGRAM



2. GRAFIK NORMAL P PLOT



3. KOLGOMOROV SMIRNOV

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardiz ed Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,87524835
Most Extreme Differences	Absolute	,045
	Positive	,035
	Negative	-,045
Test Statistic		,045
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

LAMPIRAN 13

HASIL UJI ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA, UJI HIPOTESIS, UJI KOEFISIEN DETERMINASI

1. ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,693	1,448		2,551	,012
	Harga (X1)	,412	,079	,566	5,197	,000
	Inovasi (X2)	,270	,104	,284	2,607	,011

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

2. UJI HIPOTESIS

a. UJI t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,693	1,448		2,551	,012
	Harga (X1)	,412	,079	,566	5,197	,000
	Inovasi (X2)	,270	,104	,284	2,607	,011

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

b. UJI F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	712,421	2	356,210	99,249	,000 ^b
	Residual	348,139	97	3,589		
	Total	1060,560	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), Inovasi (X2), Harga (X1)

3. KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,820 ^a	,672	,665	1,894

a. Predictors: (Constant), Inovasi (X2), Harga (X1)

LAMPIRAN 14

HASIL PERAN DOMINAN VARIABEL BEBAS

Variables Entered/Removed^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Harga (X1)		. Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).
2	Inovasi (X2)		. Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

LAMPIRAN 15
SURAT IZIN RISET



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
EKA PRASETYA**

Jl. Merapi No. 08 Medan – 20212
Telp. (061) 4571198 (Hunting) Fax. (061) 4151391
Website : www.eka-prasetya.ac.id E-mail : sso@eka-prasetya.ac.id

Medan, 13 November 2023

Nomor : 752/R/STIE-EP/XI/2023
Lamp. : ---
Hal : "Observasi"

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan
Di-

Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu Pimpinan untuk menerima kunjungan seorang Mahasiswa/i kami :

Nama	: Kelvin
NIM	: 201010178
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Harga dan Kemudahan Transaksi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan

Untuk mengadakan peninjauan ke Usaha Angliss Bakehouse Cabang Multatuli Medan yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan observasi untuk bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i tersebut.

Hasil peninjauan berupa data yang dikumpulkannya tetap akan bersifat rahasia dan tidak dipublikir untuk umum. Kami juga mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membalas surat kami ini yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di atas benar telah melakukan observasi dimaksud.

Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu Pimpinan menerima Mahasiswa/i kami serta memberi data yang diperlukan, kami ucapkan terima kasih. Semoga hubungan kerja sama ini dapat berlanjut untuk hari-hari yang akan datang, dan mudah-mudahan perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin sukses di masa yang akan datang.

Hormat kami,
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si

LAMPIRAN 16
SURAT IZIN RISET



ANGLISS BAKEHOUSE

Komplek Multatuli Indah Blok FF No. 6-7 Medan
Email: anglissbakehouse.official@gmail.com
Telp: 061-4140338

Nomor : 001/AB-MDN/2023
Lamp : -
Hal : Pemberian Izin Observasi

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.

Di
Tempat

Dengan Hormat,

Saya selaku Pemilik Usaha yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Frans Lay
Jabatan : Pemilik Usaha ANGLISS BAKEHOUSE

Memberi izin kepada :

Nama : Kelvin
Kelas : Kewirausahaan B
NIM : 201010178

Telah kami setuju untuk mengadakan observasi di ANGLISS BAKEHOUSE dengan judul skripsi:
"Pengaruh Harga dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Angliss Bakehouse
Cabang Multatuli Medan

Demikian surat ini kami sampaikan. Atas perhatiannya, saya ucapkan terima kasih.

Hormat,
Frans Lay

Pemilik Usaha
ANGLISS BAKEHOUSE

LAMPIRAN 17
KARTU PESERTA SEMPRO



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : MELVIN
 NIM : 201910178 / 2016
 PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1	Setosa, 18 Februari 2023	YETREN JUDUL PROPOSAL: PENGARUH CEKASI, KUALITAS PELAYANAN, DAN KINERJA TERHADAP KEPETILIHAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MARET FRUIT JAKAR	191010162	
2	Setosa, 19 Februari 2023	FELIX JUDUL PROPOSAL: PENGARUH BUKTIAS PRODUK, PRAMATI, DAN HARGA TERHADAP KEPETILIHAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK TONGKAT LARUT COKLAT	191010082	
3	Jumat, 17 Februari 2023	CICIHA JUDUL PROPOSAL: PENGARUH STRATEGI PEMASARAN JIKA DALAM MENINGKATKAN KEMAMPUAN PEMBELIAN PADA BUDAH CARGO LOGISTIK JAWABINGINING MEDAN	191010172	
4	Jumat, 17 Februari 2023	GEBY MARITO SPO NEBARAN JUDUL PROPOSAL: PENGARUH STORE ATMOSPHER, LOKASI DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPETILIHAN PEMBELIAN DI SOBERO CAFE MEDAN	191010157	
5	Jumat, 17 Februari 2023	LIVVANSY JUDUL PROPOSAL: PENGARUH PERSONAL SELLING, STAFF PROMOTION, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEYAKINAN PELANGGAN PADA CV. KIKAU PERMATA SETIA	191010182	
		JUDUL PROPOSAL:		
		JUDUL PROPOSAL:		
		JUDUL PROPOSAL:		

Mahasiswa dapat menyeknegasikan seminar proposal bila telah memenuhi syarat mengikuti menjadi peserta seminar proposal mahasiswa yang kua **MINIMAL 5 KALI**

Medan, 20.....
 Ketua STIE Eka Prasetya

 Dr. Sri Karsik S.E. M.Si

LAMPIRAN 18
KARTU BIMBINGAN

 STIE EKA PRASETYA MEDAN PROGRAM STUDI MANAJEMEN		KARTU BIMBINGAN SKRIPSI 1	
	Nama Mahasiswa : KELVIN		
	NIM : 201010178		Kelas : KEWIRAUSAHAAN B
	Konsentrasi : Kewirausahaan, Pengantar (tentang yang tidak sesuai)		
	HP/WA : 0821 6508 3945 Email: kelvinwen48@gmail.com		
	Alamat Tinggal: Jl. K.L. Yos Sudarso Tr. XIII C No. 26 Medan		
Nama Dosen Pembimbing 1: Dedy Lazuardi, S.E., M.M.		Nama Dosen Pembimbing 2: Dr. Bambang Sutejo, S.Kom., S.E., M.M.	
No	Tanggal	Urutan Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	10 Sept 2023	Zoom Meeting	
2	30 Sept 2023	Ace Judul	
3	2 Des 2023	Revisi Bab 1	
4	9 Des 2023	Revisi Bab 2	
5	9 Jan 2024	Revisi Bab 3	
6	15 Jan 2024	Ace Sampul	
7	08/02/2024	Ganti Judul ~ Ace	
8	17 Januari 2024	Revisi Bab 1	
9	20 Maret 2024	Revisi SF3	
10	3 April 2024	Revisi Bab 4	
11	15 April 2024	Ace Bab 4	
12	22 April 2024	Revisi Bab 5	
13	20 10/10/2024	Ace -	
14			
15			
16			
17			
REVISI SIDANG		Urutan Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1	23/3 - 2024	Ace Revisi Proposal	
2	20/4 - 2024	Ace Revisi Sidang	
3			
4			
Diketahui oleh, Wakil Ketua I Bidang Akademik			
			
Humay Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.			



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

2



Nama Mahasiswa : KELVIN

NIM : 201010178

Kelas : KEWIRAUSAHAAN B

Konsentrasi : Kewirausahaan, Pemasaran (semua yang ada sesuai)

HP/WA : 0821 6508 3945 Email: kelvinwen42@gmail.com

Alamat Tinggal: Jl. K.L. Yos Sudarso Lt. XII C No. 26 Medan

Nama Dosen Pembimbing 1:

Dedy Lazuardi, S.E., M.M.

Nama Dosen Pembimbing 2:

Dr. Bambang Sutejo, S.Kom., S.E., M.M.

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	2 Okt 2023	Acc Judul	
2	4 Des 2023	Revisi Bab 1	
3	6 Des 2023	Acc Bab 1	
4	11 Des 2023	Revisi Bab II	
5	15 Des 2023	Acc Bab II	
6	11 Jan 2024	Revisi Bab III	
7	19 Jan 2024	Acc Bab III	
8	19 Jan 2024	Revisi Bab IV	
9	24 Jan 2024	Acc Bab IV	
10	29 Jan 2024	Revisi Bab V	
11	4 Feb 2024	Acc Bab V	
12	11 Feb 2024	Revisi Bab V	
13	26 Feb 2024	Acc Bab V dan 5	
14			
15			
16			
17			

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1	4/2 - 2024	Acc Revisi PROPOSAL	
2	28/4 - 2024	Acc Revisi Sidang	
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik

Hammy Dorthy Eryani Sinaga, S.T., M.M.

LAMPIRAN 19

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama	: Kelvin
Tempat / Tanggal Lahir	: Medan, 14 April 2002
Jenis Kelamin	: Laki - Laki
Alamat	: Jl. K.L. Yos Sudarso Lr. 13C No. 26 Medan
Alamat Email	: kelvinwen48@gmail.com
Agama	: Buddha
Status	: Belum Menikah
Handphone (HP)	: 0821 6508 3945

RIWAYAT PENDIDIKAN

9. Tahun 2006 s/d Tahun 2008	: TK Swasta Sutomo 1 Medan
10. Tahun 2008 s/d Tahun 2014	: SD Swasta Sutomo 1 Medan
11. Tahun 2014 s/d Tahun 2017	: SMP Swasta Sutomo 1 Medan
12. Tahun 2017 s/d Tahun 2020	: SMA Swasta Sutomo 1 Medan
13. Tahun 2020 s/d Tahun 2024 Medan	: Program Sarjana (S-1) STIE Eka Prasetya Medan

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tahun 2020 s/d Tahun 2024 Medan	: Staff WKS SMA Swasta Hang Kesturi Medan
---------------------------------------	--

DATA ORANG TUA

Nama Ayah	: Boen Khoi Njan (Alm.)
Nama Ibu	: Tio Luan Eng
Pekerjaan	: Karyawan Yayasan DCBC Medan
Handphone (HP)	: 0822 7602 9192
Alamat	: Jl. K.L. Yos Sudarso Lr. 13C No. 26 Medan

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 5 Juni 2024

Penulis



Kelvin