

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN PADA CV. SINAR WALET**

**SKRIPSI**



**STIE EKA PRASETYA**

**Ditulis Oleh :  
FERIEN  
181010132**

**DIAJUKAN SEBAGAI SYARAT DALAM RANGKA  
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN  
STIE EKA PRASETYA  
MEDAN  
2022**

**Judul** : ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN  
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN PADA CV. SINAR WALET

**Nama** : Ferien

**NIM** : 181010132

**Program Studi** : Manajemen

**Perguruan Tinggi** : STIE Eka Prasetya

Disetujui Oleh  
Tim Pembimbing,

Pembimbing I,



Dra. Pesta Gultom, M.M.  
NIDN: 0117126501

Pembimbing II,



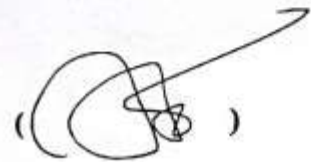
Dr. Hengky Kosasih, BA (Hons), M.M., MBA.  
NIDN: 0120108001

Diterima dan divalidasi oleh Dewan Penguji Manajemen  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya

**Judul** : ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN  
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN PADA CV. SINAR WALET  
**Nama** : Ferien  
**NIM** : 181010132  
**Program Studi** : Manajemen  
**Perguruan Tinggi** : STIE Eka Prasetya

Pada 04 Juli 2022  
Dewan Penguji,

**Penguji I** : Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.  
**NIDN** : 0006037202



**Penguji II** : Dedy Lazuardi, S.E., M.M.  
**NIDN** : 0127117801



STIE Eka Prasetya,  
Ketua



Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.  
NIDN: 0006037202

**STIE EKA PRASETYA**  
**PROGRAM SARJANA (S-1)**  
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME**

Saya menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya serahkan kepada dosen pembimbing Tugas Akhir, adalah benar-benar hasil pekerjaan saya. Jika saya mengutip dan/atau menggunakan hasil atau pekerjaan orang lain dalam Tugas Akhir saya, 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                    | Ferien                                                                                                   |
| NIM                     | 181010132                                                                                                |
| Judul Skripsi           | Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Sinar Walet |
| Pembimbing Tugas Akhir: |                                                                                                          |
| Pembimbing - I          | Dra. Pesta Gultom, M.M.                                                                                  |
| Pembimbing - II         | Dr. Hengky Kosasih, BA (Hons), M.M., MBA.                                                                |

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

Medan, 08 Juli 2022



Ferien  
181010132

## KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu penulis mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CV. SINAR WALET”** sesuai dengan waktu yang telah dijadwalkan.

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.
2. Ketua STIE Eka Prasetya Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Hommy Dorothy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
4. Wakil Ketua Dua Bidang Keuangan STIE Eka Prasetya Bapak Herry Andipoh, B.Comm.
5. Wakil Ketua Tiga Bidang Kemahasiswaan STIE Eka Prasetya Junaidi Abidin, S.M.
6. Koordinator Program Studi Manajemen Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M.
7. Ibu Dra. Pesta Gultom, M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.

8. Bapak Dr. Hengky Kosasih, BA (Hons), M.M., MBA., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
9. Kepala Bagian Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E.
10. Kepala Bagian Keuangan STIE Eka Prasetya Ibu Elysa, S.M.
11. Seluruh Dosen Pengajar dan Staf Pegawai STIE Eka Prasetya Medan.
12. Kedua orang tua tercinta, saudara-saudaraku serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan moril, materil maupun spiritual.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan skripsi ini sangat diharapkan penulis. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Medan, 07 Juni 2022

Penulis



Ferien  
18100132

## ABSTRAK

**Ferien, 181010132, 2022. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Sinar Walet. STIE Eka Prasetya Medan, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Ibu Dra. Pesta Gultom, M.M., Pembimbing II: Bapak Dr. Hengky Kosasih, BA (Hons), M.M., MBA.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Sinar Walet. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif, unit analisis dalam penelitian ini adalah CV. Sinar Walet serta unit observasinya adalah konsumen dari CV. Sinar Walet. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dari CV. Sinar Walet sebanyak 835 responden. Teknik penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin dan berjumlah 89 responden. Metode penelitian yang digunakan yakni dengan teknik pengumpulan data melalui penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan yang dilakukan secara sistematis berdasarkan tujuan penelitian. Metode analisis yang digunakan untuk memecahkan permasalahan dan membuktikan hipotesis adalah dengan analisis deskriptif, analisis regresi. Analisis ini mencakup validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan F, dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ). Dari analisis tersebut diperoleh analisis regresi **Kepuasan Konsumen = 4,112 + 0,513 Kualitas Pelayanan + 0,408 Kualitas Produk + e**. Hasil dari uji t menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Sinar Walet dimana  $t_{hitung} 6,595 > t_{tabel} 1,987$  dan variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Sinar Walet dimana  $t_{hitung} 4,845 > t_{tabel} 1,987$ . Hasil dari uji F menunjukkan bahwa  $F_{hitung} 62,775 > F_{tabel} 3,10$  yang berarti variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara serempak berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen pada CV. Sinar Walet. Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa 59,30% variabel Kepuasan Konsumen pada CV. Sinar Walet dipengaruhi oleh variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk, sedangkan sisanya sebesar 40,70% dijelaskan oleh pengaruh faktor lain atau variabel di luar model seperti Harga, Produk dan Promosi yang tidak dibahas di dalam penelitian ini.

**Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen**

## ABSTRACT

**Ferien, 181010132, 2022. Analysis The Influence of Service Quality and Product Quality on Customer Satisfaction at CV. Sinar Walet. STIE Eka Prasetya Medan, Management Study Program, Advisor I: Mrs. Dra. Pesta Gultom, M.M., Advisor II: Mr. Dr. Hengky Kosasih, BA (Hons), M.M., MBA.**

The purpose of this study is to determine the effect of Service Quality and Product Quality on Customer Satisfaction at CV. Sinar Walet. The research methodology used is quantitative descriptive method, the unit of analysis in this study is CV. Sinar Walet and its observation unit are customers of CV. Sinar Walet. The population in this study are customers of CV. Sinar Walet totaling 835 respondents. The technique of determining the number of samples used in this study is Slovin formula and totaling 89 respondents. The research method used is the technique of collecting data through library research and field research conducted systematically based on research objectives. The analytical method used to solve problems and prove hypotheses with descriptive analysis, regression analysis. This analysis includes validity and reliability, classic assumption test, multiple regression analysis, hypothesis testing through t and F test, and test the coefficient of determination ( $R^2$ ). From the analysis obtained a regression analysis of **Customer Satisfaction = 4,112 + 0,513 Service Quality + 0,408 Product Quality + e**. The t test results show Service Quality variable had a positive and significant on Customer Satisfaction at CV. Sinar Walet where  $t_{count} 6,595 > t_{table} 1,987$  and Product Quality variable variable had a positive and significant on Customer Satisfaction at CV. Sinar Walet where  $t_{count}$  is  $4,845 > t_{table} 1,987$ . The F test results that show  $F_{count} 62,775 > F_{table} 3,10$  that means the independent variables Service Quality and Product Quality adjusted for the variable Customer Satisfaction. Test results of the coefficient of determination ( $R^2$ ) indicate that 59,30% of Customer Satisfaction variable are supported by Service Quality and Product Quality variables, while 40,70% are discussed by other factors or variables outside the model such as Price, Product, and Promotion that not discussed in in this research.

**Keywords: Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction**

# MOTTO

**Hidup itu sederhana, kita yang membuatnya sulit - *Confucius***

**Seseorang yang tidak pernah melakukan kesalahan, tidak pernah mencoba sesuatu yang baru - *Albert Einstein***

## **PERSEMBAHAN**

Dengan rasa syukur yang mendalam, dengan telah diselesaikannya Skripsi ini, saya persembahkan kepada Ayah dan Ibu, dua orang hebat dalam hidup saya, keduanya yang membuat segalanya menjadi mungkin sehingga saya bisa mencapai tahap ini. Kepada Ibu Pesta selaku dosen pembimbing I dan Bapak Hengky selaku dosen pembimbing II, yang selama ini telah membantu saya. Terima kasih saya ucapkan karena telah membimbing saya sampai saya bisa berdiri disini. Maafkan saya jika ada perbuatan dan kata-kata saya yang kurang berkenan.

Saya bersyukur atas keberadaan kalian dan terimakasih atas bantuan, doa dan motivasi yang telah diberikan.

## DAFTAR ISI

JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

KATA PENGANTAR ..... v

ABSTRAK ..... vii

ABSTRACT ..... viii

MOTTO ..... ix

PERSEMBAHAN..... x

DAFTAR ISI ..... xi

DAFTAR TABEL ..... xv

DAFTAR GAMBAR ..... xvi

DAFTAR LAMPIRAN ..... xvii

**BAB I PENDAHULUAN..... 1**

1.1 Latar Belakang Penelitian ..... 1

1.2 Identifikasi Masalah..... 5

1.3 Batasan Masalah ..... 5

1.4 Rumusan Masalah ..... 5

1.5 Tujuan Penelitian ..... 6

1.6 Kegunaan Penelitian ..... 6

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU 8**

2.1 Landasan Teori ..... 8

2.1.1 Teori Tentang Kepuasan Konsumen ..... 8

2.1.1.1 Pengertian Kepuasan Konsumen ..... 8

|                                                                     |           |
|---------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.1.1.2 Konsekuensi Kepuasan Konsumen .....                         | 9         |
| 2.1.1.3 Kunci Menciptakan Pelayanan dan<br>Kepuasan Pelanggan ..... | 10        |
| 2.1.1.4 Indikator Kepuasan Konsumen .....                           | 10        |
| 2.1.2 Teori Tentang Kualitas Pelayanan.....                         | 11        |
| 2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan .....                         | 11        |
| 2.1.2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan .....                            | 12        |
| 2.1.2.3 Indikator Kualitas Pelayanan.....                           | 13        |
| 2.1.3 Teori Tentang Kualitas Produk.....                            | 13        |
| 2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk .....                            | 13        |
| 2.1.3.2 Tingkatan Produk .....                                      | 14        |
| 2.1.3.3 Indikator Kualitas Produk.....                              | 15        |
| 2.2 Penelitian Terdahulu .....                                      | 16        |
| 2.3 Kerangka Pemikiran.....                                         | 17        |
| 2.4 Hipotesis.....                                                  | 18        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>                          | <b>19</b> |
| 3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....                                | 19        |
| 3.1.1 Lokasi Penelitian .....                                       | 19        |
| 3.1.2 Waktu Penelitian.....                                         | 19        |
| 3.2 Jenis dan Sumber Data .....                                     | 19        |
| 3.2.1 Jenis Data.....                                               | 19        |
| 3.2.2 Sumber Data .....                                             | 19        |
| 3.3 Populasi dan Sampel.....                                        | 20        |
| 3.3.1 Populasi .....                                                | 20        |
| 3.3.2 Sampel .....                                                  | 21        |
| 3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian .....                  | 22        |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data .....                                   | 23        |
| 3.6 Teknik Analisa Data .....                                       | 24        |
| 3.6.1 Uji Validitas.....                                            | 24        |
| 3.6.2 Uji Reliabilitas .....                                        | 25        |
| 3.6.3 Uji Asumsi Klasik .....                                       | 25        |

|                                                                 |           |
|-----------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.6.3.1 Uji Normalitas .....                                    | 25        |
| 3.6.3.2 Uji Multikolinearitas .....                             | 26        |
| 3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....                           | 27        |
| 3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda .....                    | 27        |
| 3.6.5 Pengujian Hipotesis .....                                 | 28        |
| 3.6.5.1 Uji t (Uji Secara Parsial).....                         | 28        |
| 3.6.5.2 Uji F (Uji Secara Simultan).....                        | 29        |
| 3.6.6 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....                 | 30        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>                         | <b>31</b> |
| 4.1 Hasil Penelitian.....                                       | 31        |
| 4.1.1. Sejarah Singkat CV. Sinar Walet .....                    | 31        |
| 4.1.2. Visi, Misi, dan Struktur Organisasi CV. Sinar Walet      | 31        |
| 4.1.2.1. Visi CV. Sinar Walet .....                             | 31        |
| 4.1.2.2. Misi CV. Sinar Walet.....                              | 32        |
| 4.1.2.3. Struktur Organisasi CV. Sinar Walet.....               | 32        |
| 4.1.3. Karakteristik Responden.....                             | 35        |
| 4.1.3.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 35        |
| 4.1.3.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia               | 36        |
| 4.1.4. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....                  | 37        |
| 4.1.4.1. Uji Validitas .....                                    | 37        |
| 4.1.4.2. Uji Reliabilitas .....                                 | 41        |
| 4.1.5. Uji Asumsi Klasik .....                                  | 42        |
| 4.1.5.1. Uji Normalitas.....                                    | 42        |
| 4.1.5.2. Uji Multikolinearitas .....                            | 45        |
| 4.1.5.3. Uji Heteroskedastisitas.....                           | 47        |
| 4.1.6. Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....               | 48        |
| 4.1.7. Pengujian Hipotesis .....                                | 50        |
| 4.1.7.1. Uji t (Uji Secara Parsial) .....                       | 50        |
| 4.1.7.2. Uji F (Uji Secara Simultan) .....                      | 52        |
| 4.1.8. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....                | 54        |

|                                                                                           |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.2 Pembahasan.....                                                                       | 55        |
| 4.2.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan<br>Konsumen .....                    | 55        |
| 4.2.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan<br>Konsumen .....                       | 56        |
| 4.2.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk<br>Terhadap Kepuasan Konsumen..... | 56        |
| <b>BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN</b>                                   | <b>58</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                                                                      | 58        |
| 5.2 Implikasi Manajerial .....                                                            | 59        |
| 5.3 Saran Akademis .....                                                                  | 60        |

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

#### **SURAT IZIN PENELITIAN**

#### **SURAT BALASAN PENELITIAN**

#### **KARTU PESERTA SEMINAR PROPOSAL**

#### **KARTU BIMBINGAN SKRIPSI**

#### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

|                   |                                                                           |           |
|-------------------|---------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Tabel 1.1</b>  | <b>Data Penjualan Pada CV. Sinar Walet dari Tahun 2016-2020 .....</b>     | <b>4</b>  |
| <b>Tabel 2.1</b>  | <b>Daftar Penelitian Terdahulu .....</b>                                  | <b>16</b> |
| <b>Tabel 3.1</b>  | <b>Definisi Operasional Variabel Penelitian.....</b>                      | <b>22</b> |
| <b>Tabel 4.1</b>  | <b>Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....</b>                | <b>36</b> |
| <b>Tabel 4.2</b>  | <b>Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....</b>                          | <b>36</b> |
| <b>Tabel 4.3</b>  | <b>Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) .....</b>    | <b>37</b> |
| <b>Tabel 4.4</b>  | <b>Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X<sub>2</sub>).....</b>        | <b>39</b> |
| <b>Tabel 4.5</b>  | <b>Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....</b>                  | <b>40</b> |
| <b>Tabel 4.6</b>  | <b>Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) .....</b> | <b>41</b> |
| <b>Tabel 4.7</b>  | <b>Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X<sub>2</sub>).....</b>     | <b>41</b> |
| <b>Tabel 4.8</b>  | <b>Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....</b>               | <b>42</b> |
| <b>Tabel 4.9</b>  | <b>Uji <i>One Kolmogrov-Smirnov</i>.....</b>                              | <b>45</b> |
| <b>Tabel 4.10</b> | <b>Uji Multikolinearitas .....</b>                                        | <b>46</b> |
| <b>Tabel 4.11</b> | <b>Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....</b>                          | <b>49</b> |
| <b>Tabel 4.12</b> | <b>Uji t (Uji Secara Parsial) .....</b>                                   | <b>51</b> |
| <b>Tabel 4.13</b> | <b>Uji F (Uji Secara Simultan).....</b>                                   | <b>53</b> |
| <b>Tabel 4.14</b> | <b>Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>).....</b>                     | <b>54</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|                   |                                                  |           |
|-------------------|--------------------------------------------------|-----------|
| <b>Gambar 1.1</b> | <b>Mangkok Walet.....</b>                        | <b>3</b>  |
| <b>Gambar 2.1</b> | <b>Kerangka Konseptual.....</b>                  | <b>17</b> |
| <b>Gambar 4.1</b> | <b>Struktur Organisasi CV. Sinar Walet .....</b> | <b>32</b> |
| <b>Gambar 4.2</b> | <b>Grafik Histogram.....</b>                     | <b>43</b> |
| <b>Gambar 4.3</b> | <b>Grafik <i>Normal P-Plot</i>.....</b>          | <b>44</b> |
| <b>Gambar 4.4</b> | <b>Grafik <i>Scatterplot</i>.....</b>            | <b>47</b> |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian**
- Lampiran 2 Distribusi Responden Mengenai Jenis Kelamin dan Usia**
- Lampiran 3 Jawaban Responden Atas Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )**
- Lampiran 4 Jawaban Responden Atas Variabel Kualitas Produk ( $X_2$ )**
- Lampiran 5 Jawaban Responden Atas Variabel Kepuasan Konsumen ( $Y$ )**
- Lampiran 6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )**
- Lampiran 7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk ( $X_2$ )**
- Lampiran 8 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen ( $Y$ )**
- Lampiran 9 Uji Asumsi Klasik**
- Lampiran 10 Uji Analisis Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis dan Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Indonesia dikenal memiliki sumber daya alam yang cukup melimpah. Burung walet adalah sumber daya hayati yang memiliki nilai tinggi, baik dari ekologi fauna maupun ilmu pengetahuan dan juga estetika. Burung walet kemudian menghasilkan sarang walet secara alamiah. Sarang walet merupakan hasil dari air liur burung walet yang saat ini memiliki nilai ekonomis yang tinggi oleh karenanya dibudidayakan.

Indonesia menguasai hampir 80% pasar sarang walet dunia, terutama sarang walet gedung atau rumah. Maraknya perdagangan sarang burung walet karena dari sisi konsumen menganggap air liur burung walet bermanfaat untuk kesehatan. Sarang burung walet mempunyai khasiat bermacam-macam, termasuk dapat menyembuhkan beberapa penyakit pernafasan, menghaluskan kulit, menambah kebugaran tubuh dan memperpanjang usia.

Industri sarang walet di Asia dan terutama di Indonesia mengalami dampak kenaikan. Konsumen lebih menyukai sarang walet Indonesia karena bentuk sarang yang relatif bagus (seperti mangkok dibelah dua), warnanya lebih putih jernih, dan daging sarangnya tidak terlalu tebal sehingga menjadi keistimewaan tersendiri produksi walet dari negara Indonesia.

Semakin banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang penjualan sarang burung walet mendorong lahirnya persaingan di dunia produksi dan pemasaran produk perusahaan tersebut agar mampu bertahan atau bahkan menguasainya.

Segala usaha di tempuh oleh perusahaan untuk menghadapi pesaing dan mampu menghasilkan keuntungan yang di targetkan, juga mencapai tujuan yang diinginkan. Perusahaan yang ingin memenangkan persaingan atau tetap bertahan tentunya memerlukan strategi – strategi untuk menghadapi pesaingnya.

CV. Sinar Walet merupakan perusahaan dagang yang bergerak di bidang penjualan sarang burung walet. CV. Sinar Walet terletak di Jalan Tuasan, Komplek Harvard Mansion No V5. Produk dari CV. Sinar Walet lebih banyak dijual kepada distributor partai besar atau kepada konsumen yang langsung membuat minuman dari sarang burung walet untuk dijual, dikarenakan kualitas dari walet didukung dengan harga yang terjangkau dan penjualan personal yang baik.

Tjiptono dan Chandra (2020:101) berpendapat, Kualitas Pelayanan adalah perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan dengan ekspektasi pelanggan. Dengan karyawan yang santun dan pelayanan yang baik, kepuasan konsumen akan terjaga, dan peningkatan penjualan dapat juga dimaksimalkan. Kualitas Pelayanan dalam hal tersebut dapat menjadi jembatan untuk konsumen lebih intens membeli produk pada perusahaan yang mengakibatkan peningkatan pada Kepuasan Konsumen, Dalam hal Kualitas Pelayanan, karyawan pada CV. Sinar Walet sangat teliti dan jarang melakukan kesalahan se-*detailnya*, oleh karena itu banyak konsumen ataupun distributor senang melakukan promosi seperti *mouth to mouth promotion* sehingga lebih banyak konsumen yang mencoba produk perusahaan. Kualitas Pelayanan dapat tercerminkan dari karyawan yang lebih banyak melakukan komunikasi dua arah,

adanya tindakan dari karyawan yang melakukan penjualan dengan melayani konsumen via telepon ataupun hanya dengan *chatting*. Adanya komunikasi dalam bentuk informasi yang dibutuhkan oleh konsumen tentang produk atau jasa yang jelas dan tepat, membuat konsumen merasa nyaman dan kembali melakukan keputusan pembelian yang dapat mengakibatkan Kepuasan Konsumen pada CV. Sinar Walet.

Menurut Damiati, dkk (2017:184), Kualitas Produk merupakan evaluasi konsumen secara keseluruhan terhadap keunggulan kinerja suatu barang atau jasa. Karyawan mencabuti bulu ringan yang ada sarang burung walet ini melalui proses *dry processing* serta menghilangkan kumannya menggunakan cara steam atau penguapan. Karyawan sangat berhati-hati dalam melakukan proses ini agar tidak merusak tulang atau serat pada sarang walet. Berikut adalah gambar dari sarang walet dari CV. Sinar Walet:



**Gambar 1.1**  
**Mangkok Walet**

Nilai perhitungan **grade** tertinggi sarang walet ini ditentukan oleh ukuran, yaitu seperti bentuk mangkok. Jenis sarang burung walet original alias mangkok

memang yang paling mahal dan terbaik diantara yang lain, karena keaslian dan kemurniannya tanpa ada modifikasi sedikitpun. Berikut ini adalah data penjualan pada CV. Sinar Walet selama 5 tahun, yaitu tahun 2016-2020 seperti pada tabel 1.1 berikut ini:

**Tabel 1.1**  
**Data Penjualan Pada CV. Sinar Walet dari Tahun 2017-2021**

| <b>Tahun</b> | <b>Penjualan (Rp)</b> |
|--------------|-----------------------|
| 2017         | 2.093.000.000         |
| 2018         | 3.432.000.000         |
| 2019         | 3.569.000.000         |
| 2020         | 5.531.000.000         |
| 2021         | 5.625.000.000         |

Sumber : CV. Sinar Walet (2021)

Dari Tabel 1.1 ini dapat diketahui penjualan dari CV. Sinar Walet mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2017 terjadi peningkatan dengan angka penjualan Rp 2.093.000.000, pada tahun 2018 peningkatan sebesar dengan angka penjualan Rp. 3.432.000.000, kemudian pada tahun 2019 meningkat dengan angka penjualan Rp 3.569.000.000, dan pada tahun 2020 perusahaan mengalami kenaikan dengan angka penjualan sebesar Rp 5.525.000.000 dikarenakan pandemi Covid-19 yang menyebabkan konsumen dan distributor rutin membeli produk untuk dipasarkan ataupun dikonsumsi karena diketahui memiliki khasiat yang baik, dan yang terakhir pada tahun 2021 mengalami peningkatan sebesar Rp. 5.625.000.000.

Berdasarkan dari uraian yang telah ada, maka penulis mencoba untuk melakukan penelitian yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CV. SINAR WALET”**.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Disinyalir Kepuasan Konsumen mengalami peningkatan disebabkan oleh :

1. Selalu adanya tindakan dari karyawan yang melakukan penjualan dengan melayani konsumen via telepon ataupun hanya dengan *chatting*. Adanya komunikasi dalam bentuk informasi yang dibutuhkan oleh konsumen tentang produk atau jasa yang jelas dan tepat, membuat konsumen merasa nyaman dan kembali melakukan keputusan pembelian.
2. Karyawan mencabuti bulu ringan yang ada sarang burung walet ini melalui proses *dry processing* serta menghilangkan kumannya menggunakan cara steam atau penguapan. Karyawan sangat berhati-hati dalam melakukan proses ini agar tidak merusak tulang atau serat pada sarang walet.

## 1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian lebih fokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud, penulis membatasinya dengan ruang lingkup penelitian meliputi Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ), dan variabel terikatnya Kepuasan Konsumen ( $Y$ ). Penelitian ini akan dilakukan terhadap distributor dan konsumen pada CV. Sinar Walet.

## 1.4 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka yang menjadi pokok permasalahan yang akan diungkap dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Sinar Walet?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Sinar Walet?
3. Apakah Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Sinar Walet.

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Sehubungan dengan permasalahan yang timbul dan dihadapi oleh toko, maka penelitian yang dilakukan ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Sinar Walet.
2. Untuk mengetahui apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Sinar Walet.
3. Untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Sinar Walet.

### **1.6 Kegunaan penelitian**

Adapun kegunaan penelitian dapat dijelaskan secara sistematis sebagai berikut:

1. Bagi CV. Sinar Walet

Memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi gerai dalam mengevaluasi Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk dalam menarik serta menciptakan Kepuasan Konsumen.

2. Bagi Akademis

Diharapkan dapat berguna untuk menjadi bahan penelitian yang akan dilakukan oleh mahasiswa, sehingga dapat menghasilkan hasil penelitian yang lebih baik dan akurat. Selain itu diharapkan tulisan ini dapat juga dijadikan sebagai bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya, seperti *public relation*, *direct marketing*, dan harga yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Teori Tentang Kepuasan Konsumen**

###### **2.1.1.1 Pengertian Kepuasan Konsumen**

Menurut Sudaryono (2016:78), Kepuasan merupakan hasil penilaian konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang, dan pendapat ini sesuai dengan pendapat Firmansyah (2018:132) yang mengatakan Kepuasan Konsumen adalah pengukuran konsumen atau pengguna produk perusahaan atas jasa yang diterima. Pendapat kedua ahli diatas juga sesuai dengan pendapat Tjiptono dan Diana (2019:123) yang menyatakan Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja dan produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya.

Kemudian Fatihudin dan Firmansyah (2019:206), Kepuasan Konsumen adalah pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan senang dengan produk-produk yang diterima, dan Indahningwati (2019:4) berpendapat bahwa, Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, peneliti menyimpulkan bahwa arti Kepuasan Konsumen adalah penilaian terhadap kemampuan produk atau jasa dalam memberikan tingkat pemenuhan kebutuhan konsumsi yang menyenangkan.

Kepuasan Konsumen sangat penting bagi keberlangsungan hidup sebuah perusahaan karena konsumen yang puas biasanya akan melakukan pembelian kembali dan juga sebaliknya dimana konsumen yang tidak puas maka tidak akan melakukan pembelian kembali.

#### **2.1.1.2 Konsekuensi Kepuasan Konsumen**

Menurut Tjiptono dan Diana (2019:143), Kepuasan Konsumen berdampak signifikan pada sejumlah aspek berikut:

1. Niat Beli Ulang

Konsumen yang puas akan melakukan *up-buying* (membeli versi produk yang lebih mahal) dan *cross buying* (membeli produk lain yang dijual oleh produsen atau distributor yang sama).

2. Loyalitas Pelanggan

Banyak riset menyimpulkan bahwa Kepuasan Pelanggan berdampak positif bagi terciptanya loyalitas pelanggan. Bilamana konsumen puas, maka ia tidak gampang dibujuk oleh pesaing untuk beralih pemasok, lebih bersedia membayar harga premium (harga yang lebih mahal), dan lebih toleran terhadap kesalahan yang dilakukan oleh perusahaan.

3. Perilaku Komplain

Pelanggan yang puas lebih kecil kemungkinannya melakukan komplain.

4. Gethok Tular Positif

Setiap pemasar harus mencermati bahwa konsumen yang tidak puas berpotensi menyampaikan pengalaman negatifnya kepada orang lain. Bila

ini terjadi, dampaknya buruk bagi reputasi perusahaan dan kelangsungan bisnis.

### **2.1.1.3 Kunci Menciptakan Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan**

Menurut Sudaryono (2016:93), cara menciptakan pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah:

1. Dengarkan dan perhatikan pelanggan
2. Tetapkan pelayanan yang terbaik
3. Tetapkan ukuran dan kinerja standar
4. Berikan perlindungan hak-hak karyawan
5. Latih karyawan yang memberikan pelayanan yang istimewa
6. Gunakan teknologi untuk memberikan pelayanan terbaik
7. Berikan hadiah bagi pelayanan terbaik.

### **2.1.1.4 Indikator Kepuasan Konsumen**

Menurut Tjiptono dan Diana (2019:151), terdapat kesamaan dalam mengukur Kepuasan Konsumen paling tidak ada 5 konsep dimensi inti yaitu:

1. Kepuasan Konsumen Keseluruhan  
Menanyakan kepada konsumen seberapa puas mereka terhadap produk atau jasa.
2. Konfirmasi Ekspektasi  
Kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan konfirmasi atau diskonfirmasi.

### 3. Niat Beli Ulang

Menanyakan apakah konsumen akan membeli produk yang sama lagi atau akan menggunakan jasa perusahaan lagi.

### 4. Kesiediaan untuk Merekomendasi

Kesiediaan konsumen untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran penting untuk dianalisis.

### 5. Ketidakpuasan Konsumen

Pemahaman dan pengukuran Kepuasan Konsumen selama ini cukup banyak yang dilandasi perspektif ketidakpuasan.

## 2.1.2 Teori Tentang Kualitas Pelayanan

### 2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Ismainar (2015:130), Kualitas Pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dan pendapat ini sesuai dengan pendapat Sudarso (2016:57) dimana, Kualitas Pelayanan merupakan hasil perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan. Pendapat kedua ahli diatas juga sesuai dengan pendapat Menurut Santoso (2019:46), Kualitas Pelayanan adalah bagaimana tanggapan konsumen terhadap jasa yang di konsumsi atau dirasakannya..

Kemudian Tjiptono dan Chandra (2020:101) berpendapat, Kualitas Pelayanan adalah perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan dengan ekspektasi pelanggan, dan pendapat ini sesuai dengan pendapat, dan Mutiawati, dkk (2019:7) mengatakan bahwa, Kualitas

Pelayanan adalah kemampuan pemberi layanan dalam melayani pengguna barang atau jasa tersebut.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan adalah perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan.

### **2.1.2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan**

Menurut Zaid (2021:55), dimensi kualitas pelayanan terdiri dari:

#### **1. Penyesuaian (*Conformance*)**

Penyesuaian mengharuskan standar kualitas ditetapkan untuk banyak proses dan fungsi. Maksudnya adalah untuk mengurangi kesalahan, merampingkan alur kerja, dan menetapkan perilaku yang diperlukan pihak staf.

#### **2. Ekspektasi Pelanggan**

*Expectation* dipengaruhi oleh faktor-faktor diluar kendali manajemen, seperti pengalaman pelanggan sebelumnya, dari mulut ke mulut, dan perilaku pesaing kerja. Kinerja yang berulang kali, atau dengan cara tertentu, gagal memenuhi harapan pelanggan adalah sinyal yang kelas bagi manajemen bahwa perbaikan diperlukan.

#### **3. Persepsi Pasar**

Dimensi ketiga kualitas pelayanan adalah evaluasi persepsi pasar terhadap pesaing. Perusahaan menyadari bahwa mereka memiliki pesaing di luar perusahaan lain.

### 2.1.2.3 Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dan Chandra (2020:99-100), dimensi Kualitas Pelayanan yang paling sering dijadikan acuan adalah:

1. Reliabilitas (*Reliability*)  
Menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)  
Membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.
3. Jaminan (*Assurance*)  
Kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*).
4. Empati (*Empathy*)  
Memberikan perhatian *personal* kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
5. Bukti Fisik (*Tangibles*)  
Penampilan fisik fasilitas layanan peralatan atau perlengkapan, dan sumber daya manusia.

## 2.1.2 Teori Tentang Kualitas Produk

### 2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2017:272), Kualitas Produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan, dan

pendapat ini sesuai dengan pendapat Firmansyah (2018:134), Kualitas Produk yaitu konsumen akan merasa puas apabila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Pendapat kedua ahli diatas juga sesuai dengan pendapat Malau (2018:39) dimana, Produk yang berkualitas adalah produk yang akan dicari oleh para konsumen, karena konsumen menginginkan terpenuhinya kepuasan apabila menggunakan produk tersebut.

Kemudian menurut Firmansyah dan Haryanto (2019:19), Kualitas Produk didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang atau jasa, dan terakhir Astuti dan Nurhafifah (2020:7) mengemukakan, Kualitas Produk adalah sebuah faktor dari produk tersebut yang dapat diukur nilai-bilainya dari produk tersebut apakah di bawah standar, di atas standar, atau sesuai standar.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Produk adalah produk yang dibuat oleh pihak produsen dan ditawarkan ke pasar agar bisa memenuhi keperluan ataupun kebutuhan konsumen.

#### **2.1.2.2 Tingkatan Produk**

Menurut Malau (2018:55), lima tingkatan produk dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Manfaat inti (*Core Benefit*), adalah manfaat yang sesungguhnya dari produk yang dibeli oleh pelanggan.
2. Produk dasar (*Basic Product*), adalah suatu produk yang dapat dirasakan oleh panca indera.

3. Produk yang diharapkan (*Expected Product*), adalah kondisi yang biasanya diharapkan pembeli ketika membeli suatu produk.
4. Produk tingkat (*Augmented Product*), adalah produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan dengan produk yang ditawarkan oleh pesaingnya.
5. Potensi produk (*Potential Product*), adalah perubahan bentuk yang dialami oleh suatu produk di masa datang.

#### **2.1.2.3 Indikator Kualitas Produk**

Menurut Firmansyah dan Haryanto (2019:19), ada tujuh dimensi dasar dalam Kualitas Produk, antara lain:

1. Kinerja, yaitu sejauh mana produk atau jasa digunakan dengan benar.
2. Interaksi, yaitu keramahan, sikap hormat, dan empati yang ditunjukkan oleh masyarakat.
3. Reliabilitas, yaitu konsistensi kinerja barang dan jasa.
4. Daya tahan, yaitu rentang kehidupan produk dan kekuatan umum.
5. Ketepatan waktu dan kenyamanan, yaitu seberapa cepat informasi atau jasa diberikan.
6. Estetika, yaitu daya tarik penyajian jasa dimana jasa atau produk diterima.
7. Kesadaran akan merek, yaitu dampak positif atau negatif merek atas evaluasi konsumen.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya. Dalam penelitian ini, peneliti mereferensi beberapa tinjauan penelitian terdahulu yang dapat mendukung penelitian ini seperti:

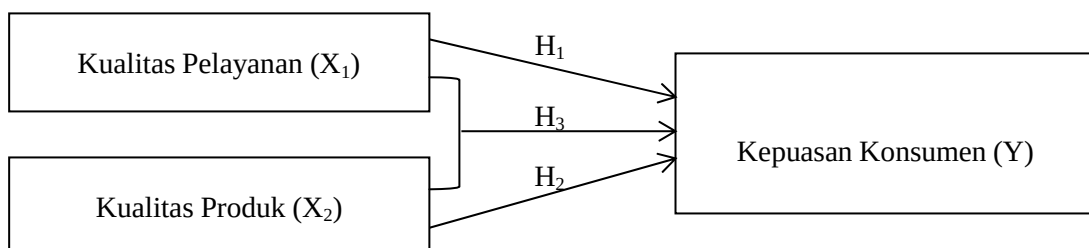
**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

| No | Peneliti (Tahun)                                                                                                                 | Judul Penelitian                                                                                                      | Variabel                                                                                                     | Hasil Penelitian                                                                                                                                    |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Uus MD Fadli (2017)<br><i>Journal of Management and Bussiness</i> , Oktober 2017 Vol. 2 No. 1. ISSN: 2541-397X<br>Karawang       | Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Saung Endah Karawang                           | Independen<br>$X_1$ =Kualitas Pelayanan<br><br>Dependen<br>$Y$ =Kepuasan Pelanggan                           | Hasil menunjukkan secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.                                 |
| 2  | Afnina dan Yulia Hastuti (2018)<br><i>Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis</i> Vol. 9, No. 1 Januari 2018 ISSN: 2614-1523<br>Langsa | Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan                                                                  | Independen<br>$X_1$ =Kualitas Produk<br><br>Dependen<br>$Y$ =Kepuasan Pelanggan                              | Hasil menunjukkan secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan                                     |
| 3  | Iis Maulidah, Joko Widodo, Mukhamad Zulianto (2019)<br><i>Jurnal Pendidikan Ekonomi</i> Vol. 13, Nomor                           | Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember | Independen<br>$X_1$ =Kualitas Produk<br>$X_2$ =Kualitas Pelayanan<br><br>Dependen<br>$Y$ =Kepuasan Pelanggan | Hasil menunjukkan secara parsial dan simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan |

| No | Peneliti (Tahun)                                                                                                                                                  | Judul Penelitian                                                                                                                          | Variabel                                                                                                     | Hasil Penelitian                                                                                                                                    |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | 1 2019<br>ISSN: 2548-7175<br>Jember                                                                                                                               |                                                                                                                                           |                                                                                                              |                                                                                                                                                     |
| 4  | Dedi Mulyadi (2019)<br><br>Jurnal Papatung Vol. 2 No. 2 Tahun 2019<br>ISSN: 2715-0186<br><br>Karawang                                                             | Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan MM Resto Karawang                                 | Independen<br>$X_1$ =Kualitas Produk<br>$X_2$ =Kualitas Pelayanan<br><br>Dependen<br>$Y$ =Kepuasan Pelanggan | Hasil menunjukkan secara parsial dan simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan |
| 5  | Zulkifli Harahap, Dino Leonandri, dan Enos Julvitra (2020)<br><br>Jurnal Akademi Pariwisata Juli – Desember 2020, Vol. 8 No.2<br>ISSN: 2656-0992<br><br>Palembang | <i>The Effect Of Service Quality and Product Quality On Consumer Satisfaction In 71<sup>st</sup> Omakase Restaurant, Cikajang Jakarta</i> | Independen<br>$X_1$ =Service Quality<br>$X_2$ =Product Quality<br><br>Dependen<br>$Y$ =Consumer Satisfaction | Hasil menunjukkan secara parsial dan simultan Service Quality dan Product Quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap Consumer Satisfaction |

### 2.3 Kerangka Konseptual

Berikut kerangka konseptual yang akan digunakan dalam penelitian yaitu :



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Konseptual**

## **2.4 Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan kerangka konseptual diatas, maka dapat dibuat hipotesis penelitian sebagai berikut ini :

- H<sub>1</sub>: Terdapat adanya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Sinar Walet.
- H<sub>2</sub>: Terdapat adanya pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Sinar Walet.
- H<sub>3</sub>: Terdapat adanya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Sinar Walet.

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

### **3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian**

#### **3.1.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada CV. Sinar Walet, Jalan Tuasan, Komplek Harvard Mansion No. V5, Medan, Sumatera Utara.

#### **3.1.2 Waktu Penelitian**

Waktu Penelitian dilakukan dari bulan Februari 2021 sampai dengan Juni 2022.

### **3.2 Jenis dan Sumber Data**

#### **3.2.1 Jenis Data**

Menurut Sugiyono (2018:8), Jenis data terbagi menjadi dua macam, yaitu:

1. Data kualitatif adalah data yang berbentuk deskriptif atau uraian lain dan pengukurannya tidak dapat menggunakan skala numerik.
2. Data kuantitatif adalah jenis data yang dihitung secara langsung sebagai variabel angka atau bilangan.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data kualitatif yang dikuantitatifkan dengan menggunakan skala *likert*.

#### **3.2.2 Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### 1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2018:137), “Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya”. Kuesioner berisi daftar pernyataan yang terstruktur dan materinya berhubungan dengan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen dan pembagian kuesioner kepada responden CV. Sinar Walet.

### 2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018:137), “Sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat dokumen atau orang lain,” yaitu data tersebut diperoleh dan diolah dari sumber CV. Sinar Walet maupun dari internet, dan sebagainya.

## 3.3 Populasi dan Sampel

### 3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2018:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan pada CV. Sinar Walet dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2021 sebanyak 835 orang.

### 3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2018:81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan pada CV. Sinar Walet dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2021 sebanyak 835 orang.

Dalam penelitian ini penulis mempersempit populasi yaitu jumlah pelanggan pada CV. Sinar Walet dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2021 sebanyak 835 orang, dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin. Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

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

Dimana:

|   |   |                                            |
|---|---|--------------------------------------------|
| n | = | Jumlah sampel                              |
| N | = | Jumlah populasi                            |
| e | = | Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel |

Adapun kesalahan yang ditolerir dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah sebesar 10%. Dari rumus yang tertera di atas, maka dapat dihitung jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

$$n = \frac{835}{1 + (835)(0,1)^2}$$

$$n = \frac{835}{9,35}$$

$$n = 89,30$$

$$n = 89$$

Sampel pada penelitian ini adalah 89 responden. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2018:85), *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel.

### 3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Dibawah ini adalah unsur-unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam operasionalisasi variabel penelitian, antara lain:

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel Penelitian**

| <b>Variabel</b>                      | <b>Definisi Operasional</b>                                                                                                                                                | <b>Indikator</b>                                                                                                                                                                                                                        | <b>Pengukuran</b> |
|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> ) | Kualitas Pelayanan adalah perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan dengan ekspektasi pelanggan.<br><br>Tjiptono dan Chandra (2020:101) | 1. Reliabilitas ( <i>Reliability</i> )<br>2. Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> )<br>3. Jaminan ( <i>Assurance</i> )<br>4. Empati ( <i>Empathy</i> )<br>5. Bukti Fisik ( <i>Tangibles</i> )<br><br>Tjiptono dan Chandra (2020:99-100) | Skala Likert      |
| Kualitas Produk (X <sub>2</sub> )    | Kualitas Produk didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang atau jasa.<br><br>Firmansyah dan Haryanto (2019:19)                       | 1. Kinerja<br>2. Realibilitas<br>3. Daya Tahan<br>4. Ketepatan Waktu dan Kenyamanan<br><br>Firmansyah dan Haryanto (2019:19)                                                                                                            | Skala Likert      |
| Kepuasan Konsumen (Y)                | Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya. | 1. Kepuasan Konsumen Keseluruhan<br>2. Konfirmasi Ekspetasi<br>3. Niat Beli Ulang<br>4. Kesiediaan Untuk Merekomendasi<br>5. Ketidakpuasan                                                                                              | Skala Likert      |

| Variabel | Definisi Operasional          | Indikator                                 | Pengukuran |
|----------|-------------------------------|-------------------------------------------|------------|
|          | Tjiptono dan Diana (2019:123) | Konsumen<br>Tjiptono dan Diana (2019:123) |            |

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Metode Angket (Kuesioner), yaitu pelanggan pada CV. Sinar Walet. Yang dilakukan peneliti untuk mendapatkan data yaitu dengan cara penyebaran angket. Kuesioner ini dimaksudkan untuk memperoleh data berupa informasi secara tertulis dan langsung dari responden. Jawaban dari responden bersifat kualitatif yang kemudian dikuantitatifkan dan diukur dengan menggunakan skala tingkat (*likert*). Menurut Sugiyono (2018:93), skala *likert* merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam pengukuran aspek pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk digunakan skala tingkat (*likert*) dengan keterangan sebagai berikut:

- 1) Skor 5 adalah jawaban Sangat Setuju (SS)
- 2) Skor 4 adalah jawaban Setuju (S)
- 3) Skor 3 adalah jawaban Ragu-Ragu (RR)
- 4) Skor 2 adalah jawaban Tidak Setuju (TS)
- 5) Skor 1 adalah jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

2. Wawancara, yang dilakukan kepada karyawan CV. Sinar Walet pada awal penelitian untuk mencari tahu tentang fenomena-fenomena yang terjadi di perusahaan.
3. Studi Dokumentasi, peneliti menggunakan metode ini untuk mencari informasi tentang profil perusahaan, dan juga teori-teori yang dapat digunakan sebagai referensi penelitian.

### 3.6 Teknik Analisa Data

Data yang diperoleh perlu di uji ketepatan atau kecermatannya dan keandalannya agar hasil pengolahan data dapat lebih tepat dan akurat. Oleh karena itu, perlu diketahui seberapa tinggi validitas dan realibilitas alat ukur yang digunakan. Untuk menguji ketetapan dan kehandalan kuisisioner, akan dilakukan *pretest* terhadap 30 responden diluar sampel penelitian.

#### 3.6.1 Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018:51), “Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut”. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ , dalam ini adalah jumlah sampel dengan alpha sebesar 5% dengan ketentuan:

1. Hasil  $r_{hitung} > r_{tabel} = \text{valid}$
2. Hasil  $r_{hitung} < r_{tabel} = \text{tidak valid}$

Jika  $r_{hitung}$  pada tiap butir pernyataan lebih besar daripada  $r_{tabel}$  dan nilai  $r$  positif maka pernyataan tersebut dinyatakan *valid*.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:45) Uji reliabilitas merupakan alat ukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Metode uji reliabilitas yang sering digunakan adalah *Cronbach's Alpha*. Pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas sebagai berikut:

1. *Cronbach's alpha*  $< 0,6$  = reliabilitas buruk.
2. *Cronbach's alpha*  $0,6-0,79$  = reliabilitas diterima.
3. *Cronbach's alpha*  $0,8$  = reliabilitas baik.

### 3.7 Uji Asumsi Klasik

Dalam suatu penelitian kemungkinan akan munculnya masalah dalam analisis regresi sering dalam mencocokkan model prediksi ke dalam sebuah model yang telah dimasukkan ke dalam serangkaian data. Asumsi klasik yang harus terpenuhi dalam model regresi linear antara lain residual terdistribusi normal, tidak adanya multikolinearitas dan tidak adanya heteroskedastisitas.

#### 3.7.1 Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2018:161), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Menurut Ghazali (2018:163), pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi

dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan:

1. Grafik Histogram

Output ini menjelaskan tentang grafik data dan untuk melihat distribusi data apakah normal atau tidak. Untuk pengukuran normalitas data jika bentuk grafik histogram mengikuti kurva normal yang membentuk gunung atau lonceng, data akan berdistribusi normal.

2. Grafik *Normal Probability Plot*

Output *Normal Probability Plot* menjelaskan grafik data dalam melihat distribusi data normal atau tidak dengan pengukuran jika bentuk grafik *Normal Probability Plot* mengikuti garis diagonal normal maka data akan dianggap berdistribusi normal.

Menurut Ghozali (2018:163), uji normalitas dengan statistik dapat menggunakan metode *One Kolmogorov Smirnov*, kriteria pengujiannya:

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

### 3.7.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018:107) multikolinearitas adalah keadaan pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antarvariabel independen dimana model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebas.

Metode uji multikolinearitas yang umum digunakan yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi dimana nilai VIF kurang dari 10 dan mempunyai angka *Tolerance* lebih dari 0,1..

### 3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2018:137), heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya dimana model yang regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berbagai macam uji heteroskedastisitas yaitu dengan pengujian *Scatterplots* dimana dilakukan dengan cara melihat titik-titik pola pada grafik menyebar secara acak dan tidak berbentuk pola pada grafik maka dinyatakan telah tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

### 3.8 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ghazali (2018:95), analisis regresi berganda adalah analisis untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan secara parsial atau simultan antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Tujuan digunakan analisis regresi berganda pada penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Konsumen (*dependent variabel*)

- $X_1$  = Kualitas Pelayanan (*independent variabel*)  
 $X_2$  = Kualitas Produk (*independent variabel*)  
 $a$  = konstanta  
 $b_1$  = koefisien variabel Kualitas Pelayanan  
 $b_2$  = koefisien variabel Kualitas Produk  
 $e$  = persentase kesalahan

### 3.9 Pengujian Hipotesis

#### 3.9.1 Uji t (Uji Secara Parsial)

Menurut Ghozali (2018:98), “uji t secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel bebas berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi 5% dan uji 2 sisi”. Dasar pengambilan keputusan dalam uji t sebagai berikut:

1.  $H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$ , Artinya Kualitas Pelayanan; Kualitas Produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Sinar Walet.
2.  $H_a : \beta_1, \beta_2 \neq 0$ , Artinya Kualitas Pelayanan; Kualitas Produk secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Sinar Walet.

Dalam penelitian ini nilai  $t_{hitung}$  akan dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$ , pada tingkat signifikan ( $\alpha$ ) = 5%. Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2. Jika  $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Untuk menentukan nilai  $t_{tabel}$  diperoleh dari tabel *t-student* dengan rumus :

$$t_{\text{tabel}} = t_{(\alpha/2), (n-2)}$$

Dimana :

$$\alpha = 0,05$$

n = Jumlah Sampel

Dalam penelitian ini dengan sampel 89 dan  $\alpha = 0,05$  sehingga  $t_{\text{tabel}} = t_{(0,025;87)}$  diperoleh  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,987. Sedangkan untuk nilai  $t_{\text{hitung}}$  akan diperoleh dengan menggunakan bantuan dari program SPSS yang kemudian akan dibandingkan dengan nilai  $t_{\text{tabel}}$ .

### 3.9.2 Uji F (Uji Secara Serempak)

Menurut Ghozali (2018:98), “uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Dalam hal ini, untuk mengetahui apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel terikat”. Dasar pengambilan keputusan dalam uji F sebagai berikut:

1.  $H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$ , Artinya Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara serempak tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Sinar Walet.
2.  $H_a : \beta_1, \beta_2 \neq 0$ , Artinya Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara serempak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Sinar Walet.

Dalam penelitian ini nilai  $F_{\text{hitung}}$  akan dibandingkan dengan nilai  $F_{\text{tabel}}$ , pada tingkat signifikan ( $\alpha$ ) = 5%. Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Jika  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

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

Untuk menentukan nilai  $F_{tabel}$  diperoleh dari tabel F dengan cara :

$$F_{tabel} = F_{(\alpha), (df \text{ penyebut} = n-k), (df \text{ pembilang} = m)}$$

Dimana :

$$\alpha = 0,05$$

$n$  = Jumlah Sampel

$k$  = Jumlah Semua Variabel

$m$  = Jumlah Semua Variabel Bebas

Dalam penelitian ini dengan sampel 89 dan  $\alpha = 0,05$  sehingga  $F_{tabel} = F_{(0,05)(86,2)}$  diperoleh  $F_{tabel}$  sebesar 3,10. Sedangkan untuk nilai  $F_{hitung}$  akan diperoleh dengan menggunakan bantuan dari program SPSS yang kemudian akan dibandingkan dengan nilai  $F_{tabel}$ .

### 3.10 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Ghozali (2018:97) mengemukakan analisis determinasi atau disebut juga *R Square* yang disimbolkan dengan  $R^2$  digunakan untuk mengetahui besaran pengaruh variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y) dimana semakin kecil nilai koefisien determinasi, hal ini berarti pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) semakin lemah. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi semakin mendekati angka 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **4.1 Hasil Penelitian**

#### **4.1.1 Sejarah Singkat CV. Sinar Walet**

CV. Sinar Walet merupakan perusahaan dagang yang bergerak di bidang penjualan sarang burung walet. CV. Sinar Walet terletak di Jalan Tuasan, Komplek Harvard Mansion No V5. Produk dari CV. Cahaya Walet lebih banyak dijual kepada distributor dan konsumen yang langsung membuat minuman dari sarang burung walet tersebut untuk dijual kembali, dikarenakan kualitas harga dan Kualitas Pelayanan yang di lakukan perusahaan menarik perhatian dari para konsumen.

Salah satu langkah yang tempuh oleh CV. Cahaya Walet dalam menyambut tantangan masa depan adalah dengan menyiapkan lahan untuk mengembangkan perusahaan sehingga produk dapat dikenal oleh konsumen. Ini semua menjadi modal perusahaan untuk melangkah menuju masa depan yang lebih cerah.

#### **4.1.2 Visi, Misi dan Struktur Organisasi CV. Sinar Walet**

##### **4.1.2.1 Visi CV. Sinar Walet**

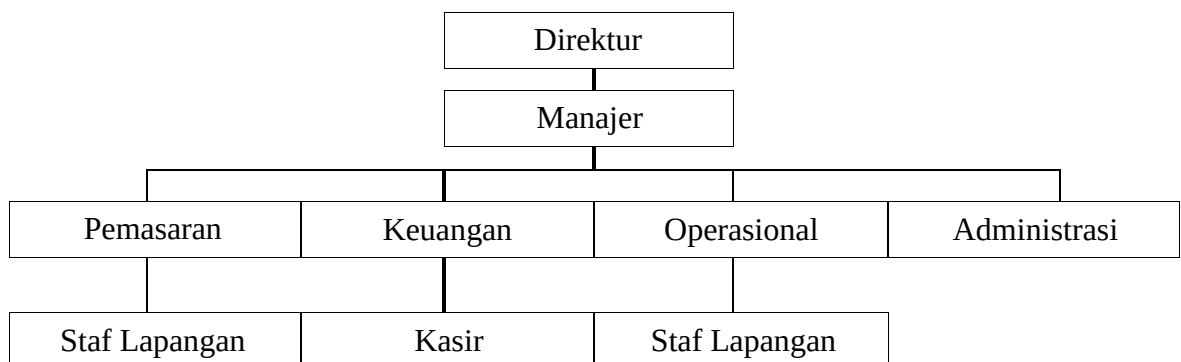
Visi perusahaan adalah menjadi penyedia produk sarang burung walet terbaik yang fokus pada pelayanan pelanggan dan memenuhi harapan pemilik perusahaan.

#### 4.1.2.2 Misi CV. Sinar Walet

Misi perusahaan adalah :

1. Menyelenggarakan bisnis usaha penunjangnya melalui praktik bisnis dan model organisasi terbaik untuk memberikan nilai tambah yang tinggi bagi pemilik saham perusahaan.
2. Memberikan pelayanan terbaik dan standar mutu kepada pelanggan dengan menjalankan proses kerja terbaik sehingga tercapai kepuasan pelanggan.
3. Meningkatkan kualitas produk demi kepuasan pelanggan.

#### 4.1.2.3 Struktur Organisasi CV. Sinar Walet



Sumber : CV. Sinar Walet, 2022

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi CV. Sinar Walet**

Tugas masing-masing adalah sebagai berikut:

1. Direktur

Direktur merupakan pemimpin tertinggi dalam perusahaan yang bertanggung jawab baik di luar perusahaan maupun di dalam perusahaan.

Tugas dan tanggung jawab seorang direktur adalah :

- a. Bertanggung jawab atas strategi dan operasional perusahaan
- b. Mengkoordinir kegiatan di luar dan di dalam perusahaan
- c. Mengadakan, mengevaluasi, dan menyetujui rencana kerja yang disusun oleh kepala bagian
- d. Menetapkan kebijakan – kebijakan strategi dan operasional perusahaan

## 2. Manajer

Bertanggung jawab langsung kepada direktur. Tugas dan tanggung jawab seorang manajer adalah :

- a. Mengadakan kunjungan berkala untuk kelancaran operasi
- b. Memantau kegiatan sehari - hari yang dijalankan oleh masing - masing bagian sesuai dengan ketentuan perusahaan
- c. Memberikan saran dan menciptakan sistem serta suasana kerja yang lebih baik dan memberikan penilaian kepada masing – masing bagian
- d. Memeriksa kebenaran kasbon setiap hari serta pengeluaran – pengeluaran yang telah digariskan
- e. Mengadakan rapat sebulan sekali dengan semua bagian bila ada kasus atau masalah yang harus segera diselesaikan

## 3. Bagian Pemasaran

Tugas dan tanggung jawabnya adalah :

- a. Bertugas untuk memasarkan jasa yang disediakan oleh CV. Sinar Walet

- b. Mengkoordinasi kegiatan – kegiatan sistem, mandor dan karyawan bagian pemasaran
- c. Mendapatkan langganan baru dan menentukan serta mencari daerah – daerah baru

4. Bagian Keuangan

Tugas dan tanggung jawabnya adalah :

- a. Bertugas untuk mengontrol keuangan yang masuk maupun yang keluar kantor
- b. Mengelola keuangan perusahaan
- c. Menyusun anggaran biaya dan pendapatan perusahaan
- d. Membuat laporan keuangan perusahaan setiap tahun

5. Bagian Operasional

Tugas dan tanggung jawabnya adalah :

- a. Bertugas untuk mengkoordinasikan barang – barang yang akan dikirim dari asal ke tujuan ke bagian lapangan
- b. Bertanggung jawab terhadap barang yang akan dikirim, mengawasi dan mengurus proses pengangkutan barang dari gudang sampai ke tempat pelanggan

6. Bagian Administrasi

Tugas dan tanggung jawabnya adalah :

- a. Bertugas mencatat segala kegiatan transaksi
- b. Menyelenggarakan surat – menyurat yang berhubungan dengan masalah pemesanan.

- c. Menyelesaikan tugas administrasi pada perusahaan

#### 7. Bagian Kasir

Tugas dan tanggung jawabnya adalah :

- a. Bertugas untuk menerima dan mengeluarkan semua tagihan dari pelanggan
- b. Membuat surat tagihan kepada pelanggan
- c. Mencatat setiap penerimaan dan pengeluaran kas

#### 8. Staf Lapangan Pemasaran

Tugas dan tanggung jawabnya adalah :

- a. Membantu staf pemasaran dalam mencari pelanggan baru
- b. Mengkoordinir pengiriman barang di lapangan

#### 9. Staf Lapangan Operasional

Tugas dan tanggung jawabnya adalah :

- a. Mengawasi barang yang keluar masuk
- b. Bertugas untuk memonitor pekerjaan di lapangan

### 4.1.3 Karakteristik Responden

#### 4.1.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin seperti pada Tabel 4.1 di bawah ini:

**Tabel 4.1**  
**Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| No            | Jenis Kelamin | Frekuensi       | Persentase (%) |
|---------------|---------------|-----------------|----------------|
| 1             | Laki - Laki   | 39 orang        | 43,80%         |
| 2             | Perempuan     | 50 orang        | 56,20%         |
| <b>Jumlah</b> |               | <b>89 orang</b> | <b>100%</b>    |

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa pelanggan CV. Sinar Walet memiliki jenis kelamin laki-laki sebanyak 39 orang (43,80%) dan perempuan yang sebanyak 50 orang (56,20%) dikarenakan walet dipercaya dapat meningkatkan kolagen dalam tubuh dan memperkuat daya tahan tubuh sehingga lebih banyak responden CV. Sinar Walet berjenis kelamin perempuan karena mereka gemar mengkonsumsinya.

#### 4.1.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Deskripsi responden berdasarkan Usia seperti pada Tabel 4.2 di bawah ini:

**Tabel 4.2**  
**Deskripsi Responden Berdasarkan Usia**

| No            | Usia          | Frekuensi       | Persentase (%) |
|---------------|---------------|-----------------|----------------|
| 1             | < 21 Tahun    | 11 orang        | 12,40%         |
| 2             | 21 – 30 Tahun | 23 orang        | 25,80%         |
| 3             | 31 – 40 Tahun | 22 orang        | 24,70%         |
| 4             | > 40 Tahun    | 33 orang        | 37,10%         |
| <b>Jumlah</b> |               | <b>89 orang</b> | <b>100%</b>    |

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan CV. Sinar Walet memiliki Usia di atas 40 tahun yaitu sebanyak 33 orang (37,10%) dan yang paling kecil memiliki Usia lebih kecil dari 21 tahun yaitu sebanyak 11 orang (12,40%), dikarenakan pada usia di atas 40 tahun, imun tubuh dan juga kolagen dalam tubuh sudah mulai berkurang, kesehatan juga

seperti mudah lelah sering dialami oleh pelanggan usia lebih dari 40 tahun, sehingga lebih banyak pelanggan melakukan pembelian walet berkisar diusia itu.

#### 4.1.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

##### 4.1.4.1 Uji Validitas

Mengukur validitas dapat dilakukan dengan cara melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ , dalam ini adalah jumlah sampel. Jadi ( $df$ ) yang digunakan adalah  $30-2 = 28$  dengan alpha sebesar 5% maka menghasilkan nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,361 dengan ketentuan:

1. Hasil  $r_{hitung} > r_{tabel}$  = valid
2. Hasil  $r_{hitung} < r_{tabel}$  = tidak valid

Jika  $r_{hitung}$  pada tiap butir pernyataan lebih besar daripada  $r_{tabel}$  dan nilai  $r$  positif maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.

Hasil uji validitas untuk variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dapat dilihat pada Tabel 4.3 di bawah ini:

**Tabel 4.3**  
**Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )**

| Pernyataan                                                                       | Nilai<br><i>Corrected<br/>Item-Total<br/>Correlation</i> | $r_{tabel}$ | Keterangan |
|----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-------------|------------|
| <b>Reliabilitas</b>                                                              |                                                          |             |            |
| CV. Sinar Walet memberikan pelayanan prima kepada seluruh konsumen               | 0,541                                                    | 0,361       | Valid      |
| CV. Sinar Walet memberikan pelayanan yang terbaik guna memuaskan setiap konsumen | 0,735                                                    | 0,361       | Valid      |

| Pernyataan                                                                                                                                   | Nilai<br><i>Corrected<br/>Item-Total<br/>Correlation</i> | $r_{\text{tabel}}$ | Keterangan |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|--------------------|------------|
| <b>Daya Tanggap</b>                                                                                                                          |                                                          |                    |            |
| Karyawan CV. Sinar Walet memberikan respon dan tanggapan yang baik terhadap setiap keluhan konsumen                                          | 0,828                                                    | 0,361              | Valid      |
| CV. Sinar Walet menyediakan kesempatan dan akses yang mudah bagi konsumen dalam memberikan kritik dan saran                                  | 0,710                                                    | 0,361              | Valid      |
| <b>Jaminan</b>                                                                                                                               |                                                          |                    |            |
| Karyawan CV. Sinar Walet memberikan pelayanan dengan ketepatan waktu pengiriman yang baik                                                    | 0,670                                                    | 0,361              | Valid      |
| Karyawan CV. Sinar Walet selalu melakukan pengecekan pada setiap produk yang akan dikirimkan                                                 | 0,817                                                    | 0,361              | Valid      |
| <b>Empati</b>                                                                                                                                |                                                          |                    |            |
| CV. Sinar Walet memiliki karyawan yang mampu berempati kepada konsumen                                                                       | 0,682                                                    | 0,361              | Valid      |
| Konsumen memberikan persepsi nilai yang positif terhadap pelayanan pada CV. Sinar Walet                                                      | 0,802                                                    | 0,361              | Valid      |
| <b>Bukti Fisik</b>                                                                                                                           |                                                          |                    |            |
| CV. Sinar Walet dalam melayani konsumen menyediakan ruang <i>customer service</i> yang nyaman                                                | 0,629                                                    | 0,361              | Valid      |
| CV. Sinar Walet dalam melayani konsumen menyediakan <i>sales after service</i> guna mengetahui respon konsumen terhadap pelayanan perusahaan | 0,690                                                    | 0,361              | Valid      |

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Dari Tabel 4.3 di atas menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel Kualitas Pelayanan menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari  $r_{\text{tabel}}$  0,361 sehingga semua butir pernyataan kuesioner Kualitas Pelayanan dinyatakan telah valid.

Hasil uji validitas untuk variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) dapat dilihat pada Tabel 4.4 di bawah ini:

**Tabel 4.4**  
**Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X<sub>2</sub>)**

| <b>Pernyataan</b>                                                                           | <b>Nilai<br/><i>Corrected<br/>Item-Total<br/>Correlation</i></b> | <b>r<sub>tabel</sub></b> | <b>Keterangan</b> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|--------------------------|-------------------|
| <b>Kinerja</b>                                                                              |                                                                  |                          |                   |
| Produk CV. Sinar Walet sangat bersih sehingga nyaman ketika dikonsumsi                      | 0,598                                                            | 0,361                    | Valid             |
| Produk CV. Sinar Walet memiliki kualitas terbaik dengan harga yang terjangkau               | 0,774                                                            | 0,361                    | Valid             |
| <b>Reliabilitas</b>                                                                         |                                                                  |                          |                   |
| Produk CV. Sinar Walet terbuat dari bahan baku pilihan dan berkualitas                      | 0,631                                                            | 0,361                    | Valid             |
| Produk CV. Sinar Walet memiliki berbagai macam ukuran sesuai dengan keinginan dari konsumen | 0,788                                                            | 0,361                    | Valid             |
| <b>Daya Tahan</b>                                                                           |                                                                  |                          |                   |
| Produk CV. Sinar Walet memiliki masa <i>expired</i> lebih kurang selama 1 bulan             | 0,472                                                            | 0,361                    | Valid             |
| Produk CV. Sinar Walet memiliki struktur yang tidak terlalu keras                           | 0,573                                                            | 0,361                    | Valid             |
| <b>Ketepatan Waktu dan Kenyamanan</b>                                                       |                                                                  |                          |                   |
| Produk CV. Sinar Walet dikirim sesuai dengan waktu kesepakatan bersama                      | 0,525                                                            | 0,361                    | Valid             |
| Produk CV. Sinar Walet tidak akan rusak walaupun sudah kering                               | 0,498                                                            | 0,361                    | Valid             |
| Produk CV. Sinar Walet menggunakan beberapa bahan utama dalam pembuatan minuman dalam kaca  | 0,519                                                            | 0,361                    | Valid             |
| Produk CV. Sinar Walet tidak menggunakan bahan kimia yang berbahaya                         | 0,439                                                            | 0,361                    | Valid             |

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Dari Tabel 4.4 di atas menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel Kualitas Produk menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r<sub>tabel</sub> 0,361 sehingga semua butir pernyataan kuesioner Kualitas Produk dinyatakan telah valid.

Hasil uji validitas untuk variabel Kepuasan Konsumen dapat dilihat pada Tabel 4.5 di bawah ini:

**Tabel 4.5**  
**Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)**

| <b>Pernyataan</b>                                                                                              | <b>Nilai<br/><i>Corrected<br/>Item-Total<br/>Correlation</i></b> | <b><math>r_{\text{tabel}}</math></b> | <b>Keterangan</b> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|-------------------|
| <b>Kepuasan Konsumen Keseluruhan</b>                                                                           |                                                                  |                                      |                   |
| Anda dapat memberikan kritik dan saran yang membangun                                                          | 0,571                                                            | 0,361                                | Valid             |
| Fasilitas kritik <i>online</i> via Whatsapp dan <i>Call Centre</i> bagi anda sudah sangat baik                 | 0,758                                                            | 0,361                                | Valid             |
| <b>Konfirmasi Ekspektasi</b>                                                                                   |                                                                  |                                      |                   |
| Perusahaan selalu melakukan perbaikan atau penyempurnaan pelayanan, agar anda dapat selalu melakukan pembelian | 0,825                                                            | 0,361                                | Valid             |
| Perusahaan selalu melakukan evaluasi ke kompetitor untuk memperbaiki kualitas pelayanan                        | 0,747                                                            | 0,361                                | Valid             |
| <b>Niat Beli Ulang</b>                                                                                         |                                                                  |                                      |                   |
| Anda bersedia melakukan pembelian ulang produk atau jasa perusahaan                                            | 0,563                                                            | 0,361                                | Valid             |
| Produk pada CV. Sinar Walet selalu menjadi pilihan anda di kemudian hari                                       | 0,818                                                            | 0,361                                | Valid             |
| <b>Kesediaan Untuk Merekomendasi</b>                                                                           |                                                                  |                                      |                   |
| Anda selalu merekomendasikan produk kepada teman atau saudara                                                  | 0,744                                                            | 0,361                                | Valid             |
| Anda bersedia merekomendasikan produk pada CV. Sinar Walet kepada orang lain                                   | 0,801                                                            | 0,361                                | Valid             |
| <b>Ketidakpuasan Konsumen</b>                                                                                  |                                                                  |                                      |                   |
| CV. Sinar Walet menjaga kualitas produk sehingga keluhan ketidakpuasan konsumen tidak terjadi                  | 0,690                                                            | 0,361                                | Valid             |
| CV. Sinar Walet memberikan <i>service centre</i> untuk menghindari ketidak puasan konsumen                     | 0,725                                                            | 0,361                                | Valid             |

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Dari Tabel 4.5 di atas menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel Kepuasan Konsumen menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari  $r_{\text{tabel}}$  0,361 sehingga semua butir pernyataan kuesioner Kepuasan Konsumen dinyatakan telah valid.

#### 4.1.4.2 Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Cronbach Alpha* dengan kriteria pengambilan keputusan sebagaimana dinyatakan oleh, yaitu:

1. *Cronbach's alpha*  $< 0,6$  = reliabilitas buruk.
2. *Cronbach's alpha*  $0,6-0,79$  = reliabilitas diterima.
3. *Cronbach's alpha*  $0,8$  = reliabilitas baik.

Hasil uji reliabilitas variabel Kualitas Pelayanan dapat dilihat pada Tabel 4.6 di bawah ini:

**Tabel 4.6**  
**Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .883             | 10         |

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan pada Tabel 4.6 di atas, maka dapat dinyatakan bahwa kesepuluh butir *item* untuk variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) tersebut sebesar 0,883 berada di atas 0,8 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan baik.

Hasil uji reliabilitas variabel Kualitas Produk dapat dilihat pada Tabel 4.7 di bawah ini:

**Tabel 4.7**  
**Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk ( $X_2$ )**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .766             | 10         |

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan pada Tabel 4.7 di atas, maka dapat dinyatakan bahwa kesepuluh butir *item* untuk variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) tersebut sebesar 0,766 berada diantara 0,6-0,79 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan diterima.

Hasil uji reliabilitas variabel Kepuasan Konsumen dapat dilihat pada Tabel 4.8 di bawah ini:

**Tabel 4.8**  
**Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .890             | 10         |

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan pada Tabel 4.8 di atas, maka dapat dinyatakan bahwa kesepuluh butir *item* untuk variabel Kepuasan Konsumen (Y) tersebut sebesar 0,890 berada di atas 0,8, sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan baik.

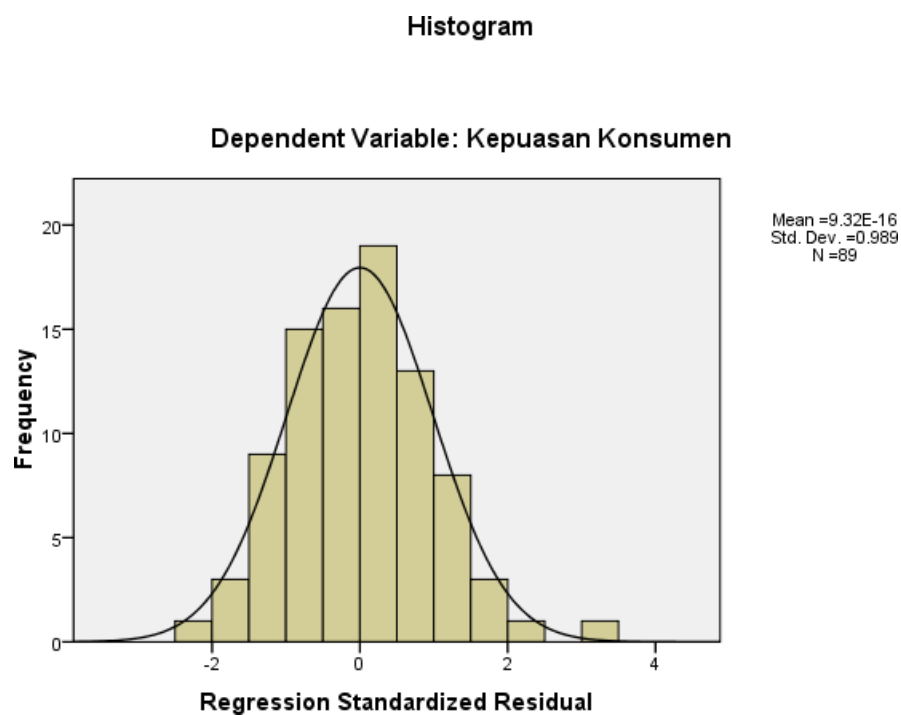
#### **4.1.5 Uji Asumsi Klasik**

##### **4.1.5.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Berikut ini uji normalitas melalui grafik Histogram seperti pada Gambar 4.1 di bawah ini:

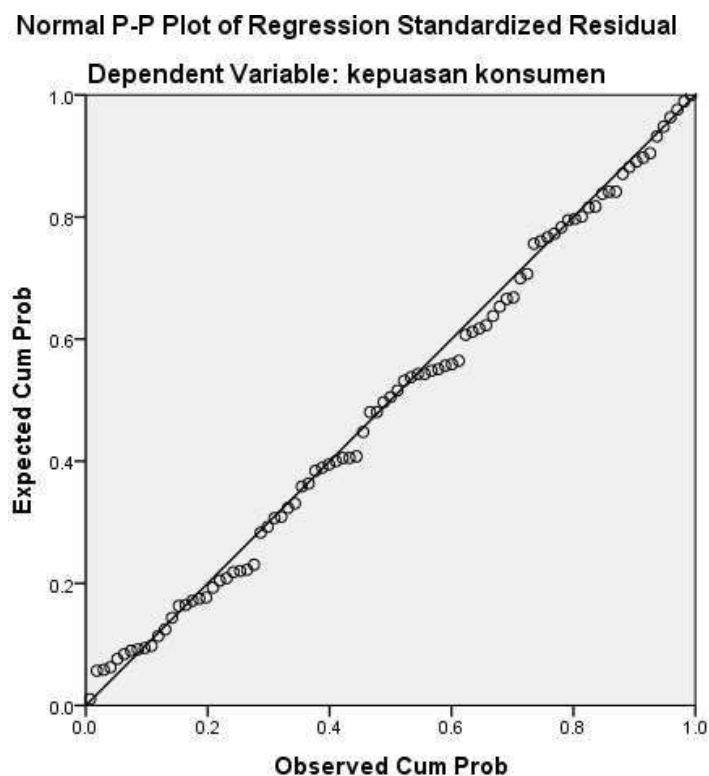


Sumber: Hasil Olah Data, 2022

**Gambar 4.1**  
**Grafik Histogram**

Dari Gambar 4.1 di atas dilihat bahwa data tegak lurus di atas angka 0, tidak melenceng ke kanan dan ke kiri maka model regresi dianggap memenuhi asumsi normalitas.

Berikut ini uji normalitas melalui grafik *Normal P Plot* seperti pada Gambar 4.2 di bawah ini:



Sumber: Hasil Olah Data, 2022

**Gambar 4.2**  
**Grafik Normal P-P Plot**

Dari Gambar 4.2 di atas menunjukkan bahwa data (titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hal ini sejalan dengan hasil pengujian menggunakan histogram bahwa telah terdistribusi normal.

Hasil uji *One Kolmogrov Smirnov* dapat dilihat pada Tabel 4.9 di bawah ini:

**Tabel 4.9**  
**Uji *One Kolmogrov-Smirnov***  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|                                   |                | Unstandardized<br>Residual |
|-----------------------------------|----------------|----------------------------|
| N                                 |                | 89                         |
| Normal Parameters <sup>a, b</sup> | Mean           | .0000000                   |
|                                   | Std. Deviation | 3.92069466                 |
| Most Extreme Differences          | Absolute       | .053                       |
|                                   | Positive       | .053                       |
|                                   | Negative       | -.044                      |
| Kolmogorov-Smirnov Z              |                | .500                       |
| Asymp. Sig. (2-tailed)            |                | .964                       |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,964 lebih besar dari 0,05 (Sig F > 5%), sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

#### 4.1.5.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah adanya suatu hubungan linier yang sempurna antara beberapa atau semua variabel independen. Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

Multikolinearitas dapat juga dilihat dari (1) nilai *Tolerance* dan lawannya (2) *Variance Inflation Factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF = 1/Tolerance$ ). Nilai *cut off* yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *Tolerance* kurang dari 0,10 atau sama dengan nilai VIF lebih besar dari 10. Apabila terdapat variabel bebas yang memiliki nilai *Tolerance* lebih dari 0,10 nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 4.10 di bawah ini:

**Tabel 4.10**  
**Uji Multikolinearitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model              | Collinearity Statistics |       |
|--------------------|-------------------------|-------|
|                    | Tolerance               | VIF   |
| 1 (Constant)       |                         |       |
| KUALITAS PELAYANAN | .775                    | 1.290 |
| KUALITAS PRODUK    | .775                    | 1.290 |

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

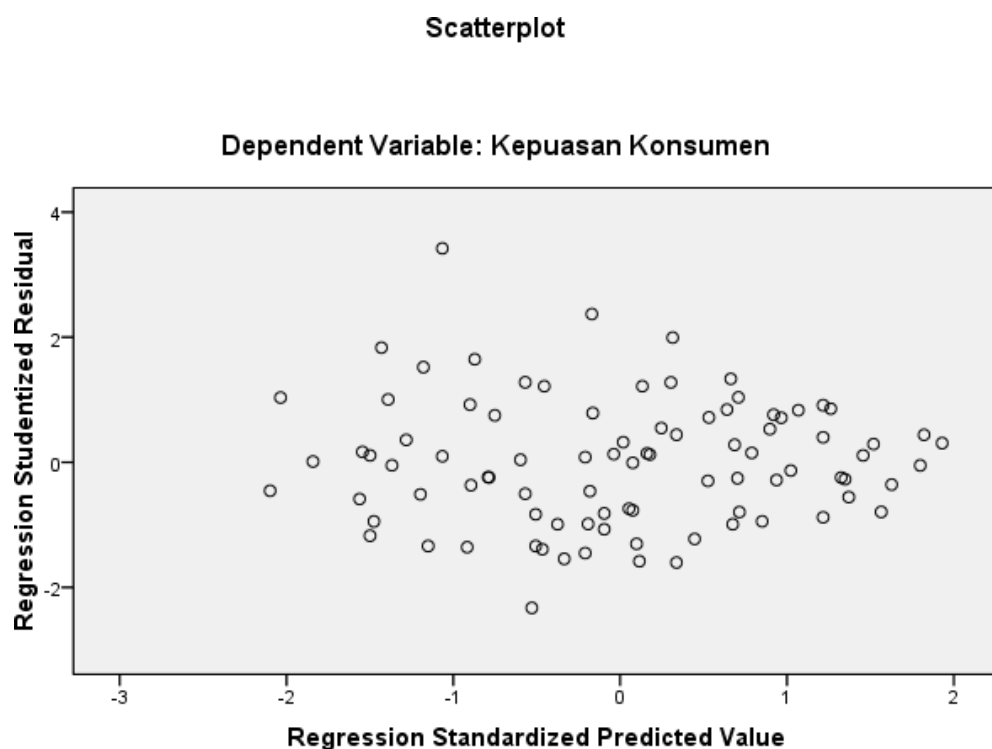
Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Dari Tabel 4.10 di atas diketahui nilai *TOLERANCE* yang diperoleh adalah 0,775 yang lebih dari 0,10 dan nilai VIF yang diperoleh adalah 1,290 yang kurang dari 10, sehingga dapat dinyatakan tidak terjadi persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.

#### 4.1.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar 4.3 di bawah ini:



Sumber: Hasil Olah Peneliti, 2022

**Gambar 4.3**  
**Grafik Scatterplot**

Berdasarkan Gambar 4.3 di atas terlihat titik-titik secara acak atau tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas secara tersebar baik di atas maupun di

bawah angka 0 pada sumbu *Regeression Studentized Residual* (Y). Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi ini layak digunakan untuk memprediksi Kepuasan Konsumen berdasarkan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk.

#### 4.1.6 Analisis Regresi Linear Berganda

Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Sinar Walet, dengan rumus:

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

Keterangan :

Y = Kepuasan Konsumen (*dependent variable*)

X<sub>1</sub> = Kualitas Pelayanan (*independent variable*)

X<sub>2</sub> = Kualitas Produk (*independent variable*)

a = konstanta

b<sub>1</sub> = koefisien untuk variabel Kualitas Pelayanan

b<sub>2</sub> = koefisien untuk variabel Kualitas Produk

e = persentase kesalahan

Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada Tabel 4.11 di bawah ini :

**Tabel 4.11**  
**Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model              | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
|                    | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1 (Constant)       | 4.112                       | 3.156      |                           | 1.303 | .196 |                         |       |
| Kualitas Pelayanan | .513                        | .078       | .515                      | 6.595 | .000 | .775                    | 1.290 |
| Kualitas Produk    | .408                        | .084       | .378                      | 4.845 | .000 | .775                    | 1.290 |

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: Hasil Olah Peneliti, 2022

Dari Tabel 4.11 di atas, diperoleh uji regresi linear berganda dengan persamaan regresinya adalah:

$$\text{Kepuasan Konsumen} = 4,112 + 0,513 \text{ Kualitas Pelayanan} + 0,408 \text{ Kualitas Produk} + e$$

Penjelasan persamaan sebagai berikut:

1. 4,112 artinya: jika Kepuasan Konsumen yang diteliti konstan, maka Kepuasan Konsumen pada CV. Sinar Walet adalah sebesar 4,112.
2. 0,513 artinya jika setiap penambahan satu-satuan variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) akan menyebabkan Kepuasan Konsumen bertambah sebesar 0,513 satu-satuan dengan kondisi faktor variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) dianggap konstan.
3. 0,408 artinya jika setiap penambahan satu-satuan variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) akan menyebabkan Kepuasan Konsumen bertambah sebesar 0,408 satu-satuan dengan kondisi faktor variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dianggap konstan.

#### 4.1.7 Pengujian Hipotesis

##### 4.1.7.1 Uji t (Uji Secara Parsial)

Uji t statistik pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lainnya konstan. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1.  $H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$ , Artinya Kualitas Pelayanan; Kualitas Produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Sinar Walet.
2.  $H_a : \beta_1, \beta_2 \neq 0$ , Artinya Kualitas Pelayanan; Kualitas Produk secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Sinar Walet.

Dalam penelitian ini nilai  $t_{hitung}$  akan dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$ , pada tingkat signifikan ( $\alpha$ ) = 5%. Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2. Jika  $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Untuk menentukan nilai  $t_{tabel}$  diperoleh dari tabel *t-student* dengan rumus :

$$t_{tabel} = t_{(\alpha/2), (n-2)}$$

Dimana :

$\alpha = 0,05$

$n$  = Jumlah Sampel

Dalam penelitian ini dengan sampel 89 dan  $\alpha = 0,05$  sehingga  $t_{tabel} = t_{(0,025;87)}$  diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,987. Sedangkan untuk nilai  $t_{hitung}$  akan diperoleh dengan menggunakan bantuan dari program SPSS yang kemudian akan dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$ .

**Tabel 4.12**  
**Uji t (Uji Secara Parsial)**

| Coefficients <sup>a</sup> |                    |                             |            |                           |       |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|
| Model                     |                    | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |       |
|                           |                    | B                           | Std. Error | Beta                      |       |
| 1                         | (Constant)         | 4.112                       | 3.156      |                           | 1.303 |
|                           | Kualitas Pelayanan | .513                        | .078       | .515                      | 6.595 |
|                           | Kualitas Produk    | .408                        | .084       | .378                      | 4.845 |

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

**H<sub>1</sub> : Terdapat adanya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Sinar Walet.**

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.12 di atas menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki koefisien regresi sebesar 6,595 yang menunjukkan arah koefisien regresi positif. Hal ini berarti Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Sinar Walet. Nilai  $t_{hitung}$  (6,595) >  $t_{tabel}$  (1,987). Hal ini dapat dikatakan bahwa  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima sehingga Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Sinar Walet. Nilai signifikansi variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,000 kurang dari 0,05. hal ini dapat dikatakan bahwa Kualitas Pelayanan signifikan, karena nilai signifikan kurang dari  $\alpha = 0,05$ . Berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Sinar Walet. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis satu ( $H_1$ ) didukung.

**H<sub>2</sub> : Terdapat adanya pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Sinar Walet.**

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.12 di atas menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk memiliki koefisien regresi sebesar 4,845 yang menunjukkan arah koefisien regresi positif. Hal ini berarti Kualitas Produk memberikan pengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Sinar Walet. Nilai  $t_{hitung}$  (4,845) >  $t_{tabel}$  (1,987). Hal ini dapat dikatakan bahwa  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima sehingga Kualitas Produk secara parsial berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Sinar Walet. Nilai signifikansi variabel Kualitas Produk sebesar 0,000 kurang dari 0,05. hal ini dapat dikatakan bahwa Kualitas Produk signifikan, karena nilai signifikan kurang dari  $\alpha = 0,05$ . Berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Sinar Walet. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis dua ( $H_2$ ) didukung.

**4.1.7.2 Uji F (Uji Secara Simultan)**

Uji F pada dasarnya digunakan untuk menguji pengaruh dimensi variabel bebas secara serempak terhadap variabel terikat. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1.  $H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$ , Artinya Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara serempak tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Sinar Walet.

2.  $H_a : \beta_1, \beta_2 \neq 0$ , Artinya Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara serempak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Sinar Walet.

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:

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

Untuk menentukan nilai  $F_{tabel}$  diperoleh dari tabel F dengan cara :

$$F_{tabel} = F_{(\alpha)}, (df \text{ penyebut} = n-k), (df \text{ pembilang} = m)$$

Dimana :

$n$  = Jumlah Sampel

$k$  = Jumlah Semua Variabel

$\alpha = 0,05$

$m$  = Jumlah Semua Variabel Bebas

Hasil penelitian uji F dapat terlihat dari tabel 4.13 di bawah ini

**Tabel 4.13**  
**Uji F (Uji Secara Simultan)**

ANOVA<sup>b</sup>

| Model        | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 1974.828       | 2  | 987.414     | 62.775 | .000 <sup>a</sup> |
| Residual     | 1352.722       | 86 | 15.729      |        |                   |
| Total        | 3327.551       | 88 |             |        |                   |

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

**H<sub>3</sub> : Terdapat adanya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Sinar Walet.**

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.13 di atas terlihat nilai  $F_{hitung}$  sebesar 62,775 Dalam penelitian ini dengan sampel 89 dan  $\alpha = 0,05$  sehingga  $F_{tabel} = F_{(0,05)(86,2)}$  diperoleh  $F_{tabel}$  sebesar 3,10. Oleh karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima. Nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Sinar Walet. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis tiga ( $H_3$ ) didukung.

#### 4.1.8 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya berfungsi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependent. Nilai koefisien determinasi adalah antar nol sampai satu ( $0 < R^2 < 1$ ). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada table 4.14 di bawah ini.

**Tabel 4.14**  
**Uji Koefisien Determinasi**

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |                   |                            |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1                          | .770 <sup>a</sup> | .593     | .584              | 3.966                      |

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Dari Tabel 4.14 di atas atas diketahui nilai hasil perhitungan diketahui bahwa koefisien determinasi *R Square* yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen adalah 0,593. Hal ini menunjukkan bahwa 59,30% Kepuasan Konsumen pada CV. Sinar Walet dipengaruhi oleh variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk, sedangkan sisanya yaitu 40,70% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## **4.2 Pembahasan**

### **4.2.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Sinar Walet. Dengan karyawan yang santun dan pelayanan yang baik, kepuasan konsumen akan terjaga, dan peningkatan penjualan dapat juga dimaksimalkan. Kualitas Pelayanan dalam hal tersebut dapat menjadi jembatan untuk konsumen lebih intens membeli produk pada perusahaan yang mengakibatkan peningkatan pada Kepuasan Konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Uus MD Fadli (2017), Iis Maulidah, dkk (2019), Dedi Mulyadi (2019) menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

#### **4.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Sinar Walet. Kualitas Produk merupakan evaluasi konsumen secara keseluruhan terhadap keunggulan kinerja suatu barang atau jasa. Karyawan mencabuti bulu ringan yang ada sarang burung walet ini melalui proses *dry processing* serta menghilangkan kumannya menggunakan cara steam atau penguapan. Karyawan sangat berhati-hati dalam melakukan proses ini agar tidak merusak tulang atau serat pada sarang walet.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Afnina dan Yulia Hastuti (2018),dedi mulyadi (2019),zulkifli harahap ,dino leonandri, dan enos julvitra (2020) menyimpulkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen.

#### **4.2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Sinar Walet. Variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terbesar terhadap Kepuasan Konsumen oleh sebab itu pihak CV. Sinar Walet perlu meningkatkan lagi kualitas pelayanan yang masih kurang melalui indikatornya yaitu Reliabilitas (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*), Bukti Fisik (*Tangibles*) agar sesuai dengan

selera konsumen dan permintaan pasar. Dampak terhadap peningkatan kualitas pelayanan tersebut akan meningkatkan kepuasan konsumen sehingga pada akhirnya akan membawa keuntungan bagi perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Dedi mulyadi (2019) menyimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN AKADEMIS**

#### **5.1 Kesimpulan**

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

1. Hasil penelitian ini menyatakan pengaruh variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) ditunjukkan dari hasil analisis regresi linear berganda **Kepuasan Konsumen = 4,112 + 0,513 Kualitas Pelayanan + 0,408 Kualitas Produk + e** yang memberikan arti bahwa setiap peningkatan aspek pada Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) sebesar satu-satuan, maka Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) akan meningkat.
2. Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) pada CV. Sinar Walet.
3. Kualitas Produk ( $X_2$ ) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) pada CV. Sinar Walet.
4. Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) pada CV. Sinar Walet.
5. Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) keterkaitan terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) pada CV. Sinar Walet sebesar 59,30% sedangkan sisanya yaitu 40,70% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti, seperti Pelayanan Prima, Harga dan Kepercayaan.

## 5.2 Implikasi Manajerial

Dari hasil penelitian, secara umum dapat dikatakan bahwa:

1. CV. Sinar Walet harus mempertahankan Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dalam meningkatkan Kepuasan Konsumen ( $Y$ ), seperti:
  - a. Sebagai perusahaan berkembang, diharapkan agar perusahaan menyediakan Kualitas Pelayanan dengan hasil yang diinginkan oleh pelanggan, seperti memberikan respon dan tanggapan yang baik terhadap setiap keluhan konsumen.
  - b. Perusahaan diharapkan selalu memberikan Kualitas Pelayanan terbaik yang sesuai seperti melakukan layanan *sales after service* untuk menanyakan kepada pelanggan kesiapan yang dirasakan setelah mengkonsumsi produk perusahaan, sehingga pelanggan tidak perlu membandingkan Kualitas Pelayanan dan juga dapat menjadi salah satu alasan pelanggan memilih kembali CV. Sinar Walet.
2. CV. Sinar Walet harus memperhatikan Kualitas Produk ( $X_2$ ) agar dapat meningkatkan Kepuasan Konsumen ( $Y$ ), seperti:
  - a. Perusahaan diharapkan selalu memberikan pilihan ukuran sesuai dengan keinginan dari konsumen, dari yang paling kecil hingga yang paling besar.
  - b. Perusahaan diharapkan dapat konsisten dalam menggunakan bahan baku tanpa bahan kimia untuk membuat sarang burung waletnya bersih.

### 5.3 Saran Akademis

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini antara lain adalah:

a. Menambah variabel penelitian

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk dapat meneruskan penelitian dengan mencari variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Kepuasan Konsumen selain Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk, misalnya variabel Pelayanan Prima, Harga dan Kepercayaan.

b. Perluasan Cakupan Geografis

Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden yang kurang beragam karena sampel hanya diambil dari satu tempat saja CV. Sinar Walet. Selanjutnya diharapkan penelitian berikutnya mampu memperluas cakupan wilayahnya. Contohnya penelitian di beberapa perusahaan sarang walet di Kota Medan.

c. Menambah Jumlah Responden.

Sehubungan keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, penelitian ini hanya mengambil 89 orang responden sebagai sampel. Dengan demikian, untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk meningkatkan jumlah responden sehingga dapat mewakili keadaan yang sebenarnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. A. (2017). Model Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Stie Eka Prasetya Medan. *Sumber*, 5(2017), 292.
- Akbar, M. A., & Rezeki, S. (2022). Analysis of the Effect of Promotion and Brand Image on Customer Purchase Decisions. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 96-107.
- 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.
- ALIBASYAH, Z. M., Rezeki, S., & Rafi'i, N. M. (2020). The prevalence of trauma from occlusion as the aggravating factors of periodontitis. *Journal of Syiah Kuala Dentistry Society*, 5(1), 7-11.
- Angelia, V., & Rezeki, S. (2020). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Makan Abeng 38. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 63-73.
- Chandra, J. (2021). Pengaruh Faktor Lokasi, Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di CV. Creative Centre. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 199-214.
- 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., & Agustine, L. (2021). Pengaruh motivasi berwirausaha dan pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha bisnis farmasi di Kecamatan Medan Petisah. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 52-65.
- 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., Nainggolan, S. G. V., & Hariana, F. (2022). Edukasi Pinjaman Online dan Transaksi Digital bagi Pelaku UMKM. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 2(1), 26-30.
- 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., & Nainggolan, E. (2022). Service Excellent Berdasarkan Perspektif Experiential Marketing Pada Pegiat Usaha Di Desa Pematang Johar. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 2(2), 54-59.
- 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.
- 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.
- Moktar, B. (2021). The Effect of Discounts, Brands, and Marketing Strategies on Customer Loyalty of Daihatsu Oil PT. Nusantara Autopart Persada. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 91-104.
- Muammar Rinaldi, C. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR).
- Muhammad, I., Yolanda, F., Andrian, D., & Rezeki, S. (2022). Pengembangan media interaktif menggunakan adobe flash CS6 profesional pada materi relasi dan fungsi. *Journal of Authentic Research on Mathematics Education (JARME)*, 4(1), 128-140.
- 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., & Gultom, P. (2022). The Relationship of Timeliness and Price to Consumer Goals in PT. Kalerindo Semesta Abadi. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3577-3583.
- 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.
- Puddin, K., Hasibuan, A. F., & Rezeki, S. (2021, February). The Impact of Entrepreneurial Interest and Knowledge on the Pharmaceutical Business Success in Medan Pestisah Subdistrict, North Sumatera, Indonesia. In *International Conference on Strategic Issues of Economics, Business and, Education (ICoSIEBE 2020)* (pp. 198-203). Atlantis Press.
- Rezeki, S. (2021). Figurative language and messages in poems about COVID-19. *KnE Social Sciences*, 601-611.
- Rezeki, S., & Gustina, I. (2021). The Influence of Marketing Strategy and Lifestyle on the Purchase Decision of Mitsubishi Xpander at PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 105-118.
- 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., 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.
- Rezeki, S., Sentanu, I. G. E. S., Sanawiri, B., Shankar, K., & Thanh, P. (2019). Blue Ocean Strategy for creating Value of the Organization: Examination of Differentiation with Red Ocean Strategy. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8(2S11), 2277-3878.
- 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., Gustina, I., Lazuardi, D., & Nainggolan, E. (2022). Analysis of the Impact of Services and Consumer Trust on Consumer Loyalty in Using Services. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 1680-1685.
- 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.
- Selamat, S., & Indahwati, R. Analysis Of Marketing Strategies In Increasing Competitiveness In Skinos Medan Beauty Clinic.
- 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.
- Sinaga, H. D. E. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Handmade Hoslygoods. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 4(1), 80-86.
- Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.
- 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., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Cindy, C. (2022, July). Pengaruh Personal Selling Dan Ketersediaan Produk Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Kurniaputra Mandiri Cabang Siak. In *Prosiding Seminar Nasional Sosial, Humaniora, dan Teknologi* (pp. 552-561).
-

- 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.

**LAMPIRAN 1**  
**KUESIONER PENELITIAN**

**“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CV. SINAR  
WALET”**

Schubungan dengan penyusunan skripsi dengan judul yang telah disebutkan diatas, maka dengan hormat, saya :

Nama : Ferien

NIM : 181010132

Memohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner (daftar pernyataan) yang saya ajukan ini secara jujur dan terbuka.

Daftar pertanyaan ini saya ajukan semata-mata untuk keperluan penelitian sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan jenjang Strata Satu (S1), Jurusan Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Medan, Sumatera Utara. Karenanya, kebenaran dan kelengkapan jawaban yang anda berikan akan sangat membantu bagi penulis, untuk selanjutnya akan menjadi masukan yang bermanfaat bagi hasil penelitian yang penulis lakukan.

Atas partisipasi saudara/i dalam mengisi daftar pertanyaan/kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,



Ferien

STIE Eka Prasetya Medan

I. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis kelamin anda : ☐ Laki-Laki  
☐ Perempuan
3. Usia anda saat ini adalah : ☐ < 21 tahun ☐ 21-30 tahun  
☐ 31-40 tahun ☐ > 40 tahun

II. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Jawablah pernyataan berikut dengan memberi tanda ceklist (✓) pada jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i anggap benar.
2. Ada lima alternatif pilihan jawaban yaitu:

| Keterangan                | Skor Nilai |
|---------------------------|------------|
| SS = Sangat Setuju        | 5          |
| S = Setuju                | 4          |
| RR = Ragu-Ragu            | 3          |
| TS = Tidak Setuju         | 2          |
| STS = Sangat Tidak Setuju | 1          |

3. Setiap pernyataan hanya membutuhkan satu jawaban saja

## Daftar Pernyataan

### Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>)

| No.          | Pernyataan                                                                                                                                   | Bobot Jawaban |    |    |   |    |
|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|----|----|---|----|
|              |                                                                                                                                              | STS           | TS | RR | S | SS |
| Reliabilitas |                                                                                                                                              |               |    |    |   |    |
| 1            | CV. Sinar Walet memberikan pelayanan prima kepada seluruh konsumen                                                                           |               |    |    |   |    |
| 2            | CV. Sinar Walet memberikan pelayanan yang terbaik guna memuaskan setiap konsumen                                                             |               |    |    |   |    |
| Daya Tanggap |                                                                                                                                              |               |    |    |   |    |
| 3            | Karyawan CV. Sinar Walet memberikan respon dan tanggapan yang baik terhadap setiap keluhan konsumen                                          |               |    |    |   |    |
| 4            | CV. Sinar Walet menyediakan kesempatan dan akses yang mudah bagi konsumen dalam memberikan kritik dan saran                                  |               |    |    |   |    |
| Jaminan      |                                                                                                                                              |               |    |    |   |    |
| 5            | Karyawan CV. Sinar Walet memberikan pelayanan dengan ketepatan waktu pengiriman yang baik                                                    |               |    |    |   |    |
| 6            | Karyawan CV. Sinar Walet selalu melakukan pengecekan pada setiap produk yang akan dikirimkan                                                 |               |    |    |   |    |
| Empati       |                                                                                                                                              |               |    |    |   |    |
| 7            | CV. Sinar Walet memiliki karyawan yang mampu berempati kepada konsumen                                                                       |               |    |    |   |    |
| 8            | Konsumen memberikan persepsi nilai yang positif terhadap pelayanan pada CV. Sinar Walet                                                      |               |    |    |   |    |
| Bukti Fisik  |                                                                                                                                              |               |    |    |   |    |
| 9            | CV. Sinar Walet dalam melayani konsumen menyediakan ruang <i>customer service</i> yang nyaman                                                |               |    |    |   |    |
| 10           | CV. Sinar Walet dalam melayani konsumen menyediakan <i>sales after service</i> guna mengetahui respon konsumen terhadap pelayanan perusahaan |               |    |    |   |    |

### Kuesioner Variabel Kualitas Produk (X<sub>2</sub>)

| No.                            | Pernyataan                                                                                  | Bobot Jawaban |    |    |   |    |
|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|----|----|---|----|
|                                |                                                                                             | STS           | TS | RR | S | SS |
| Kinerja                        |                                                                                             |               |    |    |   |    |
| 1                              | Produk CV. Sinar Walet sangat bersih sehingga nyaman ketika dikonsumsi                      |               |    |    |   |    |
| 2                              | Produk CV. Sinar Walet memiliki kualitas terbaik dengan harga yang terjangkau               |               |    |    |   |    |
| Reliabilitas                   |                                                                                             |               |    |    |   |    |
| 3                              | Produk CV. Sinar Walet terbuat dari bahan baku pilihan dan berkualitas                      |               |    |    |   |    |
| 4                              | Produk CV. Sinar Walet memiliki berbagai macam ukuran sesuai dengan keinginan dari konsumen |               |    |    |   |    |
| Daya Tahan                     |                                                                                             |               |    |    |   |    |
| 5                              | Produk CV. Sinar Walet memiliki masa <i>expired</i> lebih kurang selama 1 bulan             |               |    |    |   |    |
| 6                              | Produk CV. Sinar Walet memiliki struktur yang tidak terlalu keras                           |               |    |    |   |    |
| Ketepatan Waktu dan Kenyamanan |                                                                                             |               |    |    |   |    |
| 7                              | Produk CV. Sinar Walet dikirim sesuai dengan waktu kesepakatan bersama                      |               |    |    |   |    |
| 8                              | Produk CV. Sinar Walet tidak akan rusak walaupun sudah kering                               |               |    |    |   |    |
| 9                              | Produk CV. Sinar Walet menggunakan beberapa bahan utama dalam pembuatan minuman dalam kaca  |               |    |    |   |    |
| 10                             | Produk CV. Sinar Walet tidak menggunakan bahan kimia yang berbahaya                         |               |    |    |   |    |

### Kuesioner Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

| No.                                  | Pernyataan                                                                                                     | Bobot Jawaban |    |    |   |    |
|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|----|----|---|----|
|                                      |                                                                                                                | STS           | TS | RR | S | SS |
| <b>Kepuasan Konsumen Keseluruhan</b> |                                                                                                                |               |    |    |   |    |
| 1                                    | Anda dapat memberikan kritik dan saran yang membangun                                                          |               |    |    |   |    |
| 2                                    | Fasilitas kritik <i>online</i> via Whatsapp dan <i>Call Centre</i> bagi anda sudah sangat baik                 |               |    |    |   |    |
| <b>Konfirmasi Ekspektasi</b>         |                                                                                                                |               |    |    |   |    |
| 3                                    | Perusahaan selalu melakukan perbaikan atau penyempurnaan pelayanan, agar anda dapat selalu melakukan pembelian |               |    |    |   |    |
| 4                                    | Perusahaan selalu melakukan evaluasi ke kompetitor untuk memperbaiki kualitas pelayanan                        |               |    |    |   |    |
| <b>Niat Beli Ulang</b>               |                                                                                                                |               |    |    |   |    |
| 5                                    | Anda bersedia melakukan pembelian ulang produk atau jasa perusahaan                                            |               |    |    |   |    |
| 6                                    | Produk pada CV. Sinar Walet selalu menjadi pilihan anda di kemudian hari                                       |               |    |    |   |    |
| <b>Kesediaan untuk Merekomendasi</b> |                                                                                                                |               |    |    |   |    |
| 7                                    | Anda selalu merekomendasikan produk kepada teman atau saudara                                                  |               |    |    |   |    |
| 8                                    | Anda bersedia merekomendasikan produk pada CV. Sinar Walet kepada orang lain                                   |               |    |    |   |    |
| <b>Ketidakpuasan Konsumen</b>        |                                                                                                                |               |    |    |   |    |
| 9                                    | CV. Sinar Walet menjaga kualitas produk sehingga keluhan ketidakpuasan konsumen tidak terjadi                  |               |    |    |   |    |
| 10                                   | CV. Sinar Walet memberikan <i>service centre</i> untuk menghindari ketidakpuasan konsumen                      |               |    |    |   |    |

**Terima Kasih**

## LAMPIRAN 2

### Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin |           |           |         |               |                    |
|---------------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|               |           | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid         | Laki-Laki | 39        | 43.8    | 43.8          | 43.8               |
|               | Perempuan | 50        | 56.2    | 56.2          | 100.0              |
|               | Total     | 89        | 100.0   | 100.0         |                    |

### Distribusi Responden Berdasarkan Usia

| Usia  |               |           |         |               |                    |
|-------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|       |               | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | < 21 Tahun    | 11        | 12.4    | 12.4          | 12.4               |
|       | 21 - 30 Tahun | 23        | 25.8    | 25.8          | 38.2               |
|       | 31 - 40 Tahun | 22        | 24.7    | 24.7          | 62.9               |
|       | > 40 Tahun    | 33        | 37.1    | 37.1          | 100.0              |
|       | Total         | 89        | 100.0   | 100.0         |                    |

### LAMPIRAN 3

#### Jawaban Responden Atas Variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>)

| RESPONDEN | Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> ) |    |    |    |    |    |    |    |    |     | Total |
|-----------|--------------------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-------|
|           | P1                                   | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | X1    |
| 1         | 3                                    | 2  | 3  | 3  | 2  | 3  | 5  | 4  | 3  | 5   | 33    |
| 2         | 5                                    | 4  | 3  | 5  | 4  | 5  | 3  | 3  | 3  | 3   | 38    |
| 3         | 3                                    | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3   | 29    |
| 4         | 3                                    | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3   | 30    |
| 5         | 3                                    | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 5  | 2   | 30    |
| 6         | 2                                    | 3  | 5  | 2  | 3  | 2  | 3  | 4  | 4  | 3   | 31    |
| 7         | 3                                    | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3   | 34    |
| 8         | 3                                    | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 2  | 3   | 31    |
| 9         | 3                                    | 4  | 2  | 3  | 4  | 3  | 5  | 5  | 3  | 5   | 37    |
| 10        | 5                                    | 5  | 3  | 5  | 5  | 5  | 3  | 4  | 4  | 3   | 42    |
| 11        | 3                                    | 4  | 4  | 3  | 1  | 3  | 2  | 4  | 3  | 2   | 29    |
| 12        | 2                                    | 4  | 3  | 2  | 4  | 2  | 5  | 4  | 4  | 5   | 35    |
| 13        | 5                                    | 4  | 4  | 5  | 4  | 5  | 4  | 5  | 4  | 4   | 44    |
| 14        | 4                                    | 5  | 4  | 4  | 5  | 4  | 5  | 4  | 4  | 5   | 44    |
| 15        | 5                                    | 4  | 4  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 4  | 5   | 46    |
| 16        | 5                                    | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 4  | 5  | 3  | 4   | 45    |
| 17        | 4                                    | 5  | 3  | 4  | 5  | 4  | 5  | 5  | 3  | 5   | 43    |
| 18        | 5                                    | 5  | 3  | 5  | 5  | 5  | 4  | 5  | 3  | 4   | 44    |
| 19        | 4                                    | 5  | 3  | 4  | 5  | 4  | 5  | 4  | 4  | 5   | 43    |
| 20        | 5                                    | 4  | 4  | 5  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4   | 43    |
| 21        | 4                                    | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3   | 38    |
| 22        | 3                                    | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 2  | 4  | 3   | 33    |
| 23        | 3                                    | 2  | 4  | 3  | 2  | 3  | 5  | 4  | 4  | 3   | 33    |
| 24        | 5                                    | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4   | 38    |
| 25        | 4                                    | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3   | 38    |
| 26        | 3                                    | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 2  | 4  | 4  | 2   | 33    |
| 27        | 2                                    | 4  | 4  | 2  | 4  | 2  | 2  | 4  | 3  | 2   | 29    |
| 28        | 2                                    | 4  | 3  | 2  | 4  | 3  | 4  | 5  | 4  | 4   | 35    |
| 29        | 4                                    | 5  | 4  | 4  | 5  | 5  | 2  | 4  | 3  | 2   | 38    |
| 30        | 2                                    | 4  | 3  | 2  | 4  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3   | 32    |
| 31        | 3                                    | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 5  | 3   | 37    |
| 32        | 3                                    | 4  | 5  | 3  | 4  | 5  | 3  | 5  | 4  | 3   | 39    |
| 33        | 3                                    | 5  | 4  | 3  | 5  | 4  | 4  | 5  | 5  | 4   | 42    |
| 34        | 4                                    | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 3  | 4  | 5  | 3   | 43    |
| 35        | 3                                    | 4  | 5  | 3  | 4  | 5  | 4  | 5  | 5  | 4   | 42    |
| 36        | 4                                    | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 4  | 5  | 5   | 47    |
| 37        | 5                                    | 4  | 5  | 5  | 4  | 5  | 4  | 5  | 4  | 4   | 45    |
| 38        | 4                                    | 5  | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   | 42    |

| RESPONDEN | Kualitas Pelayanan (X1) |    |    |    |    |    |    |    |    |     | Total |
|-----------|-------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-------|
|           | P1                      | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | X1    |
| 39        | 4                       | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 4   | 42    |
| 40        | 4                       | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 4  | 4  | 5   | 46    |
| 41        | 5                       | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 5  | 4  | 4   | 43    |
| 42        | 4                       | 5  | 4  | 4  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 5   | 46    |
| 43        | 5                       | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 4  | 4  | 5   | 48    |
| 44        | 5                       | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 5  | 5  | 5   | 46    |
| 45        | 5                       | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 4  | 4  | 4   | 47    |
| 46        | 5                       | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 5  | 4  | 5  | 4   | 43    |
| 47        | 5                       | 4  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 4  | 4  | 4   | 45    |
| 48        | 5                       | 4  | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4   | 41    |
| 49        | 4                       | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 2  | 3  | 2   | 33    |
| 50        | 4                       | 2  | 3  | 2  | 4  | 3  | 1  | 3  | 3  | 3   | 28    |
| 51        | 1                       | 3  | 3  | 3  | 1  | 3  | 1  | 4  | 4  | 4   | 27    |
| 52        | 1                       | 4  | 4  | 4  | 1  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4   | 33    |
| 53        | 4                       | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 2  | 4   | 36    |
| 54        | 4                       | 4  | 2  | 4  | 4  | 2  | 3  | 4  | 3  | 4   | 34    |
| 55        | 3                       | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3   | 32    |
| 56        | 3                       | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3   | 31    |
| 57        | 4                       | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 2  | 3  | 2   | 30    |
| 58        | 3                       | 2  | 3  | 2  | 3  | 3  | 5  | 4  | 5  | 4   | 34    |
| 59        | 5                       | 4  | 5  | 4  | 3  | 5  | 3  | 2  | 3  | 2   | 36    |
| 60        | 3                       | 2  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3   | 28    |
| 61        | 3                       | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3   | 30    |
| 62        | 3                       | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 2  | 3   | 28    |
| 63        | 2                       | 3  | 2  | 3  | 5  | 2  | 3  | 4  | 3  | 4   | 31    |
| 64        | 3                       | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3   | 33    |
| 65        | 3                       | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 4   | 33    |
| 66        | 3                       | 4  | 3  | 4  | 2  | 3  | 5  | 5  | 5  | 5   | 39    |
| 67        | 5                       | 5  | 5  | 5  | 3  | 5  | 3  | 1  | 3  | 1   | 36    |
| 68        | 3                       | 1  | 3  | 1  | 4  | 2  | 2  | 4  | 2  | 4   | 26    |
| 69        | 2                       | 4  | 2  | 4  | 3  | 2  | 5  | 4  | 5  | 4   | 35    |
| 70        | 5                       | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 4  | 5  | 4  | 5   | 45    |
| 71        | 4                       | 5  | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 4  | 5  | 4   | 44    |
| 72        | 5                       | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5   | 47    |
| 73        | 5                       | 5  | 5  | 5  | 4  | 5  | 4  | 5  | 4  | 5   | 47    |
| 74        | 4                       | 5  | 4  | 5  | 3  | 4  | 5  | 5  | 5  | 5   | 45    |
| 75        | 5                       | 5  | 5  | 5  | 3  | 5  | 4  | 5  | 4  | 5   | 46    |
| 76        | 4                       | 5  | 4  | 5  | 3  | 4  | 5  | 4  | 5  | 4   | 43    |
| 77        | 5                       | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4   | 43    |
| 78        | 4                       | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4   | 38    |
| 79        | 3                       | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 2  | 3  | 2   | 31    |
| 80        | 3                       | 2  | 3  | 2  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3   | 29    |

| RESPONDEN | Kualitas Pelayanan (X1) |    |    |    |    |    |    |    |    |     | Total |
|-----------|-------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-------|
|           | P1                      | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | X1    |
| 81        | 3                       | 3  | 3  | 3  | 3  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4   | 36    |
| 82        | 4                       | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4   | 38    |
| 83        | 3                       | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 2  | 4  | 2  | 4   | 33    |
| 84        | 2                       | 4  | 2  | 4  | 4  | 2  | 2  | 4  | 3  | 2   | 29    |
| 85        | 2                       | 4  | 3  | 2  | 2  | 4  | 4  | 5  | 5  | 4   | 35    |
| 86        | 4                       | 5  | 5  | 4  | 4  | 5  | 2  | 4  | 3  | 2   | 38    |
| 87        | 2                       | 4  | 3  | 2  | 2  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3   | 30    |
| 88        | 3                       | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3   | 33    |
| 89        | 3                       | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 5  | 4  | 3   | 35    |

## LAMPIRAN 4

### Jawaban Responden Atas Variabel Kualitas Produk (X<sub>2</sub>)

| RESPONDEN | Kualitas Produk (X <sub>2</sub> ) |    |    |    |    |    |    |    |    |     | Total          |
|-----------|-----------------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|----------------|
|           | P1                                | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | X <sub>2</sub> |
| 1         | 3                                 | 2  | 3  | 5  | 5  | 2  | 5  | 4  | 5  | 4   | 38             |
| 2         | 5                                 | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 3  | 2  | 3  | 5   | 39             |
| 3         | 3                                 | 2  | 3  | 5  | 4  | 2  | 1  | 3  | 3  | 5   | 31             |
| 4         | 1                                 | 3  | 3  | 5  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 4   | 30             |
| 5         | 2                                 | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 2  | 3  | 2  | 4   | 29             |
| 6         | 2                                 | 3  | 2  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 4   | 32             |
| 7         | 3                                 | 4  | 3  | 4  | 5  | 4  | 3  | 3  | 3  | 1   | 33             |
| 8         | 3                                 | 3  | 3  | 1  | 4  | 3  | 2  | 4  | 3  | 4   | 30             |
| 9         | 2                                 | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 5  | 5  | 5  | 4   | 39             |
| 10        | 5                                 | 5  | 5  | 4  | 4  | 5  | 1  | 1  | 3  | 3   | 36             |
| 11        | 1                                 | 1  | 3  | 3  | 4  | 1  | 2  | 4  | 2  | 3   | 24             |
| 12        | 2                                 | 4  | 2  | 3  | 5  | 4  | 2  | 4  | 5  | 4   | 35             |
| 13        | 2                                 | 4  | 5  | 4  | 3  | 4  | 4  | 5  | 4  | 5   | 40             |
| 14        | 4                                 | 5  | 4  | 5  | 4  | 5  | 5  | 4  | 5  | 4   | 45             |
| 15        | 5                                 | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 5  | 3   | 44             |
| 16        | 5                                 | 5  | 5  | 3  | 4  | 5  | 4  | 5  | 4  | 3   | 43             |
| 17        | 4                                 | 5  | 4  | 3  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 4   | 45             |
| 18        | 5                                 | 5  | 5  | 4  | 3  | 5  | 1  | 5  | 4  | 5   | 42             |
| 19        | 1                                 | 5  | 4  | 5  | 4  | 5  | 2  | 4  | 5  | 5   | 40             |
| 20        | 2                                 | 4  | 5  | 5  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 2   | 37             |
| 21        | 4                                 | 4  | 4  | 2  | 5  | 4  | 3  | 4  | 3  | 5   | 38             |
| 22        | 3                                 | 4  | 3  | 5  | 4  | 4  | 1  | 2  | 3  | 4   | 33             |
| 23        | 1                                 | 2  | 3  | 4  | 4  | 2  | 3  | 3  | 3  | 5   | 30             |
| 24        | 3                                 | 3  | 3  | 5  | 4  | 3  | 2  | 4  | 4  | 5   | 36             |
| 25        | 2                                 | 4  | 4  | 5  | 5  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4   | 38             |
| 26        | 3                                 | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 2  | 4  | 2  | 1   | 31             |
| 27        | 2                                 | 4  | 2  | 1  | 3  | 4  | 2  | 4  | 3  | 2   | 27             |
| 28        | 2                                 | 4  | 3  | 2  | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 4   | 37             |
| 29        | 4                                 | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 2  | 4  | 3  | 3   | 40             |
| 30        | 2                                 | 4  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4   | 34             |
| 31        | 3                                 | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 4   | 34             |
| 32        | 3                                 | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 5  | 4  | 5   | 37             |
| 33        | 3                                 | 5  | 4  | 5  | 3  | 4  | 4  | 5  | 4  | 5   | 42             |
| 34        | 4                                 | 5  | 4  | 5  | 4  | 4  | 3  | 4  | 2  | 4   | 39             |
| 35        | 3                                 | 4  | 2  | 4  | 3  | 2  | 4  | 5  | 4  | 5   | 36             |
| 36        | 4                                 | 5  | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 4  | 5  | 4   | 44             |
| 37        | 5                                 | 4  | 5  | 4  | 5  | 5  | 4  | 5  | 4  | 5   | 46             |
| 38        | 4                                 | 5  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 5  | 4   | 43             |

| RESPONDEN | Kualitas Produk (X2) |    |    |    |    |    |    |    |    |     | Total |
|-----------|----------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-------|
|           | P1                   | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | X2    |
| 39        | 4                    | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 4  | 5  | 4  | 5   | 44    |
| 40        | 4                    | 5  | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4   | 43    |
| 41        | 5                    | 4  | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 5  | 5   | 45    |
| 42        | 4                    | 5  | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5   | 48    |
| 43        | 5                    | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 4  | 4  | 4   | 47    |
| 44        | 5                    | 4  | 4  | 4  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 5   | 46    |
| 45        | 5                    | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 4  | 4  | 4   | 47    |
| 46        | 5                    | 4  | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 5  | 5   | 45    |
| 47        | 4                    | 5  | 5  | 5  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4   | 44    |
| 48        | 4                    | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3   | 37    |
| 49        | 4                    | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3   | 31    |
| 50        | 2                    | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 2  | 3  | 2  | 3   | 26    |
| 51        | 2                    | 3  | 2  | 3  | 2  | 2  | 4  | 5  | 5  | 5   | 33    |
| 52        | 4                    | 5  | 5  | 5  | 4  | 5  | 2  | 3  | 5  | 3   | 41    |
| 53        | 2                    | 3  | 5  | 3  | 2  | 5  | 3  | 3  | 4  | 3   | 33    |
| 54        | 3                    | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3   | 32    |
| 55        | 3                    | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 2   | 28    |
| 56        | 3                    | 2  | 3  | 2  | 3  | 3  | 4  | 3  | 5  | 3   | 31    |
| 57        | 4                    | 3  | 5  | 3  | 4  | 5  | 3  | 3  | 5  | 3   | 38    |
| 58        | 3                    | 3  | 5  | 3  | 3  | 5  | 4  | 3  | 4  | 3   | 36    |
| 59        | 4                    | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 5  | 5  | 4  | 5   | 41    |
| 60        | 5                    | 5  | 4  | 5  | 5  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3   | 41    |
| 61        | 4                    | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 4  | 2  | 3  | 2   | 31    |
| 62        | 4                    | 2  | 3  | 2  | 4  | 3  | 4  | 5  | 4  | 5   | 36    |
| 63        | 4                    | 5  | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 4  | 5  | 4   | 44    |
| 64        | 5                    | 4  | 5  | 4  | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5   | 47    |
| 65        | 4                    | 5  | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 2  | 5   | 45    |
| 66        | 5                    | 5  | 2  | 5  | 5  | 2  | 5  | 4  | 5  | 4   | 42    |
| 67        | 5                    | 4  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5   | 48    |
| 68        | 5                    | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 4  | 4  | 4   | 47    |
| 69        | 5                    | 4  | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 3  | 5   | 43    |
| 70        | 4                    | 5  | 3  | 5  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4   | 39    |
| 71        | 4                    | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 5  | 3   | 37    |
| 72        | 4                    | 3  | 5  | 3  | 4  | 5  | 2  | 3  | 5  | 3   | 37    |
| 73        | 2                    | 3  | 5  | 3  | 2  | 5  | 4  | 3  | 4  | 3   | 34    |
| 74        | 4                    | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 2  | 4   | 36    |
| 75        | 4                    | 4  | 2  | 4  | 4  | 2  | 4  | 3  | 5  | 3   | 35    |
| 76        | 4                    | 3  | 5  | 3  | 4  | 5  | 4  | 2  | 4  | 2   | 36    |
| 77        | 4                    | 2  | 4  | 2  | 4  | 4  | 3  | 2  | 4  | 2   | 31    |
| 78        | 3                    | 2  | 4  | 2  | 3  | 4  | 5  | 4  | 5  | 4   | 36    |
| 79        | 5                    | 4  | 5  | 4  | 5  | 5  | 3  | 2  | 4  | 2   | 39    |
| 80        | 3                    | 2  | 4  | 2  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3   | 31    |

| RESPONDEN | Kualitas Produk (X2) |    |    |    |    |    |    |    |    |     | Total |
|-----------|----------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-------|
|           | P1                   | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | X2    |
| 81        | 3                    | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3   | 33    |
| 82        | 3                    | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 5  | 3   | 35    |
| 83        | 4                    | 3  | 5  | 3  | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 4   | 41    |
| 84        | 4                    | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 2  | 3  | 4  | 3   | 38    |
| 85        | 2                    | 3  | 4  | 3  | 2  | 4  | 4  | 4  | 5  | 4   | 35    |
| 86        | 4                    | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 5  | 5  | 4  | 5   | 45    |
| 87        | 5                    | 5  | 4  | 5  | 5  | 4  | 4  | 4  | 5  | 4   | 45    |
| 88        | 4                    | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 5  | 4  | 4  | 4   | 43    |
| 89        | 5                    | 4  | 4  | 4  | 5  | 4  | 2  | 3  | 5  | 3   | 39    |

## LAMPIRAN 5

### Jawaban Responden Atas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

| RESPONDEN | Kepuasan Konsumen (Y) |    |    |    |    |    |    |    |    |     | Total |
|-----------|-----------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-------|
|           | P1                    | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | Y     |
| 1         | 3                     | 2  | 3  | 5  | 3  | 1  | 2  | 3  | 5  | 4   | 31    |
| 2         | 5                     | 4  | 5  | 4  | 3  | 5  | 4  | 5  | 3  | 2   | 40    |
| 3         | 3                     | 2  | 3  | 2  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3   | 27    |
| 4         | 3                     | 3  | 3  | 3  | 3  | 1  | 3  | 3  | 3  | 3   | 28    |
| 5         | 3                     | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3   | 29    |
| 6         | 2                     | 3  | 2  | 5  | 5  | 2  | 3  | 2  | 3  | 4   | 31    |
| 7         | 3                     | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3   | 34    |
| 8         | 3                     | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4   | 32    |
| 9         | 3                     | 4  | 3  | 4  | 2  | 3  | 4  | 3  | 5  | 5   | 36    |
| 10        | 5                     | 5  | 5  | 5  | 3  | 5  | 5  | 5  | 3  | 1   | 42    |
| 11        | 3                     | 1  | 3  | 1  | 4  | 2  | 4  | 3  | 2  | 4   | 27    |
| 12        | 2                     | 4  | 2  | 4  | 3  | 1  | 4  | 2  | 5  | 4   | 31    |
| 13        | 5                     | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 4  | 5  | 4  | 5   | 45    |
| 14        | 4                     | 5  | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 4  | 5  | 4   | 44    |
| 15        | 5                     | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5   | 46    |
| 16        | 5                     | 5  | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 4  | 5   | 48    |
| 17        | 4                     | 5  | 4  | 5  | 3  | 1  | 5  | 4  | 5  | 5   | 41    |
| 18        | 5                     | 5  | 5  | 5  | 3  | 5  | 5  | 5  | 4  | 5   | 47    |
| 19        | 4                     | 5  | 4  | 5  | 3  | 4  | 5  | 4  | 5  | 4   | 43    |
| 20        | 5                     | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 4  | 5  | 4  | 4   | 44    |
| 21        | 4                     | 4  | 4  | 4  | 4  | 1  | 4  | 4  | 3  | 4   | 36    |
| 22        | 3                     | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 2   | 33    |
| 23        | 3                     | 2  | 3  | 2  | 4  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3   | 28    |
| 24        | 3                     | 3  | 3  | 3  | 3  | 5  | 4  | 3  | 4  | 4   | 35    |
| 25        | 4                     | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4   | 39    |
| 26        | 3                     | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 2  | 4   | 34    |
| 27        | 2                     | 4  | 2  | 4  | 4  | 2  | 4  | 2  | 2  | 4   | 30    |
| 28        | 2                     | 4  | 3  | 2  | 2  | 4  | 3  | 2  | 4  | 5   | 31    |
| 29        | 4                     | 5  | 5  | 4  | 4  | 5  | 5  | 4  | 2  | 4   | 42    |
| 30        | 2                     | 4  | 3  | 2  | 2  | 4  | 3  | 2  | 3  | 4   | 29    |
| 31        | 3                     | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4   | 33    |
| 32        | 3                     | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 5   | 34    |
| 33        | 3                     | 5  | 4  | 3  | 3  | 5  | 4  | 3  | 4  | 5   | 39    |
| 34        | 4                     | 5  | 4  | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 3  | 4   | 41    |
| 35        | 3                     | 4  | 2  | 4  | 3  | 4  | 2  | 3  | 4  | 5   | 34    |
| 36        | 4                     | 5  | 4  | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 4   | 43    |
| 37        | 5                     | 4  | 5  | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 4  | 5   | 47    |
| 38        | 4                     | 5  | 4  | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4   | 42    |

| RESPONDEN | Kepuasan Konsumen (Y) |    |    |    |    |    |    |    |    |     | Total |
|-----------|-----------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-------|
|           | P1                    | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | Y     |
| 39        | 4                     | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 5   | 43    |
| 40        | 4                     | 5  | 4  | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 4   | 43    |
| 41        | 5                     | 4  | 4  | 5  | 5  | 4  | 4  | 5  | 5  | 5   | 46    |
| 42        | 5                     | 5  | 5  | 5  | 4  | 4  | 5  | 4  | 5  | 5   | 47    |
| 43        | 5                     | 5  | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5   | 49    |
| 44        | 5                     | 5  | 5  | 1  | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5   | 45    |
| 45        | 5                     | 5  | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5   | 49    |
| 46        | 5                     | 5  | 5  | 5  | 5  | 4  | 4  | 5  | 5  | 5   | 48    |
| 47        | 5                     | 5  | 5  | 1  | 5  | 4  | 5  | 4  | 5  | 5   | 44    |
| 48        | 5                     | 5  | 5  | 5  | 5  | 4  | 5  | 4  | 5  | 5   | 48    |
| 49        | 5                     | 5  | 5  | 5  | 5  | 4  | 4  | 4  | 5  | 5   | 47    |
| 50        | 5                     | 5  | 5  | 1  | 5  | 2  | 4  | 2  | 2  | 2   | 33    |
| 51        | 2                     | 2  | 5  | 5  | 4  | 3  | 1  | 3  | 3  | 4   | 32    |
| 52        | 3                     | 4  | 5  | 5  | 5  | 4  | 1  | 5  | 2  | 4   | 38    |
| 53        | 2                     | 4  | 5  | 5  | 5  | 4  | 4  | 3  | 4  | 5   | 41    |
| 54        | 4                     | 5  | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4   | 41    |
| 55        | 4                     | 4  | 4  | 4  | 5  | 4  | 3  | 3  | 4  | 4   | 39    |
| 56        | 4                     | 4  | 1  | 4  | 5  | 3  | 3  | 2  | 4  | 4   | 34    |
| 57        | 4                     | 4  | 2  | 4  | 5  | 3  | 4  | 3  | 1  | 4   | 34    |
| 58        | 1                     | 4  | 3  | 2  | 1  | 2  | 3  | 3  | 4  | 4   | 27    |
| 59        | 4                     | 4  | 4  | 1  | 2  | 4  | 3  | 3  | 4  | 4   | 33    |
| 60        | 4                     | 4  | 4  | 5  | 4  | 2  | 3  | 5  | 4  | 3   | 38    |
| 61        | 4                     | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 5   | 36    |
| 62        | 4                     | 5  | 4  | 5  | 4  | 3  | 3  | 2  | 4  | 5   | 39    |
| 63        | 4                     | 5  | 5  | 5  | 5  | 3  | 5  | 5  | 5  | 5   | 47    |
| 64        | 5                     | 5  | 5  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 5   | 45    |
| 65        | 4                     | 5  | 5  | 4  | 5  | 3  | 4  | 5  | 4  | 5   | 44    |
| 66        | 4                     | 5  | 5  | 4  | 5  | 4  | 2  | 5  | 4  | 2   | 40    |
| 67        | 4                     | 2  | 4  | 4  | 4  | 5  | 3  | 4  | 4  | 5   | 39    |
| 68        | 4                     | 5  | 5  | 5  | 5  | 1  | 4  | 5  | 4  | 3   | 41    |
| 69        | 4                     | 3  | 4  | 4  | 5  | 4  | 3  | 4  | 4  | 5   | 40    |
| 70        | 4                     | 5  | 5  | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 5  | 5   | 46    |
| 71        | 5                     | 5  | 4  | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 5   | 45    |
| 72        | 5                     | 5  | 5  | 5  | 5  | 4  | 4  | 3  | 5  | 5   | 46    |
| 73        | 5                     | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 4  | 3  | 5  | 5   | 46    |
| 74        | 5                     | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 3  | 5  | 4  | 5   | 47    |
| 75        | 4                     | 5  | 4  | 4  | 4  | 5  | 3  | 4  | 5  | 5   | 43    |
| 76        | 5                     | 5  | 2  | 3  | 2  | 5  | 3  | 3  | 4  | 4   | 36    |
| 77        | 4                     | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 2  | 5  | 4   | 40    |
| 78        | 5                     | 4  | 2  | 3  | 2  | 4  | 4  | 2  | 5  | 3   | 34    |
| 79        | 5                     | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3   | 36    |
| 80        | 4                     | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 4  | 2  | 4  | 4   | 32    |

| RESPONDEN | Kepuasan Konsumen (Y) |    |    |    |    |    |    |    |    |     | Total |
|-----------|-----------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-------|
|           | P1                    | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | Y     |
| 81        | 4                     | 4  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 5   | 34    |
| 82        | 4                     | 5  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 1  | 4   | 36    |
| 83        | 1                     | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3   | 32    |
| 84        | 4                     | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   | 38    |
| 85        | 4                     | 4  | 1  | 5  | 5  | 2  | 2  | 3  | 3  | 4   | 33    |
| 86        | 3                     | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 5   | 38    |
| 87        | 3                     | 5  | 4  | 2  | 4  | 2  | 2  | 5  | 4  | 3   | 34    |
| 88        | 4                     | 3  | 4  | 5  | 4  | 3  | 3  | 4  | 5  | 4   | 39    |
| 89        | 5                     | 4  | 5  | 4  | 5  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4   | 41    |

## LAMPIRAN 6

### Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>)

| Correlations                |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |         |
|-----------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|
|                             | P1     | P2     | P3     | P4     | P5     | P6     | P7     | P8     | P9     | P10    | TOTAL P |
| P1 Pearson Correlation      | 1      | .163   | .466** | .286   | .133   | .404*  | .287   | .491** | .096   | .390*  | .541**  |
| Sig. (2-tailed)             |        | .389   | .010   | .126   | .485   | .027   | .123   | .006   | .614   | .033   | .002    |
| N                           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30      |
| P2 Pearson Correlation      | .163   | 1      | .523** | .826** | .382*  | .547** | .696** | .459*  | .386*  | .388*  | .735**  |
| Sig. (2-tailed)             | .389   |        | .003   | .000   | .037   | .002   | .000   | .011   | .035   | .034   | .000    |
| N                           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30      |
| P3 Pearson Correlation      | .466** | .523** | 1      | .536** | .318   | .892** | .565** | .937** | .281   | .470** | .828**  |
| Sig. (2-tailed)             | .010   | .003   |        | .002   | .086   | .000   | .001   | .000   | .132   | .009   | .000    |
| N                           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30      |
| P4 Pearson Correlation      | .286   | .826** | .536** | 1      | .265   | .457*  | .823** | .553** | .182   | .287   | .710**  |
| Sig. (2-tailed)             | .126   | .000   | .002   |        | .157   | .011   | .000   | .002   | .335   | .124   | .000    |
| N                           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30      |
| P5 Pearson Correlation      | .133   | .382*  | .318   | .265   | 1      | .397*  | .261   | .314   | .980** | .518** | .670**  |
| Sig. (2-tailed)             | .485   | .037   | .086   | .157   |        | .030   | .163   | .091   | .000   | .003   | .000    |
| N                           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30      |
| P6 Pearson Correlation      | .404*  | .547** | .892** | .457*  | .397*  | 1      | .483** | .778** | .381*  | .541** | .817**  |
| Sig. (2-tailed)             | .027   | .002   | .000   | .011   | .030   |        | .007   | .000   | .038   | .002   | .000    |
| N                           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30      |
| P7 Pearson Correlation      | .287   | .696** | .565** | .823** | .261   | .483** | 1      | .496** | .178   | .249   | .682**  |
| Sig. (2-tailed)             | .123   | .000   | .001   | .000   | .163   | .007   |        | .005   | .346   | .184   | .000    |
| N                           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30      |
| P8 Pearson Correlation      | .491** | .459*  | .937** | .553** | .314   | .778** | .496** | 1      | .281   | .468** | .802**  |
| Sig. (2-tailed)             | .006   | .011   | .000   | .002   | .091   | .000   | .005   |        | .132   | .009   | .000    |
| N                           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30      |
| P9 Pearson Correlation      | .096   | .386*  | .281   | .182   | .980** | .381*  | .178   | .281   | 1      | .498** | .629**  |
| Sig. (2-tailed)             | .614   | .035   | .132   | .335   | .000   | .038   | .346   | .132   |        | .005   | .000    |
| N                           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30      |
| P10 Pearson Correlation     | .390*  | .388*  | .470** | .287   | .518** | .541** | .249   | .468** | .498** | 1      | .690**  |
| Sig. (2-tailed)             | .033   | .034   | .009   | .124   | .003   | .002   | .184   | .009   | .005   |        | .000    |
| N                           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30      |
| TOTAL P Pearson Correlation | .541** | .735** | .828** | .710** | .670** | .817** | .682** | .802** | .629** | .690** | 1       |
| Sig. (2-tailed)             | .002   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   |         |
| N                           | 30     | 30     | 30     | 30     | 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).

**Reliability Statistics**

| Cronbach's<br>Alpha | N of Items |
|---------------------|------------|
| .883                | 10         |

## LAMPIRAN 7

### Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X<sub>2</sub>)

| Correlations                |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |         |
|-----------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|
|                             | P1     | P2     | P3     | P4     | P5     | P6     | P7     | P8     | P9     | P10    | TOTAL P |
| P1 Pearson Correlation      | 1      | .429*  | .497** | .461*  | .578** | .356   | -.042  | .151   | -.033  | .076   | .598**  |
| Sig. (2-tailed)             |        | .018   | .005   | .010   | .001   | .053   | .827   | .425   | .863   | .689   | .000    |
| N                           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30      |
| P2 Pearson Correlation      | .429*  | 1      | .355   | .949** | .373*  | .580** | .191   | .288   | .203   | .149   | .774**  |
| Sig. (2-tailed)             | .018   |        | .054   | .000   | .042   | .001   | .311   | .123   | .283   | .431   | .000    |
| N                           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30      |
| P3 Pearson Correlation      | .497** | .355   | 1      | .372*  | .570** | .259   | .302   | .018   | .296   | -.002  | .631**  |
| Sig. (2-tailed)             | .005   | .054   |        | .043   | .001   | .167   | .105   | .923   | .112   | .990   | .000    |
| N                           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30      |
| P4 Pearson Correlation      | .461*  | .949** | .372*  | 1      | .422*  | .631** | .177   | .275   | .167   | .136   | .788**  |
| Sig. (2-tailed)             | .010   | .000   | .043   |        | .020   | .000   | .350   | .142   | .379   | .474   | .000    |
| N                           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30      |
| P5 Pearson Correlation      | .578** | .373*  | .570** | .422*  | 1      | .230   | -.109  | -.090  | -.167  | -.178  | .472**  |
| Sig. (2-tailed)             | .001   | .042   | .001   | .020   |        | .222   | .568   | .636   | .378   | .347   | .009    |
| N                           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30      |
| P6 Pearson Correlation      | .356   | .580** | .259   | .631** | .230   | 1      | .097   | .046   | .037   | -.002  | .573**  |
| Sig. (2-tailed)             | .053   | .001   | .167   | .000   | .222   |        | .609   | .810   | .845   | .990   | .001    |
| N                           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30      |
| P7 Pearson Correlation      | -.042  | .191   | .302   | .177   | -.109  | .097   | 1      | .305   | .947** | .346   | .525**  |
| Sig. (2-tailed)             | .827   | .311   | .105   | .350   | .568   | .609   |        | .101   | .000   | .061   | .003    |
| N                           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30      |
| P8 Pearson Correlation      | .151   | .288   | .018   | .275   | -.090  | .046   | .305   | 1      | .341   | .566** | .498**  |
| Sig. (2-tailed)             | .425   | .123   | .923   | .142   | .636   | .810   | .101   |        | .065   | .001   | .005    |
| N                           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30      |
| P9 Pearson Correlation      | -.033  | .203   | .296   | .167   | -.167  | .037   | .947** | .341   | 1      | .408*  | .519**  |
| Sig. (2-tailed)             | .863   | .283   | .112   | .379   | .378   | .845   | .000   | .065   |        | .025   | .003    |
| N                           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30      |
| P10 Pearson Correlation     | .076   | .149   | -.002  | .136   | -.178  | -.002  | .346   | .566** | .408*  | 1      | .439*   |
| Sig. (2-tailed)             | .689   | .431   | .990   | .474   | .347   | .990   | .061   | .001   | .025   |        | .015    |
| N                           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30      |
| TOTAL P Pearson Correlation | .598** | .774** | .631** | .788** | .472** | .573** | .525** | .498** | .519** | .439*  | 1       |
| Sig. (2-tailed)             | .000   | .000   | .000   | .000   | .009   | .001   | .003   | .005   | .003   | .015   |         |
| N                           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30      |

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

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

**Reliability Statistics**

| Cronbach's<br>Alpha | N of Items |
|---------------------|------------|
| .766                | 10         |

## LAMPIRAN 8

### Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

| Correlations |                     |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |            |
|--------------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|------------|
|              |                     | P1     | P2     | P3     | P4     | P5     | P6     | P7     | P8     | P9     | P10    | TOTAL<br>P |
| P1           | Pearson Correlation | 1      | .234   | .469** | .315   | .074   | .411*  | .330   | .511** | .199   | .460*  | .571**     |
|              | Sig. (2-tailed)     |        | .213   | .009   | .090   | .699   | .024   | .075   | .004   | .291   | .011   | .001       |
|              | N                   | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30         |
| P2           | Pearson Correlation | .234   | 1      | .535** | .879** | .262   | .562** | .793** | .461*  | .451*  | .455*  | .758**     |
|              | Sig. (2-tailed)     | .213   |        | .002   | .000   | .163   | .001   | .000   | .010   | .012   | .011   | .000       |
|              | N                   | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30         |
| P3           | Pearson Correlation | .469** | .535** | 1      | .536** | .293   | .892** | .565** | .956** | .342   | .496** | .825**     |
|              | Sig. (2-tailed)     | .009   | .002   |        | .002   | .116   | .000   | .001   | .000   | .064   | .005   | .000       |
|              | N                   | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30         |
| P4           | Pearson Correlation | .315   | .879** | .536** | 1      | .219   | .457*  | .823** | .601** | .336   | .399*  | .747**     |
|              | Sig. (2-tailed)     | .090   | .000   | .002   |        | .246   | .011   | .000   | .000   | .069   | .029   | .000       |
|              | N                   | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30         |
| P5           | Pearson Correlation | .074   | .262   | .293   | .219   | 1      | .368*  | .200   | .270   | .826** | .368*  | .563**     |
|              | Sig. (2-tailed)     | .699   | .163   | .116   | .246   |        | .046   | .289   | .150   | .000   | .046   | .001       |
|              | N                   | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30         |
| P6           | Pearson Correlation | .411*  | .562** | .892** | .457*  | .368*  | 1      | .483** | .799** | .448*  | .569** | .818**     |
|              | Sig. (2-tailed)     | .024   | .001   | .000   | .011   | .046   |        | .007   | .000   | .013   | .001   | .000       |
|              | N                   | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30         |
| P7           | Pearson Correlation | .330   | .793** | .565** | .823** | .200   | .483** | 1      | .562** | .392*  | .412*  | .744**     |
|              | Sig. (2-tailed)     | .075   | .000   | .001   | .000   | .289   | .007   |        | .001   | .032   | .024   | .000       |
|              | N                   | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30         |
| P8           | Pearson Correlation | .511** | .461*  | .956** | .601** | .270   | .799** | .562** | 1      | .283   | .464** | .801**     |
|              | Sig. (2-tailed)     | .004   | .010   | .000   | .000   | .150   | .000   | .001   |        | .129   | .010   | .000       |
|              | N                   | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30         |
| P9           | Pearson Correlation | .199   | .451*  | .342   | .336   | .826** | .448*  | .392*  | .283   | 1      | .540** | .690**     |
|              | Sig. (2-tailed)     | .291   | .012   | .064   | .069   | .000   | .013   | .032   | .129   |        | .002   | .000       |
|              | N                   | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30         |
| P10          | Pearson Correlation | .460*  | .455*  | .496** | .399*  | .368*  | .569** | .412*  | .464** | .540** | 1      | .725**     |
|              | Sig. (2-tailed)     | .011   | .011   | .005   | .029   | .046   | .001   | .024   | .010   | .002   |        | .000       |
|              | N                   | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30         |
| TOTAL<br>P   | Pearson Correlation | .571** | .758** | .825** | .747** | .563** | .818** | .744** | .801** | .690** | .725** | 1          |
|              | Sig. (2-tailed)     | .001   | .000   | .000   | .000   | .001   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   |            |
|              | N                   | 30     | 30     | 30     | 30     | 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).

**Reliability Statistics**

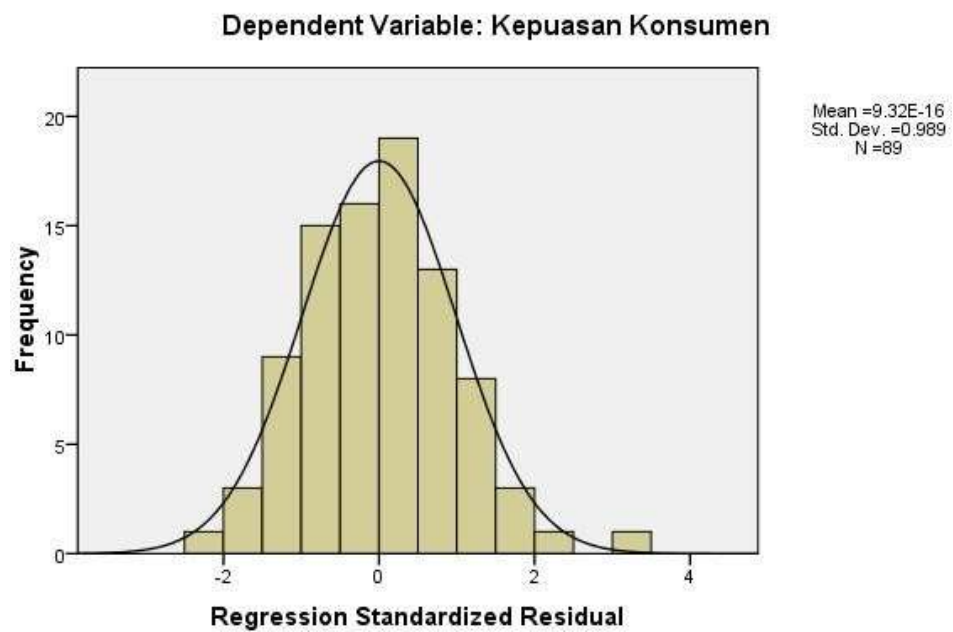
| Cronbach's<br>Alpha | N of Items |
|---------------------|------------|
| .890                | 10         |

## LAMPIRAN 9

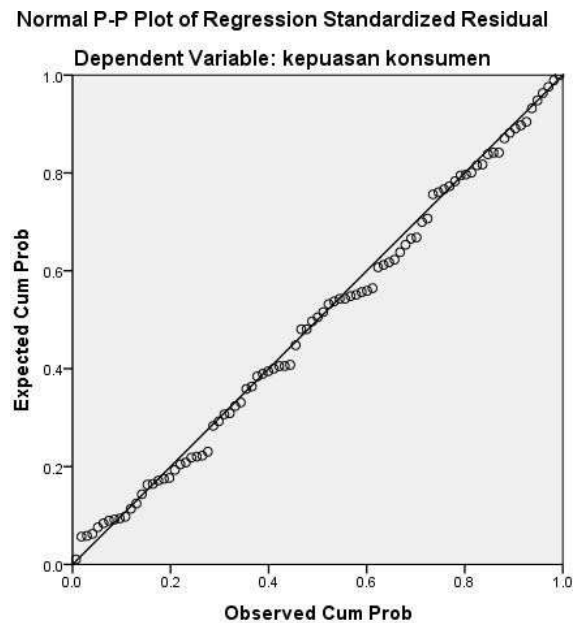
### Uji Asumsi Klasik

- a. Uji Normalitas
- Histogram

Histogram



- **Normal P Plot**



- **Kolmogorov Smirnov**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

|                                   |                | Unstandardized Residual |
|-----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N                                 |                | 89                      |
| Normal Parameters <sup>a, b</sup> | Mean           | .0000000                |
|                                   | Std. Deviation | 3.92069466              |
| Most Extreme Differences          | Absolute       | .053                    |
|                                   | Positive       | .053                    |
|                                   | Negative       | -.044                   |
| Kolmogorov-Smirnov Z              |                | .500                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)            |                | .964                    |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

## b. Uji Multikolinearitas

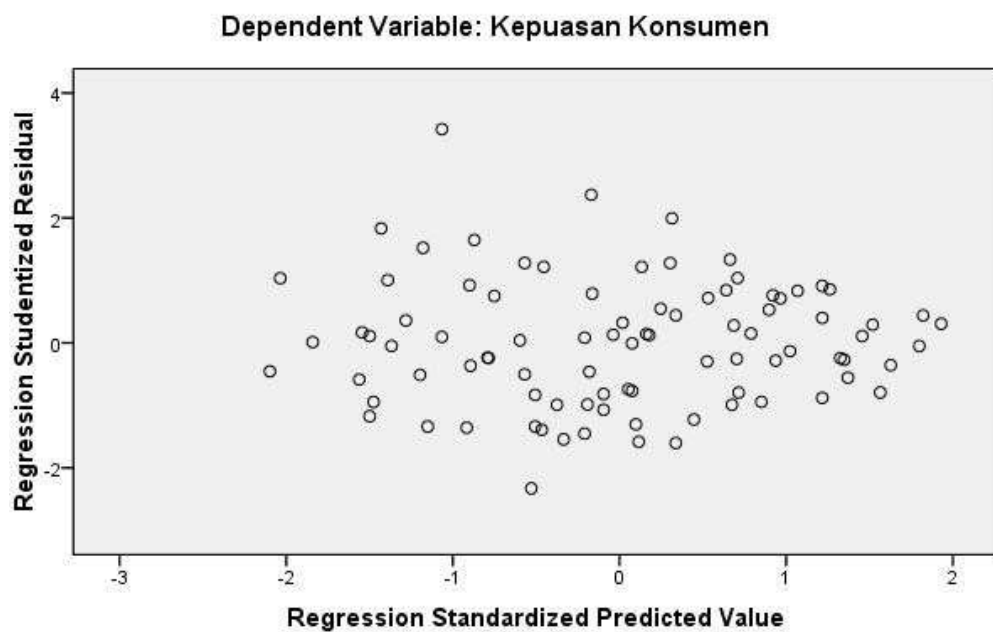
| Coefficients <sup>a</sup> |                    |                         |
|---------------------------|--------------------|-------------------------|
| Model                     |                    | Collinearity Statistics |
|                           |                    | Tolerance      VIF      |
| 1                         | (Constant)         |                         |
|                           | Kualitas Pelayanan | .775      1.290         |
|                           | Kualitas Produk    | .775      1.290         |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

## c. Uji Heteroskedastisitas

- Scatterplot

### Scatterplot



## LAMPIRAN 10

### Uji Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis dan Uji Koefisien Determinasi

#### a. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients<sup>a</sup>

| Model              | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
|                    | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1 (Constant)       | 4.112                       | 3.156      |                           | 1.303 | .196 |                         |       |
| Kualitas Pelayanan | .513                        | .078       | .515                      | 6.595 | .000 | .775                    | 1.290 |
| Kualitas Produk    | .408                        | .084       | .378                      | 4.845 | .000 | .775                    | 1.290 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

#### b. Uji Hipotesis

##### • Uji t

Coefficients<sup>a</sup>

| Model              | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|                    | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant)       | 4.112                       | 3.156      |                           | 1.303 | .196 |
| Kualitas Pelayanan | .513                        | .078       | .515                      | 6.595 | .000 |
| Kualitas Produk    | .408                        | .084       | .378                      | 4.845 | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

- Uji F

**ANOVA<sup>b</sup>**

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | 1974.828       | 2  | 987.414     | 62.775 | .000 <sup>a</sup> |
|       | Residual   | 1352.722       | 86 | 15.729      |        |                   |
|       | Total      | 3327.551       | 88 |             |        |                   |

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

**c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

**Model Summary<sup>b</sup>**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .770 <sup>a</sup> | .593     | .584              | 3.966                      |

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen



# 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](http://www.eka-prasetya.ac.id) E-mail : [sso@eka-prasetya.ac.id](mailto:sso@eka-prasetya.ac.id)

Medan, 20 September 2021

Nomor : 1816/R/STIE-EP/IX/2021

Lamp. : ---

Hal : "Observasi"

Kepada Yth.  
Bapak/Ibu Pimpinan CV. Sinar Walet  
Di-  
Tempat

Dengan hormat,

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

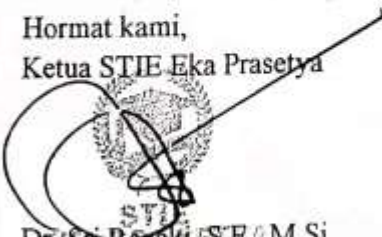
|                   |                                                                                                           |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nama              | : Ferien                                                                                                  |
| NIM               | : 181010132                                                                                               |
| Semester          | : VII                                                                                                     |
| Program Studi     | : Manajemen (S1)                                                                                          |
| Judul Tugas Akhir | : Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Sinar Walet |

Untuk mengadakan peninjauan ke CV. Sinar Walet 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

# CV. SINAR WALET

Jl. Tuasan Komplek Harvard Mansion no. V5

Telp. 0823-0405-6852

Kode Pos.20222

---

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Marke Wijaya

Jabatan : Pemilik

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Ferien

NIM : 181010132

Fakultas : Manajemen

Jurusan : S-1 Manajemen

Adalah mahasiswa dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya yang benar-benar telah melakukan penelitian di CV. Sinar Walet dengan judul penelitian "**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Sinar Walet**"

Demikianlah surat pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Medan, 4 Oktober 2021

Hormat Kami,

**Marke Wijaya**

Pemilik



# SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

## KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : Ferien  
NIM : 181010132  
PROGRAM STUDI : Management

| HARI/TANGGAL SEMINAR    | PENYAJI SEMINAR                                                                                                                                                    | NIM       | Tanda Tangan Pimp. Seminar |
|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------------------------|
| Senin, 16 Maret 2020    | Antonia<br>JUDUL PROPOSAL:<br>Pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Royal holiday                                           | 161010073 |                            |
| Senin, 16 Maret 2020    | Nicholas<br>JUDUL PROPOSAL:<br>Pengaruh persepsi kualitas dan store atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen pada Borobudur meubel art dan furniture medan | 161010154 | M. W.                      |
| Senin, 16 Maret 2020    | Stevani<br>JUDUL PROPOSAL:<br>Pengaruh bauran promosi dan atribut produk Terhadap keputusan pembeli mobil Honda di PT. Istana Deli kesayuan                        | 161010063 |                            |
| Senin, 23 Februari 2020 | Sheri Widhya Shinta<br>JUDUL PROPOSAL:<br>Pengaruh Harga dan diferensiasi produk terhadap Keputusan Pembelian pada Eka Surya Abadi medan                           | 171010047 |                            |
| Senin, 23 Februari 2020 | Fellany<br>JUDUL PROPOSAL:<br>Pengaruh kepuasan konsumen dan personal selling terhadap volume penjualan produk PT. Adimulita Sorima, Indonesia medan               | 171010090 |                            |
| Senin, 23 Februari 2020 | Carlin<br>JUDUL PROPOSAL:<br>Analisis Dampak covid-19 terhadap bisnis ekonomi perdagangan Pascaan di pusat perbelanjaan                                            | 171010032 |                            |
|                         | JUDUL PROPOSAL:                                                                                                                                                    |           |                            |
|                         | JUDUL PROPOSAL:                                                                                                                                                    |           |                            |

Mahasiswa dapat menyelenggarakan seminar proposal bila telah memenuhi syarat mengikuti/ menjadi peserta seminar proposal mahasiswa yang lain **MINIMAL 5 KALI**

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

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



STIE EKA PRASETYA MEDAN  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI



Nama Mahasiswa : Ferien  
NIM : 181010132  
Konsentrasi : Keperawatan Kelas : (B.5/K.A.)  
Nomor HP, No WA : 0812 6770 0156 Email : -  
Alamat Tinggal : Jln Tuason Komplek Harvard Medan no 05  
Dosen Pembimbing Akademis : TTD :

Ka. Prodi

Dosen Pembimbing I

Dra. Puji Sutrisno, M.M.

Dosen Pembimbing II

Dr. Hengky Kasim, S.Pd (Hog)  
M.M., MBA.

Mahasiswa

| No | Tanggal    | Uraian Singkat Bimbingan             | Paraf Dosen Pembimbing |    |
|----|------------|--------------------------------------|------------------------|----|
|    |            |                                      | I                      | II |
| 1  |            |                                      |                        |    |
| 2  | 15/09-2021 | Diskusi dan Revisi judul             |                        |    |
| 3  | 19/11-2021 | Bimbingan bab I                      |                        |    |
| 4  | 24/11-2021 | Bimbingan Bab II                     |                        |    |
| 5  | 29/11-2021 | Bimbingan Bab III                    |                        |    |
| 6  | 03/12-2021 | Bab I revisi                         |                        |    |
| 7  | 11/12-2021 | Bab I revisi Analisis tabel fenomena |                        |    |
| 8  | 18/12-2021 | Bab 1, acc. Bab 2 acc, Bab 3 revisi  |                        |    |
| 9  | 29/12-2021 | Bab 3 acc, dan lanjut dempro         |                        |    |
| 10 | 14/01-2022 | Finalisasi Bab 1 dan bab 2 dan bab 3 |                        |    |
| 11 | 19/01-2022 | acc sempro                           |                        |    |
| 12 | 07/03-2022 | Diskusi kuesioner                    |                        |    |
| 13 | 11/4-2022  | Revisi kuesioner                     |                        |    |
| 14 | 21/4-2022  | Acc kuesioner                        |                        |    |
| 15 | 3/5-2022   | bimbingan bab 4                      |                        |    |
| 16 | 6/5-2022   | Revisi bab 4                         |                        |    |
| 17 | 10/5-2022  | acc bab 4 & bimbingan bab 5          |                        |    |
| 18 | 11/5-2022  | acc bab 5                            |                        |    |
| 19 | 12/5-2022  | revisi bab 4                         |                        |    |
| 20 | 13/5-2022  | Acc Bab 4 & bab 5                    |                        |    |
| 21 | 27/5-2022  | Acc sidang mngk hasil                |                        |    |
| 22 |            | Acc sidang mngk hasil                |                        |    |
| 23 |            |                                      |                        |    |
| 24 |            |                                      |                        |    |
| 25 |            |                                      |                        |    |

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **DATA PRIBADI**

|                        |   |                                            |
|------------------------|---|--------------------------------------------|
| Nama                   | : | Ferien                                     |
| Tempat / Tanggal Lahir | : | Sei Berombang, 18 Desember 2001            |
| Jenis Kelamin          | : | Perempuan                                  |
| Alamat                 | : | Jl. Tuasan Komplek harvard mansion No. V5, |
| Medan                  | : |                                            |
| Alamat Email           | : | Ferienkwok2356@gmail.com                   |
| Agama                  | : | Buddha                                     |
| Status                 | : | Belum Menikah                              |
| Handphone (HP)         | : | 081267500156                               |

### **RIWAYAT PENDIDIKAN**

- |                              |   |                          |
|------------------------------|---|--------------------------|
| 1. Tahun 2007 s/d Tahun 2013 | : | SD Sei Berombang         |
| 2. Tahun 2013 s/d Tahun 2015 | : | SMP Wr Supratman 2 Medan |
| 3. Tahun 2015 s/d Tahun 2018 | : | SMA Wr Supratman 2 Medan |
| 4. Tahun 2018 s/d Tahun 2021 | : | STIE Eka Prasetya        |

### **RIWAYAT PEKERJAAN**

|                        |   |                 |
|------------------------|---|-----------------|
| Juli 2018 s/d Sekarang | : | CV. Sinar Walet |
|------------------------|---|-----------------|

### **DATA ORANGTUA**

|                |   |              |
|----------------|---|--------------|
| Nama Ayah      | : | Alm. Teng Ke |
| Pekerjaan      | : | -            |
| Handphone (HP) | : | -            |
| Alamat         | : | -            |

|                |   |                                           |
|----------------|---|-------------------------------------------|
| Nama Ibu       | : | Asnah                                     |
| Pekerjaan      | : | Wirausaha                                 |
| Handphone (HP) | : | 081376722249                              |
| Alamat         | : | Jl. Tuasan Komplek Harvard Mansion No V5, |
| Medan          | : |                                           |

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

Medan,  
Penulis,

Ferien

181010132