

## SKRIPSI

### **Pengaruh Kualitas Produk,Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen pada Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh*

*Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi*

*Universitas Islam Riau*



**Oleh :**

**AYU PERMATA SARI**

**165210773**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

**PEKANBARU**

**2020**



# UNIVERSITAS ISLAM RIAU

## FAKULTAS EKONOMI

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No.113 Perhentian Marpoyan  
Telp. (0761) 674674 Fax.(0761) 674834 Pekanbaru-28284

### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ayu Permata Sari  
NPM : 165210773  
Program Studi : Manajemen S1  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Fakultas : Ekonomi  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap  
Kepuasan Konsumen Pada Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap

Disetujui Oleh :

Pembimbing

(Yul Efnita, SE.,MM)

Mengetahui :

Dekan

Ketua Program Studi



(Dr. Firdaus AR, SE.,M.Si.,Ak.,CA)

(Abd. Razak Jer, SE.,M.Si)



# UNIVERSITAS ISLAM RIAU

## FAKULTAS EKONOMI

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No.113 Perhentian Marpoyan  
Telp. (0761) 674674 Fax.(0761) 674834 Pekanbaru-28284

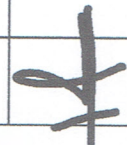
### BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Telah Dilaksanakan Bimbingan Skripsi Terhadap Mahasiswa:

Nama : Ayu Permata Sari  
NPM : 165210773  
Fakultas : Ekonomi  
Program Studi : Manajemen S1  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Sponsor : Yul Efnita,SE.,MM  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap

Dengan Perincian Bimbingan Sebagai Berikut:

| No | Tanggal    | Catatan | Berita Acara                                                                                                     | Paraf   |
|----|------------|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
|    |            | Sponsor |                                                                                                                  | Sponsor |
| 1  | 04/12/2019 | X       | - Buat proposal sesuai dengan format<br>- Perbaiki latar belakang masalah buat fenomena pada objek yang diteliti |         |
| 2  | 18/12/2019 | X       | - Data menu yang ada<br>- Cerita tentang produk<br>- Cerita tentang harga<br>- Cerita tentang pelayanan          |         |
| 3  | 07/01/2020 | X       | Perbaiki sesuai dengan anjuran                                                                                   |         |
| 4  | 13/01/2020 | X       | Pahami isi proposal                                                                                              |         |
| 5  | 14/01/2020 | X       | Acc Seminar Proposal                                                                                             |         |

|   |            |   |                                                                                                                              |                                                                                     |
|---|------------|---|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 6 | 31/08/2020 | X | - Setiap kepala tabel pada hasil penelitian diboldkan<br>- Belum ada pembahasan pada hasil penelitian<br>- Lengkapi lampiran |  |
| 7 | 01/09/2020 | X | Acc Seminar Hasil                                                                                                            |  |

Pekanbaru, 05 Januari 2021

Wakil Dekan 1

Dr. Hj. Ellyan Sastraningsih, SE., M.Si

Perpustakaan Universitas Islam Riau

Dokumen ini adalah Arsip Milik :

# UNIVERSITAS ISLAM RIAU

## FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jalan Kaharuddin Nst Km 11 No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647

### BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI / MEJA HIJAU

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau No: 1725/KPTS/FE-UIR/2020, Tanggal 14 Desember 2020, Maka pada Hari Kamis 17 Desember 2020 dilaksanakan Ujian Oral Komprehensif/Meja Hijau Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau pada Program Studi **Manajemen** Tahun Akademis 2020/2021.

- |                         |                                                                                                                                 |
|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Nama                 | : Ayu Permata Sari                                                                                                              |
| 2. NPM                  | : 165210773                                                                                                                     |
| 3. Program Studi        | : Manajemen S1                                                                                                                  |
| 4. Judul skripsi        | : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe K - Day Musami Kecamatan Peranap. |
| 5. Tanggal ujian        | : 17 Desember 2020                                                                                                              |
| 6. Waktu ujian          | : 60 menit.                                                                                                                     |
| 7. Tempat ujian         | : Ruang Sidang Meja Hijau Fakultas Ekonomi UIR                                                                                  |
| 8. Lulus Yudicium/Nilai | : <b>Lulus (A-) 75,33</b>                                                                                                       |
| 9. Keterangan lain      | : Aman dan lancar.                                                                                                              |

#### PANITIA UJIAN

Ketua

Sekretaris

Dr. Hj. Ellvan Sastraningsih, SE., M.Si  
Wakil Dekan Bidang Akademis

Abd. Razak Jer, SE., M.Si  
Ketua Prodi Manajemen

Dosen penguji :

1. Yul Efnita, SE., MM
2. Drs. Asril, MM
3. Dr. Eva Sundari, SE., MM., CRBC

Notulen

1. Restu Hayati, SE., M.Si



Pekanbaru, 17 Desember 2020

Mengetahui  
Dekan,

Dr. Firdaus AR, SE., M.Si., Ak., CA

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

**Nomor : 1725 / Kpts/FE-UIR/2020**

**TENTANG PENETAPAN DOSEN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

- Menimbang** : 1. Bahwa untuk menyelesaikan studi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau dilakukan ujian skripsi/oral comprehensive sebagai tugas akhir dan untuk itu perlu ditetapkan mahasiswa yang telah memenuhi syarat untuk ujian dimaksud serta dosen penguji
2. Bahwa penetapan mahasiswa yang memenuhi syarat dan penguji mahasiswa yang bersangkutan perlu ditetapkan dengan surat keputusan Dekan.

- Mengingat** : 1. Undang-undang RI Nomor: 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional
2. Undang-undang RI Nomor: 14 Tahun 2005 Tentang Guru dan Dosen
3. Undang-undang RI Nomor: 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi.
4. Peraturan Pemerintah RI Nomor: 4 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi
5. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2018.
6. SK. Pimpinan YLPI Daerah Riau Nomor: 006/Skep/YLPI/II/1976 Tentang Peraturan Dasar Universitas Islam Riau.
7. Surat Keputusan BAN PT Depdiknas RI :
- a. Nomor : 2806/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Eko. Pembangunan
- b. Nomor : 2640/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Manajemen
- c. Nomor : 2635/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Akuntansi S1
- d. Nomor : 1036/SK/BAN-PT/Akred/Dipl-III/IV/2019, tentang Akreditasi D.3 Akuntansi.

**MEMUTUSKAN**

- Menetapkan** : 1. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau yang tersebut di bawah ini:

N a m a : Ayu Permata Sari

N P M : 165210773

Program Studi : Manajemen S1

Judul skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe K – Day Musami Kecamatan Peranap.

2. Penguji ujian skripsi/oral comprehensive mahasiswa tersebut terdiri dari:

| NO | Nama                            | Pangkat/Golongan  | Bidang Diuji | Jabatan    |
|----|---------------------------------|-------------------|--------------|------------|
| 1  | Yul Efnita, SE., MM             | Lektor, C/c       | Materi       | Ketua      |
| 2  | Drs. Asril, MM                  | Lektor, C/c       | Sistematika  | Sekretaris |
| 3  | Dr. Eva Sundari, SE., MM., CRBC | Lektor, C/c       | Methodologi  | Anggota    |
| 4  |                                 |                   | Penyajian    | Anggota    |
| 5  |                                 |                   | Bahasa       | Anggota    |
| 6  | Restu Hayati, SE., M.Si         | Asisten Ahli, C/b | -            | Notulen    |
| 7  |                                 |                   | -            | Saksi II   |
| 8  |                                 |                   | -            | Notulen    |

3. Laporan hasil ujian serta berita acara telah disampaikan kepada pimpinan Universitas Islam Riau selambat-lambatnya 1 (satu) minggu setelah ujian dilaksanakan.

4. Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan dengan ketentuan bila terdapat kekeliruan akan segera diperbaiki sebagaimana mestinya.

Kutipan : Disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Ditetapkan di : Pekanbaru  
Pada Tanggal : 17 Desember 2020

Dekan

*Dr. Firdaus AR, SE., M.Si., Ak., CA*

Tembusan : Disampaikan pada :

1. Yth : Bapak Koordinator Kopertis Wilayah X di Padang
2. Yth : Bapak Rektor Universitas Islam Riau di Pekanbaru
3. Yth : Sdr. Kepala Biro Keuangan UIR di Pekanbaru
4. Yth : Sdr. Kepala BAAK UIR di Pekanbaru

# UNIVERSITAS ISLAM RIAU

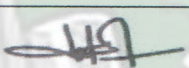
## FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647

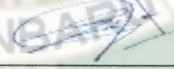
### BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI

Nama : Ayu Permata Sari  
NPM : 165210773  
Jurusan : Manajemen / S1  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe K – Day Musami Kecamatan Peranap.  
Hari/Tanggal : Kamis 17 Desember 2020  
Tempat : Ruang Sidang Fakultas Ekonomi UIR

#### Dosen Pembimbing

| No | Nama                | Tanda Tangan                                                                      | Keterangan |
|----|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 1  | Yul Efnita, SE., MM |  |            |

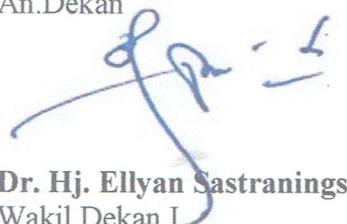
#### Dosen Pembahas / Penguji

| No | Nama                            | Tanda Tangan                                                                        | Keterangan |
|----|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 1  | Drs. Asril, MM                  |  |            |
| 2  | Dr. Eva Sundari, SE., MM., CRBC |  |            |

#### Hasil Seminar : \*)

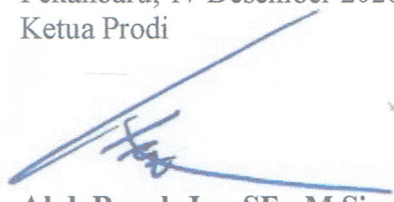
1. Lulus ( Total Nilai \_\_\_\_\_ )
2. Lulus dengan perbaikan ( Total Nilai \_\_\_\_\_ )
3. Tidak Lulus ( Total Nilai \_\_\_\_\_ )

Mengetahui  
An.Dekan

  
Dr. Hj. Ellyan Sastraningsih, SE., M.Si  
Wakil Dekan I



Pekanbaru, 17 Desember 2020  
Ketua Prodi

  
Abd. Razak Jer, SE., M.Si

\*) Coret yang tidak perlu

# UNIVERSITAS ISLAM RIAU

## FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jalan Kaharuddin Nst Km 11 No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647

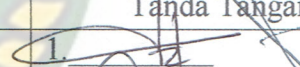
### BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL

Nama : Ayu Permata Sari  
NPM : 165210773  
Judul Proposal : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café K'Day Musami Kecamatan Peranap  
Pembimbing : 1. Yul Efnita, SE., MM  
Hari/Tanggal Seminar : Sabtu / 29 Februari 2020

Hasil Seminar dirumuskan sebagai berikut :

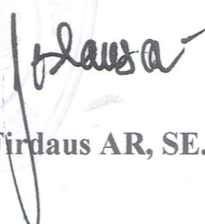
1. Judul : Disetujui dirubah/perlu diseminarkan \*)
2. Permasalahan : Jelas/masih kabur/perlu dirumuskan kembali \*)
3. Tujuan Penelitian : Jelas/mengambang/perlu diperbaiki \*)
4. Hipotesa : Cukup tajam/perlu dipertajam/di perbaiki \*)
5. Variabel yang diteliti : Jelas/Kurang jelas \*)
6. Alat yang dipakai : Cocok/belum cocok/kurang \*)
7. Populasi dan sampel : Jelas/tidak jelas \*)
8. Cara pengambilan sampel : Jelas/tidak jelas \*)
9. Sumber data : Jelas/tidak jelas \*)
10. Cara memperoleh data : Jelas/tidak jelas \*)
11. Teknik pengolahan data : Jelas/tidak jelas \*)
12. Daftar kepustakaan : Cukup/belum cukup mendukung pemecahan masalah Penelitian \*)
13. Teknik penyusunan laporan : Telah sudah/belum memenuhi syarat \*)
14. Kesimpulan tim seminar : Perlu/tidak perlu diseminarkan kembali \*)

Demikianlah keputusan tim yang terdiri dari :

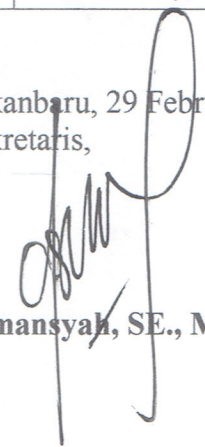
| No | Nama                           | Jabatan pada Seminar | Tanda Tangan                                                                             |
|----|--------------------------------|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Yul Efnita, SE., MM            |                      | 1.  |
| 2. | Drs. Asril., MM                |                      | 2.  |
| 3. | Dr. Eva Sundari, SE., MM, CRBC |                      | 3.  |

\*Coret yang tidak perlu

Mengetahui  
A.n. Dekan Bidang Akademis

  
Dr. Firdaus AR, SE., M.Si., Ak., CA

Pekanbaru, 29 Februari 2020  
Sekretaris,

  
Azmansyah, SE., M.Econ

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**Nomor:2907/Kpts/FE-UIR/2019**  
**TENTANG PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA S1**  
*Bismillahirrohmanirrohim*  
**DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

Menimbang: 1. Surat penetapan Ketua Jurusan / Program Studi Manajemen tanggal 13 November 2019 tentang penunjukan Dosen Pembimbing skripsi mahasiswa.  
2. Bahwa dalam membantu mahasiswa untuk menyusun skripsi sehingga Mendapat hasil yang baik perlu ditunjuk Dosen Pembimbing yang Akan memberikan bimbingan sepenuhnya terhadap mahasiswa tersebut

Mengingat: 1. Surat Mendikbud RI:  
a. Nomor: 0880/U/1997 c.Nomor: 0378/U/1986  
b. Nomor: 0213/0/1987 d.Nomor: 0387/U/1987  
2. Surat Keputusan BAN PT Depdiknas RI :  
a. Nomor : 192/SK/BAN-PT/Ak.XVI/S/IX/2013, tentang Akreditasi Eko. Pembangunan  
b. Nomor : 197/SK/BAN-PT/Ak.XVI/S/IX/2013, tentang Akreditasi Manajemen  
c. Nomor : 197/SK/BAN-PT/Ak.XVI/S/IX/2013, tentang Akreditasi Akuntansi S1  
d. Nomor : 001/SK/BAN-PT/Akred/Dpl-III/I/2014 Tentang Akreditasi D.3 Akuntansi  
3. Surat Keputusan YLPI Daerah Riau  
a. Nomor: 66/Skep/YLPI/II/1987  
b. Nomor: 10/Skep/YLPI/IV/1987  
4. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2013  
5. Surat Edaran Rektor Universitas Islam Riau tanggal 10 Maret 1987  
a. Nomor: 510/A-UIR/4-1987

**MEMUTUSKAN**

Menetapkan: 1. Mengangkat Saudara - saudara yang tersebut namanya di bawah ini sebagai pembimbing dalam penyusunan skripsi yaitu:

| No | N a m a             | Jabatan/Golongan | Keterangan |
|----|---------------------|------------------|------------|
| 1. | Yul Efnita, SE., MM | Lektor, C/c      | Pembimbing |

2. Mahasiswa yang dibimbing adalah:

N a m a : Ayu Permata Sari  
N P M : 165210773  
Jusan/Jenjang Pendd. : Manajemen / S1  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kafe D'Mande Kecamatan Peranap

3. Tugas pembimbing adalah berpedoman kepada Surat Keputusan Rektor Universitas Islam Riau Nomor: 52/UIR/Kpts/1989 tentang pedoman penyusunan skripsi mahasiswa di lingkungan Universitas Islam Riau.  
4. Dalam pelaksanaan bimbingan supaya memperhatikan usul dan saran dari forum seminar proposal.  
5. Kepada pembimbing diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Islam Riau.  
6. Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bila terdapat kekeliruan dalam keputusan ini segera akan ditinjau kembali.

Kutipan: Disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan menurut semestinya.

Ditetapkan di: Pekanbaru  
Pada Tanggal: 14 November 2019  
Dekan,

Drs. Abrar, M.Si, Ak., CA

Tembusan : Disampaikan pada:

1. Yth : Bapak Rektor Universitas Islam Riau  
2. Yth : Sdr. Kepala Biro Keuangan UIR di Pekanbaru.

## SURAT PERNYATAAN

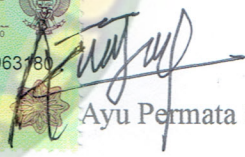
Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis ini, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di universitas Islam Riau maupun diperguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis saya ini murni gagasan, rumusan, dan penilaian saya sendiri tanpa bantuan pihak manapun.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya pendapat yang ditulis atau dipublikasi orang lain, kecuali secara tertulis dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademi berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lain sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi ini.

Pekanbaru, 11 Januari 2021

Saya yang membuat pernyataan



  
Ayu Permata Sari

## **Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap**

**Oleh: AYU PERMATA SARI**

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada cafe k-day musami kecamatan peranap. Metode penelitian yang digunakan adalah metode secara deskriptif dan kuantitatif. Subjek penelitian adalah 50 orang responden. Hasil hipotesis dari penelitian ini adalah diduga pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada cafe k-day musami kecamatan peranap. Dari hasil penelitian terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap dengan nilai  $t_{hitung}$  yang lebih besar dibanding dengan nilai  $t_{tabel}$ ; . Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap dengan nilai  $t_{hitung}$  yang lebih besar dibanding dengan nilai  $t_{tabel}$ ; . Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap dengan nilai  $t_{hitung}$  yang lebih besar dibanding dengan nilai  $t_{tabel}$ ; . Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap dengan nilai  $F_{hitung}$  yang lebih besar dibanding dengan nilai  $F_{tabel}$ . Dimana kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen . dengan demikian semakin baik kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan maka akan semakin baik kepuasan konsumen Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap.

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

***The Effect of Product Quality, Price and Service Quality on Customer Satisfaction at  
Cafe K-day Musami, Peranap District***

**By: AYU PERMATA SARI**

**ABSTRACT**

This study aims to see and analyze the effect of product quality, price and service quality on customer satisfaction at the K-Day Musami cafe in the role ofap district. The research method used is descriptive and quantitative methods. The research subjects were 50 respondents. The hypothesis of this study was It is suspected that the effect of product quality, price, and service quality has a significant effect on customer satisfaction at the K-Day Musami cafe in the role ofapap district. From the research there is a significant influence between product quality and customer satisfaction Cafe K-day Musami, Peranap District with a tcount value that is greater than the ttable value; . There is a significant influence between the price of customer satisfaction at Cafe K-day Musami, Peranap District with a t-count value that is greater than the t-table value; . There is a significant influence between service quality on customer satisfaction at Cafe K-day Musami, Peranap District, with a t-count value that is greater than the t-table value; There is a significant influence between product quality, price, and service quality simultaneously on customer satisfaction at Cafe K-day Musami, Peranap District with a value of Fcount that is greater than the value of Ftable. Where product quality, price, and service quality simultaneously affect customer satisfaction. thus the better the product quality, price and service quality, the better the customer satisfaction at Cafe K-day Musami, Peranap District.

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

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrohiim,.....

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT atas rahmat, yang telah memberikan limpahan rahmat dan karunianya sehingga penulis diberikan kekuatan untuk menyelesaikan skripsi ini. Selain itu sholawat beriring salam juga di kirimkan kepada junjungan besar Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umatnya dari jaman jahiliyah menuju jalan yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti ini.

Untuk menyelesaikan pendidikan Stara Satu (S1) diperlukan suatu karya ilmiah dalam bentuk skripsi. Pada kesempatan ini, penulis membuat skripsi yang berjudul **Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap** . Adapun skripsi ini dianjurkan untuk memenuhi syarat dalam mengikuti ujian skripsi untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Universitas Islam Riau di Pekanbaru.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa sebagai manusia biasa, skripsi ini masih belum sempurna, penulis banyak terdapat kesalahan dan kekurangan baik segi isi dan penulisan. Demi tercapainya kesempurnaan skripsi ini, dengan segenap hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sifatnya membangun.

Selain dari itu, penulis juga banyak mendapat bantuan, bimbingan, serta motivasi dan pengarahan dari berbagai pihak. Dengan demikian, pada kesempatan ini

penulis dengan tulus dan ikhlas ingin mengucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Syafrialdi, SH, MCL., selaku Rektor Universitas Islam Riau yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mebina dan menuntun ilmu pengetahuan di Universitas Islam Riau.
2. Bapak Dr. Firdaus AR, SE., M.Si., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.
3. Bapak Abd. Razak Jer, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.
4. Ibu Yul Efnita, SE., MM selaku dosen Pembimbing yang telah mengarahkan, memberikan sumbangan pikiran serta saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak-bapak atau ibu-ibu selaku Dosen Staf Pengajar Beserta Karyawan/I Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.
6. Kepada pihak Rizky Fajri selaku Owner Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap, saya ucapkan banyak terimakasih karena diberikan izin dan membantu dalam melakukan penelitian ini.
7. Yang teristimewa kepada kedua orang tua tercinta dan tersayang Ayahanda (Arimbi) dan Ibunda (Sri Indrawati), abang tersayang (Doklas Pranata) serta kakak ipar (Ida Nurhayati) serta adek yang tersayang (Vino Triawan) serta keluarga besar dari ayah ataupun ibu yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu namanya. Terimakasih atas suport dan doanya tanpa kalian saya tidak bisa berjuang sampai detik ini.

8. Terima kasih untuk Ages Prakusuma yang selalu mendoakan ssrta mendukung dan menyemangati dari awal dari awal sampai akhir penulisan skripsi.
9. Kepada kawan-kawan seperjuangan Angkatan 2016, terutama kelas K. Serta tak lupa kepada teman saya Dewi Pramita Sari, SE, Ulva Usdalaila, Putri Rahayu, Novita Damayanti, Eka Pratiwi, SE, Sri Wahyuni Saputri, SE, Suhartini, SE dan Asmida,SE terimakasih atas bantuan serta doa dari kalian semua.

Akhirnya kepada semua yang telah memberikan dorongan, semangat dan bantuannya kepada penulis, penulis mengucapkan terimakasih banyak. Semoga skripsi ini ada manfaatnya bagi kita semua terutama bagi penulis sendiri. Amin yaa Robbal Allamin.....

Pekanbaru, Oktober 2020

Penulis

Ayu Permata Sari

## DAFTAR ISI

|                              |             |
|------------------------------|-------------|
| <b>ABSTRAK</b> .....         | <b>i</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....  | <b>ii</b>   |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....      | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....    | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....   | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> ..... | <b>viii</b> |

## BAB I PENDAHULUAN

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| 1.1 Latar Belakang.....         | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah .....       | 8 |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....      | 8 |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....     | 8 |
| 1.5 Sistematika Penulisan ..... | 9 |

## BAB II TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

|                                                        |    |
|--------------------------------------------------------|----|
| 2.1 Kualitas Produk .....                              | 11 |
| 2.1.1 Pengertian Kualitas Produk.....                  | 11 |
| 2.1.2 Dimensi Kualitas Produk .....                    | 12 |
| 2.2 Harga .....                                        | 14 |
| 2.2.1 Pengertian Harga.....                            | 14 |
| 2.2.2 Penetapan Harga.....                             | 15 |
| 2.2.3 Peranan Harga .....                              | 16 |
| 2.3 Kualitas Pelayanan .....                           | 18 |
| 2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....               | 18 |
| 2.3.2 Dimensi Kualitas Pelayanan .....                 | 19 |
| 2.3.3 Faktor-Faktor pendukung kualitas pelayanan ..... | 22 |
| 2.4 Kepuasan Konsumen.....                             | 23 |
| 2.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen .....               | 23 |
| 2.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan.....    | 24 |
| 2.4.3 Indikator Kepuasan Konsumen.....                 | 25 |
| 2.5 Penelitian Terdahulu .....                         | 30 |
| 2.6 Kerangka Berfikir.....                             | 35 |
| 2.7 Hipotesis Penelitian .....                         | 35 |

## BAB III METODE PENELITIAN

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| 3.1 Lokasi Penelitian.....          | 36 |
| 3.2 Operasionalisasi Variabel ..... | 36 |
| 3.3 Populasi .....                  | 40 |

|                                                                   |     |
|-------------------------------------------------------------------|-----|
| 3.4 Sampel.....                                                   | 40  |
| 3.5 Jenis dan Sumber Data .....                                   | 41  |
| 3.6 Teknik Pengumpulan Data .....                                 | 41  |
| 3.7 Teknik Analisis Data .....                                    | 42  |
| <b>BAB 1V GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>                            |     |
| 4.1 Sejarah Singkat Cafe K-day Musami .....                       | 47  |
| 4.2 Visi dan Misi Cafe K-day Musami .....                         | 47  |
| 4.3 Struktur Organisasi Cafe K-day Musami .....                   | 48  |
| <b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>                      |     |
| 5.1 Identitas Responden .....                                     | 50  |
| 5.1.1 Umur .....                                                  | 50  |
| 5.1.2 Jenis Kelamin .....                                         | 51  |
| 5.1.3 Pekerjaan .....                                             | 52  |
| 5.2 Uji Validitas & Reabilitas .....                              | 53  |
| 5.2.1 Validitas .....                                             | 53  |
| 5.2.2 Reabilitas .....                                            | 56  |
| 5.3 Kualitas Produk .....                                         | 57  |
| 5.4 Harga .....                                                   | 70  |
| 5.5 Kualitas Pelayanan .....                                      | 80  |
| 5.6 Kepuasan Konsumen .....                                       | 98  |
| 5.7 Uji Analisis Data .....                                       | 111 |
| 5.7.1 Uji Regresi Linear Berganda .....                           | 112 |
| 5.7.2 Uji Asumsi Klasik Normalitas Kolmogorov Smirnov .....       | 115 |
| 5.7.3 Uji Asumsi Klasik Multikoleniaritas Tolerance dan VIF ..... | 117 |
| 5.7.4 Koefisien Determinasi .....                                 | 119 |
| 5.7.5 Uji Koefisien Korelasi Berganda (R) .....                   | 121 |
| 5.7.6 Uji T (Parsial) .....                                       | 123 |
| 5.7.7 Uji F (Simultan) .....                                      | 125 |
| 5.8 Pembahasan .....                                              | 126 |
| 5.8.1 Kualitas Produk .....                                       | 126 |
| 5.8.2 Harga .....                                                 | 127 |
| 5.8.3 Kualitas Pelayanan .....                                    | 127 |
| 5.8.4 Kepuasan Konsumen .....                                     | 128 |

## BAB VI PENUTUP

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 6.1 Kesimpulan ..... | 130 |
| 6.2 Saran.....       | 130 |

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

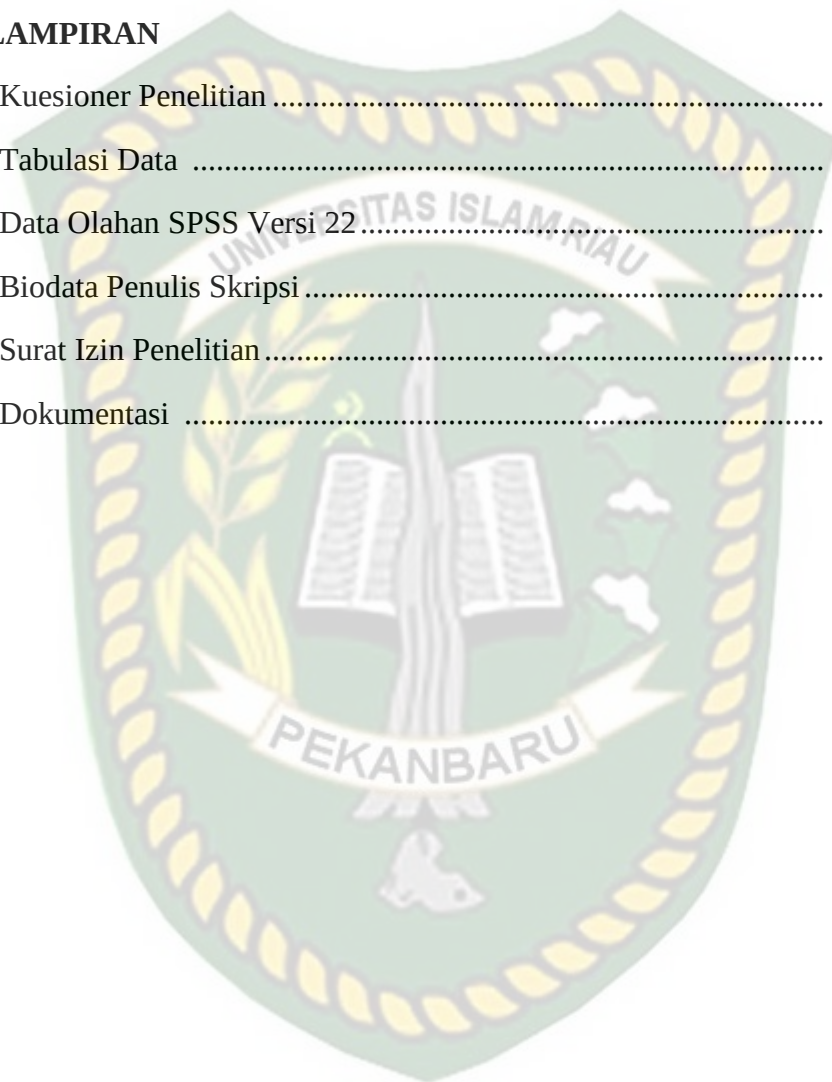
|                                                                       | Halaman |
|-----------------------------------------------------------------------|---------|
| Tabel 1.1 Data pengunjung cafe k-day musami .....                     | 4       |
| Tabel 1.2 Daftar Menu Makanan dan Minuman .....                       | 5       |
| Tabel 2.1 Penelitian Tewrdahulu.....                                  | 32      |
| Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian .....                       | 38      |
| Tabel 5.1 Karakteristik Responden Umur .....                          | 51      |
| Tabel 5.2 Karakteristik Responden Jenis Kelamin.....                  | 52      |
| Tabel 5.3 Karakteristik Responden Pekerjaan.....                      | 52      |
| Tabel 5.4 Hasil Uji Validitas Kuesioner (X1),(X2),(X3) dan (Y).....   | 54      |
| Tabel 5.5 Hasil Uji Reliabilitas .....                                | 59      |
| Tabel 5.6 Frekwensi Jawaban Responden Kualitas Produk (X1) .....      | 61      |
| Tabel 5.19 Frekwensi Jawaban Responden Harga (X2) .....               | 71      |
| Tabel 5.28 Frekwensi Jawaban Responden Kualitas Pelayanan (X3).....   | 81      |
| Tabel 5.44 Frekwensi Jawaban Reponden Kepuasan Konsumen (Y).....      | 99      |
| Tabel 5.55 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....                    | 113     |
| Tabel 5.56 Uji Asumsi Klasik Normalitas Kolmogrov smirnov .....       | 116     |
| Tabel 5.57 Uji Asumsi Klasik Multikoleniaritas Tolerance dan VIF..... | 117     |
| Tabel 5.58 Koefisien Determinasi .....                                | 119     |
| Tabel 5.59 Uji Koefisien Korelasi Berganda (R) .....                  | 121     |
| Tabel 5.60 Uji T .....                                                | 122     |
| Tabel 5.61 Uji F.....                                                 | 125     |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                        |    |
|--------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Kerangka pemikiran.....                     | 37 |
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi Cafe K-day Musami ..... | 51 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                            |  |
|--------------------------------------------|--|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....      |  |
| Lampiran 2 Tabulasi Data .....             |  |
| Lampiran 3 Data Olahan SPSS Versi 22 ..... |  |
| Lampiran 4 Biodata Penulis Skripsi .....   |  |
| Lampiran 5 Surat Izin Penelitian .....     |  |
| Lampiran 6 Dokumentasi .....               |  |



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Banyak sekali cafe-cafe yang berdiri di Kecamatan Peranap. Tumbuhnya industri Cafe di Kecamatan Peranap selain didorong perkembangan ekonomi masyarakatnya, juga dipicu oleh perkembangan gaya hidup masyarakatnya dan pelajar .kegemaran masyarakat untuk berkumpul bersama, atau sekedar menghabiskan waktu luang mereka di Cafe pada hari libur bahkan hari-hari biasa. hal ini semakin mendukung meningkatnya bisnis Cafe di kecamatan peranap.

Kecamatan Peranap adalah salah satu Kecamatan di Indragiri Hulu. Saat ini sudah dimekarkan menjadi 2 Kecamatan yaitu Kecamatan Batang Peranap dan Kecamatan Peranap. Kecamatan Peranap selama beberapa waktu merupakan penghasil kayu utama di Indragiri Hulu disamping Seberida. Explorasi kayu ini tidak jarang menimbulkan konflik dengan masyarakat. Masyarakat tempatan bergerak dibidang perdagangan, perternakan, pertanian karet dan sawit. Peranap mengandung potensi batu bara yang sangat besar . Peranap juga merupakan daerah penghasil karet yang cukup besar karena penduduknya rata-rata bertani karet. Di Peranap juga terdapat beberapa PT sawit terbesar di Kabupaten Indragiri Hulu dan rata-rata masyarakat Peranap bekerja di PT tersebut.

Gambaran umum Cafe K day Musami Kecamatan Peranap terletak di Jl. Jendral Sudirman Kecamatan Peranap sebagai Cafe yang mempunyai daya tarik bagi konsumen

yang ingin menikmati aneka makanan dan minuman. Penemuan lokasi Cafe K day Musami pada awalnya pertimbangan target pasar yaitu anak muda dan kalangan menengah, maka tempat ini merupakan lokasi strategis bagi Cafe K day Musami karena berada di dekat sekolah, kantor Kecamatan, dan permukiman penduduk.

Di Kecamatan Peranap tidak hanya Cafe K day Musami saja yang ada, ada beberapa Cafe disana diantaranya: D mande, ATM Cafe, Cafe Nirwana. Keunggulan Cafe K day Musami ini yaitu interior bagus nyaman, rapi, bersih. Cafe K day Musami ini ada lantai 2 nya untuk para konsumen menghirup udara segar dan buat para perokok juga bisa di lantai 2 nya, di lantai 2 juga di buat pondok-pondok kecil untuk bersantai bersama keluarga dan kerabat, dan itu juga membuat unik nya dari pada cafe yang lain. Selain itu harga menu makanan dan minumannya juga murah dari Cafe yang lain, Cafe K day Musami ini tidak ada batasan usianya, semua kalangan bisa berkunjung ke Cafe untuk bersantai dan menyantap makanan yang ada di Cafe tersebut.

Ketepatan strategi yang digunakan merupakan faktor penentu keberhasilan Cafe dalam memasarkan produknya, dalam menentukan strategi pemasaran, pihak pemasar perlu mengkaji setiap karakteristik perilaku konsumen. Dengan mengetahui alasan yang mendasar mengapa konsumen melakukan pembelian, maka dapat diketahui strategi yang tepat untuk digunakan. Konsumen mempertimbangkan apakah mereka membeli barang yang ditawarkan oleh produsen dengan mempertimbangkan kualitas produk, harga dan pelayanan yang diberikan. Setiap konsumen mempunyai pandangan yang berbeda tentang pelayanan yang diberikan oleh setiap produsen.

Kualitas produk menjadi faktor penentu perusahaan ,terutama bisnis kuliner,dalam memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk.pengalaman konsumen dalam membeli produk yang baik atau buruk akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian kembali atau tidak.

Selain kualitas produk,yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan dalam bersaing terutama usaha dalam bidang kuliner yaitu kebijakan penetapan harga.bagi konsumen, harga sering dikaitkan dengan manfaat yang diperoleh atas suatu barang atau jasa. Pembeli menggunakan harga tidak hanya tidak hanya pada ukuran pengorbanan,tetapi juga digunakan sebagai indikator kualitas produk dan layanannya. Bagi perusahaan,khususnya yang bergerak dalam bidang kuliner,kualitas pelayanan juga menjadi salah satu kunci utama keberhasilan. Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan,keinginan dan harapan dari konsumen dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut,.kepuasan konsumen dapat menciptakan kesetiaan dan loyalitas konsumen kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan.

Berdasarkan pemaparan diatas maka muncul keinginan untuk melakukan penelitian tentang kualitas produk,harga dan pelayanan yang distudikan pada Cafe K day Musami. penulis memilih kualitas produk,harga dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebagai variabel karena kualitas produk,harga dan pelayanan sangat berhubungan terhadap kepuasan konsumen,dimana konsumen dikatakan puas apabila ditempat konsumen berinteraksi membeli atau menggunakan jasa dan produk pelayanannya sangat baik, berkualitas dan memuaskan pada konsumen, sedangkan

harga yang murah dan sesuai dengan kualitas produk dan jasa yang digunakan oleh konsumen itu menentukan konsumen tersebut puas atau tidaknya kepada usaha. Dengan terciptanya kepuasan konsumen diharapkan Cafe K day Musami dapat bersaing serta unggul dibanding kompetitornya. Berikut data pengunjung Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap.

**Tabel 1.1**  
**Data pengunjung Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap Tahun 2019**

| No  | Bulan     | Data pengunjung |
|-----|-----------|-----------------|
| 1.  | Januari   | 837 orang       |
| 2.  | Februari  | 784 orang       |
| 3.  | Maret     | 775 orang       |
| 4.  | April     | 690 orang       |
| 5.  | Mei       | 806 orang       |
| 6.  | Juni      | 930 orang       |
| 7.  | Juli      | 713 orang       |
| 8.  | Agustus   | 682 orang       |
| 9.  | September | 630 Orang       |
| 10. | Oktober   | 620 orang       |
| 11. | November  | 690 orang       |
| 12. | Desember  | 744 orang       |

*Sumber: Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap*

**Tabel 1.2****Daftar Menu Makanan dan Minuman Cafe K-day Musami**

| <b>Makanan</b>         | <b>Harga</b> | <b>Minuman</b>      | <b>Harga</b> |
|------------------------|--------------|---------------------|--------------|
| Seafood saos nanas     | Rp. 35.0000  | Taro mix fruit      | Rp. 18.000   |
| Seafood saos pedas     | Rp. 35.000   | Buble gum mix fruit | Rp. 18.000   |
| Cumi saos              | Rp. 30.000   | Es buah musami      | Rp. 20.000   |
| Kerang saos nanas      | Rp. 20.000   | Es susu melon       | Rp. 9.000    |
| Cumi tepung balado     | Rp. 28.000   | Es susu jeruk       | Rp. 9.000    |
| Udang pedas manis      | Rp. 30.000   | Es susu coklat      | Rp. 9.000    |
| Nila kremes            | Rp. 22.000   | Es susu taro        | Rp. 9.000    |
| Ayam kremes            | Rp. 22.000   | Es susu strawberry  | Rp. 9.000    |
| Ayam saos nanas        | Rp. 20.000   | Es susu bubble gum  | Rp. 9.000    |
| Nasi telur lada hitam  | Rp. 12.000   | Es susu milo        | Rp. 9.000    |
| Nasi ayam BBQ          | Rp. 20.000   | Es susu cocopandan  | Rp. 9.000    |
| Nasi ayam lada hitam   | Rp. 20.000   | Jus buah naga       | Rp. 12.000   |
| Nasi goreng biasa      | Rp. 12.000   | Jus mangga          | Rp. 12.000   |
| Nasi goreng musami     | Rp. 17.000   | Jus nanas           | Rp. 10.000   |
| Nasgor seafood         | Rp. 22.000   | Jus apel            | Rp. 12.000   |
| Nasgor padang          | Rp. 12.000   | Jus alpukat         | Rp. 12.000   |
| Nasgor ati ampela      | Rp. 15.000   | Jus timun           | Rp. 9.000    |
| Nasgor ayam kremes     | Rp. 25.000   | Jus tomat           | Rp. 10.000   |
| Nasgor ayam BBQ        | Rp. 25.000   | Jus wortel          | Rp. 10.000   |
| Nasgor ayam lada hitam | Rp. 25.000   | Green container     | Rp. 9.000    |
| Bihun goreng biasa     | Rp. 12.000   | Green garden        | Rp. 10.000   |
| Bigor seafood          | Rp. 22.000   | Orange bulsh        | Rp. 10.000   |
| Bigor padang           | Rp. 12.000   | Yakult punch        | Rp. 12.000   |
| Bigor ati ampela       | Rp. 15.000   | Fresh red lime      | Rp. 12.000   |

|                        |            |                   |            |
|------------------------|------------|-------------------|------------|
| Bigor musami           | Rp.17.000  | Bengbeng es blend | Rp. 12.000 |
| Bigor ayam kremes      | Rp. 25.000 | Greentea es blend | Rp. 12.000 |
| Mie goreng biasa       | Rp.12.000  | Es kelapa buah    | Rp. 12.000 |
| Miegor seafood         | Rp. 22.000 | Es jeruk          | Rp. 9.000  |
| Miegor padang          | Rp. 12.000 | Es jeruk kelapa   | Rp. 12.000 |
| Miegor ati ampela      | Rp. 15.000 | Teh es            | Rp. 5.000  |
| Miegor musami          | Rp. 17.000 | Es kopi           | Rp. 7.000  |
| Miegor ayam kremes     | Rp. 25.000 | Es kopi susu      | Rp. 9.000  |
| Miegor ayam BBQ        | Rp. 25.000 | Es kopi gingseng  | Rp. 10.000 |
| Miegor ayam lada hitam | Rp. 25.000 | Es capuccino      | Rp. 9.000  |
| Indomie kuah           | Rp. 10.000 | Teh telor         | Rp. 10.000 |
| Indomie kuah padang    | Rp. 12.000 | Kopi telor        | Rp. 10.000 |
| Indomie goreng         | Rp. 10.000 | Gingseng telor    | Rp. 14.000 |
| Indomie ayam krispy    | Rp. 20.000 | Capicinno telor   | Rp. 14.000 |
| Chicken karage         | Rp. 15.000 | Teh               | Rp. 4.000  |
| Kentang goreng         | Rp. 12.000 | Kopi              | Rp. 5.000  |
| kentang goreng keju    | Rp. 15.000 | Capuccino         | Rp. 7.000  |
| Tahu krispy            | Rp. 10.000 | Teh tarik         | Rp. 7.000  |
| Otak-otak krispy       | Rp. 15.000 | Coklat hangat     | Rp. 10.000 |
| Roti bakar             | Rp. 10.000 | Jeruk hangat      | Rp. 8.000  |
| Sosis                  | Rp. 12.000 | Kopi gingseng     | Rp. 9.000  |
| Roti goreng            | Rp. 14.000 | Es teh tarik      | Rp. 9.000  |
| Cumi krispy            | Rp. 20.000 | Es coklat         | Rp. 10.000 |
| Udang tempura          | Rp. 20.000 | Es kosong         | Rp. 2.000  |

Sumber: Daftar menu makanan dan minuman K-day Musami

Ada beberapa daftar menu makanan dan minuman di Cafe K day Musami seperti tabel diatas, dan ada juga beberapa menu makanan terbaru dari cafe k-day musami.

Oleh karena itu,maka penelitian ini mengambil judul **Pengaruh Kualitas Produk,Harga dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe K day Musami Kecamatan Peranap**



## 1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk, harga, dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe K day Musami Kecamatan Peranap.
2. Faktor manakah yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe K day Musami Kecamatan Peranap.

## 1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah yang ada, tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe K day Musami Kecamatan Peranap.
2. Untuk mengetahui Faktor manakah yang berpengaruh dominan terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe K day Musami Kecamatan Peranap.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian tentang pengaruh kualitas produk, harga dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe K day Musami Kecamatan Peranap penulis mengharapkan terdapat manfaat sebagai berikut :

- 1) Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

## 2) Bagi Perusahaan/Cafe

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan saran bagi owner, manager dan juga staff perusahaan pengaruh kualitas produk, harga dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen, sehingga di masa yang akan datang perusahaan dapat menentukan kebijakan dan strategi pemasaran yang lebih menguntungkan sehingga dapat membentuk persepsi yang positif dan dapat meningkatkan jumlah kunjungan setiap tahunnya.

## 3) Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumber informasi dan sumbangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

### 1.5 Sistematika Penulisan

Adapun dalam penelitian ini, sistematika penulisan penelitian ini disusun berdasarkan bab demi bab yang akan diuraikan sebagai berikut:

#### **BAB I : Pendahuluan**

Pada bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

#### **BAB II : Telaah Pustaka dan Hipotesis**

Pada bab ini berisikan uraian telaah pustaka yang berhubungan dengan konsep dan teori-teori pemasaran dan indikator pengukurannya, kemudian mengemukakan hipotesis serta variabel penelitian.

### **BAB III : Metode Penelitian**

Bagian ini mengemukakan tentang lokasi penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan, dan analisis data.

### **BAB IV : Gambaran Umum Perusahaan**

Pada bab ini penulis akan menguraikan tentang sejarah tingkat perusahaan, serta visi dan misi perusahaan.

### **BAB V : Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Bab ini uraian analisis serta pembahasan hasil penelitian tentang pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen cafe d' mande kecamatan peranap.

### **BAB VI : Kesimpulan dan Saran**

Bagian ini menyajikan kesimpulan dari hasil penelitian serta saran agar perusahaan dapat lebih meningkatkan dan mengembangkan usahanya dimasa yang akan datang.

## BAB II

### TELAAH PUSTAKA

#### 2.1 Kualitas produk

##### 2.1.1 Pengertian kualitas produk

Menurut Stanton (dalam sunyoto), dalam arti sempit produk adalah sekelompok atribut fisik nyata yang terkait dalam sebuah bentuk yang dapat diidentifikasi. Sedangkan dalam arti luas, produk adalah sekelompok atribut nyata dan tidak nyata yang didalamnya termasuk kemasan, warna, harga, kualitas, merek, pelayanan dan reputasi penjual. Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Kotler).

Menurut Handoko kualitas produk adalah kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Semakin sesuai standar yang ditetapkan maka akan dinilai produk tersebut semakin berkualitas.

Menurut Tjiptono Fandy klasifikasi produk bisa dilakukan atas berbagai macam sudut pandang. Berdasarkan berwujud tidaknya, produk dapat diklasifikasikan ke dalam dua kelompok utama yaitu barang dan jasa. Ditinjau dari aspek daya tahannya, terdapat dua macam barang, yaitu:

1. Barang Tidak Tahan Lama (Nondurable Goods) Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Contohnya adalah sabun, minuman dan makanan ringan, kapur tulis, gula dan garam.
2. Barang Tahan Lama (Durable Goods) Barang tahan lama merupakan barang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama dengan banyak pemakaian (umur ekonomisnya untuk pemakaian normal adalah satu tahun atau lebih). Contohnya antara lain TV, lemari es, mobil, dan komputer.

#### **2.1.2 Dimensi kualitas produk**

Menurut Tjiptono Fandy, kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (benefits) bagi pelanggan. Kualitas suatu produk baik berupa barang atau jasa ditentukan melalui dimensi-dimensinya. Dimensi kualitas produk menurut Tjiptono Fandy adalah:

1. Performance (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
2. Durability (daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya produk.

3. Conformance to specifications (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
4. Features (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
5. Aesthetics (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk.
6. Perceived quality (kesan kualitas), sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.
7. Serviceability, meliputi kecepatan dan kemudahan untuk direparasi, serta kompetensi dan keramahan staf layanan.

Berdasarkan dimensi-dimensi diatas, dapat disimpulkan bahwa suatu dimensi kualitas merupakan syarat agar suatu nilai dari produk memungkinkan untuk bisa memuaskan pelanggan sesuai harapan, adapun dimensi kualitas produk meliputi performance (kinerja), durability (daya tahan), conformance to specifications (kesesuaian dengan spesifikasi), features (fitur), aesthetics (estetika), perceived quality (kesan kualitas), serviceability.

Menurut orville, Larecche, dan Boyd (2005:422) apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti

aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing. Dimensi kualitas produk:

1. kinerja berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
2. Daya tahan yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk.
3. Kesesuaian dengan spesifikasi yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
4. Fitur adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
5. Reliabilitas adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu.
6. Estetika berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk.
7. Kesan kualitas sering dibilang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.

## **2.2 Harga**

### **2.2.1 Pengertian harga**

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut (Kotler dan Armstrong, 2011). Secara tidak langsung harga dapat mempengaruhi biaya, karena kuantitas yang terjual berpengaruh pada biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produksi. Oleh karena itu penetapan harga mempengaruhi pendapatan total dan biaya total, maka keputusan strategi dan penetapan harga memegang peranan penting dalam setiap perusahaan. Jadi interpretasinya adalah harga yaitu nilai yang diberikan pada suatu barang atau jasa yang telah disesuaikan dengan hasil manfaat yang diperoleh yang telah dinominalkan dengan uang sebagai pertukaran produk.

Dalam melaksanakan kebijakan produk yang akan ditawarkan kepada konsumen dan agar konsumen merasa puas terhadap produk dan mutu barang, maka perusahaan harus dapat menetapkan harga jual yang tepat. Hal ini disebabkan karena kesalahan dalam menetapkan harga jual dapat memperlambat hasil penjualan maupun mendatangkan kerugian.

### **2.2.2 Penetapan harga**

Menurut Tjiptono (1997), terdapat tujuan penetapan harga yaitu:

1. Tujuan berorientasi pada laba

Setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan keuntungan paling tinggi (maksimisasi laba).

2. Tujuan berorientasi pada volume

Untuk tujuan ini, perusahaan menetapkan harga sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan atau pangsa pasar.

3. Tujuan berorientasi pada citra

Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra suatu perusahaan. Sementara itu, harga rendah dapat digunakan untuk membentuk citra nilai tertentu, misalnya dengan memberikan jaminan bahwa harganya merupakan harga yang terendah disuatu wilayah tertentu.

4. Tujuan stabilitas harga

Tujuan stabilitas harga dilakukan dengan cara menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dan harga pemimpin industri.

5. Tujuan-tujuan lainnya

Harga dapat juga ditetapkan dengan tujuan untuk mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas konsumen, mendukung penjualan ulang, atau menghindari campur tangan pemerintah.

### 2.2.3 Peranan harga

Menurut Tjiptono dan Candra (2012), harga memainkan peranan penting bagi perekonomian secara makro, konsumen dan perusahaan.

1. Bagi perekonomian

harga produk mempengaruhi tingkat upah,sewa,bunga,dan laba. Harga merupakan regulator dasar dalam sistem perekonomian,karena harga berpengaruh terhadap alokasi faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja,tanah,modal,dan kewirausahaan. Tingkat upah yang tinggi menarik tenaga kerja,tingkat bunga yang tinggi menjadi daya tarik bagi invstasi modal,dan seterusnya. Sebagai alokator sumber daya,harga menentukan apa yang akan diproduksi (penawaran) dan siapa yang akan membeli barang dan jasa yang dihasilkan(permintaan).

## 2.Bagi konsumen

Dalam penjualan ritel, ada segmen pembeli yang sangat sensitif terhadap faktor harga(menjadikan harga sebagai satu-satunya pertimbangan membeli produk) dan ada pula yang tidak. Mayoritas konsumen agak sensitif terhadap harga,namun juga mempertimbangkan faktor lain (citra merek,lokasi toko,layanan,nilai(value),fitur,produk,dan kaulitas produk), selain itu, persepsi konsumen terhadap kaulitas produk sering kali dipengaruhi oleh harga.

## 3. Bagi perusahaan

Dibandingkan dengan bauran pemasaran lainnya (produk,distribusi dan promosi) yang membutuhkan pengeluaran dana dalam jumlah besar,harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan.harga pokok adalah determinan bagi permintaan pasar atas produk bersangkutan. Harga mempengaruhi posisi bersaing denfan pangsa pasar perusahaan. Dampaknya,harga berpengaruh pada pendapatan dan laba bersih

perusahaan. Singkat kata perusahaan mendapatkan uang melalui harga yang dibebankan atas atau jasa yang dijualnya.

Harga barang atau jasa menjadi penentu bagi permintaan pasar. Harga juga dapat mempengaruhi program pemasaran suatu perusahaan karena dapat menghasilkan keuntungan. Stanton (dalam Widodo, 2016) menyebutkan beberapa indikator harga antara lain:

- 1). Keterjangkauan harga, yaitu penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen. Konsumen dapat menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
- 2). Kesesuaian harga dengan kualitas produk, yaitu penetapan harga yang dilakukan perusahaan yang disesuaikan dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen.
- 3). Daya saing harga, yaitu penawaran harga yang dilakukan oleh perusahaan berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh perusahaan lain pada jenis produk yang sama.
- 4). Kesesuaian harga dengan manfaat, yaitu penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan yang sesuai dengan manfaat yang dapat diperoleh konsumen dari produk yang dikonsumsi.

## **2.3 Kualitas Pelayanan**

### **2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan**

Menurut Tjiptono(2005) dimana kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan menjadi suatu hal yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing. Menurut Lovelock, Wirtz dan Mussry (2010), kualitas pelayanan adalah sesuatu yang secara konsisten dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan/konsumen. Definisi lainnya kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Lewis & Booms dalam Tjiptono dan chandra 2011).

### **2.3.2 Dimensi Kualitas Pelayanan**

Menurut Parasuraman, dkk (dalam Tjiptono, 2004), mengidentifikasi lima dimensi yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan, yaitu:

- a. Bukti langsung (tangibles)  
yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan, sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
- b. Keandalan (reliability)  
yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan. Kinerja perusahaan harus sesuai dengan harapan konsumen, yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua konsumen, dan sikap yang simpatik.
- c. Daya tanggap (responsiveness)

yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan kepada konsumen dengan cepat dan tepat.

d. Jaminan (assurance)

yaitu kemampuan, kesopanan, dan sifat yang dimiliki para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.

e. Empati (emphaty)

yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami kebutuhan para konsumen.

Menurut Parasuraman et al dalam Lupiyadi (2001:196) melakukan beberapa penelitian khusus terhadap beberapa jenis jasa dan mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi kualitas jasa yang biasa disebut sebagai dimensi kualitas. Dalam perkembangannya, dimensi kualitas yang semula berjumlah sepuluh dirangkum menjadi lima dimensi pokok, yaitu:

1. Reliabilitas (keandalan): merujuk pada kemampuan organisasi untuk melaksanakan pelayanan yang dijanjikan secara handal dan akurat.
2. Jaminan: merujuk kepada pengetahuan karyawan dan kemampuan mereka untuk menarik kepercayaan dan keyakinan konsumen.
3. Wujud (bukti fisik): merujuk kepada lingkungan fisik organisasi seperti fasilitas perusahaan, perangkat dan material komunikasi.
4. Empati: merujuk kepada kesediaan karyawan dan staff untuk menyediakan perhatian secara individu pada konsumen.

5.Responsif (daya tanggap): merujuk kepada kesediaan karyawan untuk membantu konsumen dan menyediakan pelayanan tepat waktu.

Menurut Tjiptono (2015) mengungkapkan lima faktor dominan atau penentu mutu pelayanan jasa, yang pada akhirnya menjadi penentu tingkat kepuasan yakni sebagai berikut:

1. Bukti fisik/ tangibles, berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan.
2. Keandalan (reliability), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama sekali.
3. Daya tanggap (responsives), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para konsumen dan merespon permintaan mereka dengan cepat.
4. Jaminan(asurance), berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (trust) dan keyakinan konsumen( confidence).
5. Empati (emphaty), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para konsumennya dan bertindak demi kepentingan konsumen, serta memberikan perhatian personal kepada para konsumen dan memiliki jam operasi yang nyaman.

Konsumen akan menggunakan kelima dimensi kualitas tersebut dalam membentuk penilaiannya terhadap kualitas pelayanan yang merupakan dasar untuk membandingkan harapan dan persepsinya terhadap pelayanan. Berkaitan dengan

dimensi kualitas pelayanan tersebut, perusahaan harus dapat menciptakan strategidengan baik agar tidak menimbulkan kesenjangan antara apa yang diberikan perusahaan dengan apa yang diharapkan konsumen.

### **2.3.3 Faktor-faktor Pendukung Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen**

terdapat faktor-faktor penting dalam proses pelayanan. Setiap faktor tersebut memiliki peranan yang berbeda-beda tetapi saling berpengaruh dan secara bersama-sama akan mewujudkan pelaksanaan pelayanan yang baik. Moenir (2002) menyatakan bahwa terdapat enam faktor pendukung pelayanan yaitu:

- 1) Faktor kesadaran, yaitu faktor yang mengarahkan pada keadaan jiwa seseorang yang merupakan titik temu dari berbagai pertimbangan sehingga diperoleh suatu keyakinan, ketetapan hati, dan keseimbangan jiwa. Dengan adanya kesadaran maka akan membawa seseorang kepada kesungguhan dalam melaksanakan pekerjaan.
- 2) Faktor aturan, yaitu faktor perangkat penting dalam tindakan dan perbuatan seseorang. Dengan adanya aturan ini, maka secara langsung atau tidak langsung seseorang akan memiliki pertimbangan dan menentukan langkah selanjutnya. Pertimbangan pertama sebagai subyek aturan yang ditunjukkan oleh hal-hal penting, yaitu kewenangan, pengetahuan dan pengalaman, kemampuan bahasa, pemahaman pelaksanaan, disiplin dan melaksanakan aturan, serta disiplin waktu dan disiplin kerja.
- 3) Faktor organisasi, yaitu faktor yang tidak hanya terdiri dari susunan organisasi tetapi lebih banyak pada pengaturan mekanisme kerja. Oleh karena

itu, dalam organisasi perlu adanya sarana pendukung yaitu sistem, prosedur, dan metode untuk memperlancar mekanisme kerja.

4) Faktor pendapatan, yaitu pendapatan yang diterima oleh seseorang merupakan imbalan atas tenaga dan pikiran yang telah dicurahkan orang lain. Pendapatan ini berbentuk uang, aturan atau fasilitas dalam waktu tertentu.

5) Faktor kemampuan, yaitu kemampuan yang diukur untuk mengetahui sejauh mana pegawai dapat melakukan pekerjaan sehingga menghasilkan barang atau jasa sesuai apa yang diharapkan.

6) Faktor sarana pelayanan, yaitu segala jenis peralatan, perlengkapan, dan fasilitas yang memiliki fungsi sebagai alat pendukung utama dalam mempercepat pelaksanaan penyelesaian pekerjaan. Adapun fungsi sarana pelayanan antara lain sebagai berikut:

- a) Mempercepat proses pelaksanaan pekerjaan sehingga dapat menghemat waktu.
- b) Meningkatkan produktivitas barang atau jasa.
- c) Ketetapan sarana yang baik dan terjamin.
- d) Memberikan rasa nyaman bagi orang yang berkepentingan.
- e) Memberikan perasaan puas kepada orang-orang yang bekerja sehingga dapat mengurangi sifat emosional.

## **2.4 Kepuasan Konsumen**

### **2.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari konsumen dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya

pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut (Band,1991) .kepuasan konsumen dapat menciptakan kesetiaan dan loyalitas konsumen kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan (Tjiptono,2002).

Menurut Kotler dan Keller(2009), kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja yang dipersepsikan dengan harapannya. Apabila kinerja berada di bawah harapan, maka konsumen akan merasa tidak puas. Sebaliknya, apabila kinerja sesuai dengan harapan atau bahkan melebihi harapan, maka konsumen akan merasa puas.

Kepuasan konsumen juga merupakan evaluasi setelah melakukan pembelian di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melebihi harapan pelanggan. Adanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya (Tjiptono & Diana, 2003):

- 1) Hubungan antara perusahaan dan para konsumen menjadi harmonis.
- 2) Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang.
- 3) Dapat mendorong terciptanya loyalitas konsumen.
- 4) Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan dapat meningkatkan laba.

#### **2.4.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan**

Kotler dalam Tjiptono (2006:367) menguraikan empat metode yang digunakan untuk melacak dan mengukur kepuasan konsumen, antara lain: kepuasan *satisfaction* berasal dari bahasa latin *satis* ( artinya cukup baik, memadai) dan

faction ( artinya melakukan atau membuat). Secara sederhana, kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai .

Menurut Gerson dalam Arif (2007:99), untuk memenuhi keluhan konsumen ada empat aspek penanganan keluhan yang penting, yaitu:

- 1). Empati terhadap pelanggan yang marah.
- 2). Kecepatan dalam menangani keluhan.
- 3).Kewajaran untuk keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan dimana konsumen dan perusahaan sama-sama diuntungkan.
- 4).Kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan.

#### **2.4.3 Indikator Kepuasan Konsumen**

Menurut Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2004:101) atribut pembentuk kepuasan terdiri dari:

a. Kesesuaian harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen, meliputi:

- Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

b. Minat berkunjung kembali

Merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi:

- Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
- Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.
- Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

c. Kesediaan merekomendasikan

Merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi:

- Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.

- Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

Menurut Tjiptono (2011), di tengah beragamnya cara mengukur kepuasan konsumen, terdapat enam konsep inti mengenai obyek pengukuran, yaitu:

1) Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (Overall Customer Satisfaction)

Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan konsumen yaitu menanyakan secara langsung kepada konsumen seberapa puas mereka menggunakan produk atau jasa yang diberikan perusahaan. Dalam hal ini, Cafe K day Musami menanyakan kepada konsumen seberapa puas mereka mengkonsumsi makanan dan minuman ataupun pelayanan yang telah diberikan oleh Cafe K day Musami. Dengan demikian, Cafe K day Musami dapat mengukur tingkat kepuasan konsumennya terhadap makanan dan minuman, harga, serta pelayanan yang diberikan Cafe K day Musami. Cafe K day Musami juga meminta kepada konsumen untuk membandingkan makanan dan minuman, harga, serta pelayanan yang diberikan Cafe K day Musami dengan harga, pelayanan, dan produk pesaing yang sejenis. Dengan demikian, Cafe K day Musami dapat menilai tingkat kepuasan konsumen keseluruhan terhadap produk, harga, atau jasa para pesaingnya.

2) Konfirmasi harapan (Confirmation of Expectation) Kepuasan diukur berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja aktual produk perusahaan pada sejumlah atribut atau dimensi penting. Dalam hal ini, Cafe K day Musami meminta konsumennya untuk menilai tingkat kesesuaian antara kualitas produk, harga yang ditetapkan Cafe K day Musami, pelayanan, kinerja karyawan, dan fasilitas yang tersedia dengan harapan konsumennya. Dengan demikian, Cafe K day Musami dapat mengetahui kepuasan para konsumennya. Apabila kualitas produk, harga, pelayanan, fasilitas, dan kinerja karyawan Cafe K day Musami sesuai dengan harapan konsumennya, maka mereka merasa puas, dan sebaliknya, apabila kurang atau bahkan tidak sesuai dengan harapan konsumen Cafe K day Musami maka mereka akan merasa tidak puas dengan apa yang telah mereka terima.

3) Minat Pembelian Ulang (Repurchase Intent) Kepuasan konsumen diukur dengan cara menanyakan apakah konsumen akan berbelanja atau menggunakan produk atau jasa perusahaan lagi. Apabila konsumen Cafe K day Musami merasa puas dengan produk, harga, dan pelayanan Cafe K day Musami maka kemungkinan besar mereka akan kembali menggunakan produk dan pelayanan yang diberikan Cafe K day Musami. Apabila konsumennya kurang atau bahkan tidak merasa puas, maka akan menimbulkan kekecewaan bagi konsumennya yang nantinya .

4) Kesiediaan untuk Merekomendasi (Willingness to Recommend) Apabila konsumen merasa puas maka akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan produk ataupun jasa perusahaan. Apabila konsumen Cafe K day Musami merasa puas dengan apa yang telah mereka peroleh dari Cafe K day Musami, maka dengan senang hati dan tanpa paksaan mereka akan menyarankan kepada teman, kerabat, atau keluarga untuk membeli makanan/minuman atau menggunakan jasa di Cafe K day Musami. Sebaliknya, apabila konsumen Cafe K day Musami kurang atau bahkan tidak merasa puas dengan apa yang telah mereka peroleh dari Cafe K day Musami, maka mereka akan memberikan informasi negatif terhadap Cafe K day Musami yang pada akhirnya mereka pun tidak akan merekomendasikan kepada teman, kerabat, ataupun keluarganya untuk membeli makanan/minuman atau menggunakan jasa di Cafe K day Musami.

## 2.5 Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah Penelitian Terdahulu yang merupakan dasar penelitian ini yaitu:

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

| No | Penelitian /Tahun       | Judul                                                                                                                                          | Variabel Penelitian                                                | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Burhan Janun R.S (2017) | Analisis Pengaruh Harga,Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan<br><br>(surve pada Cafe Kedai Mat Moen di Boyolali) | Harga, Kualitas Produk,Kualita s Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan | Berdsarkan hasil penelitian dan pembahasan, kesimpulan dari penelitian ini adalah:<br><br>1. Harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.<br><br>2. Kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.<br><br>3. Kualitas |

| No | Penelitian /Tahun | Judul | Variabel Penelitian | Hasil Penelitian                                                          |
|----|-------------------|-------|---------------------|---------------------------------------------------------------------------|
|    |                   |       |                     | pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. |

| No | Penelitian /Tahun                | Judul                                                                                                             | Variabel Penelitian                                                | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                              |
|----|----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2. | Jessica Ordella Kristanto (2017) | Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Cafe One Eighteenth Coffee | Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Pelanggan | Berdasarkan analisis dan pengujian hipotesis dapat ditarik beberapa kesimpulan diantaranya yaitu: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas Pelayanan Tidak Berpengaruh Terhadap Kepuasan</li> </ol> |

|  |  |  |  |                    |
|--|--|--|--|--------------------|
|  |  |  |  | Pelanggan          |
|  |  |  |  | 2. Kualitas Produk |

| No | Penelitian /Tahun | Judul | Variabel Penelitian | Hasil Penelitian                                 |
|----|-------------------|-------|---------------------|--------------------------------------------------|
|    |                   |       |                     | berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan          |
|    |                   |       |                     | 3. Harga Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan |

| No | Penelitian /Tahun     | Judul                                                                                                                                          | Variabel Penelitian                                           | Hasil Penelitian                                                                                                                                                |
|----|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3  | Rina Sukmawati (2017) | Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta | Kualitas Produk, harga, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen | Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, kesimpulan dari penelitian ini adalah:<br><br>1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap |

|  |  |  |  |                                         |
|--|--|--|--|-----------------------------------------|
|  |  |  |  | kepuasan<br>konsumen<br><br>2. Terdapat |
|--|--|--|--|-----------------------------------------|

| No | Penelitian /Tahun | Judul | Variabel Penelitian | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                             |
|----|-------------------|-------|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                   |       |                     | pengaruh<br>positif dan<br>signifikan<br>harga<br>terhadap<br>kepuasan<br>konsumen<br><br>3. Terdapat<br>pengaruh<br>positif dan<br>signifikan<br>kualitas<br>pelayanan<br>terhadap<br>kepuasan<br>konsumen. |

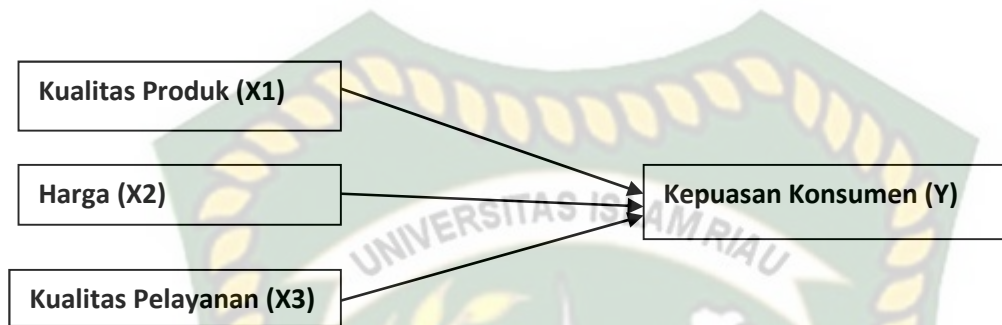
## 2.6 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini memiliki tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Kualitas produk sebagai variabel bebas pertama (X1), harga sebagai variabel bebas kedua (X2), kualitas pelayanan sebagai variabel bebas ketiga (X3), dan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat (Y).



**Gambar 2.1**

**Kerangka Pemikiran**



**2.7 hipotesis**

berdasarkan perumusan masalah, maka dapatlah penulis kemukakan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut: diduga Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh Signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe K day Musami Kecamatan Peranap.

## BAB III

### Metode Penelitian

#### 3.1 Lokasi Penelitian

Untuk mendapatkan data informasi yang berhubungan dengan maksud penelitian ini, maka penelitian dilakukan di Cafe K day Musami, yang berlokasi di Jl.Jendral Sudirman Kecamatan Peranap, Kabupaten Inhu

#### 3.2 Operasional Variabel Penelitian

Adapun variabel penelitian ini adalah kepuasan pelanggan. Dari hipotesa yang dikemukakan diatas, maka untuk menganalisis hasil variabel penelitian tersebut penulis menggunakan dimensi variabel sebagai berikut:

- a) Kualitas produk
- b) Harga
- c) Kualitas pelayanan
- d) Kepuasan konsumen

**Tabel 3.1**

**Operasional Variabel Penelitian**

| Variabel Penelitian                                                                                                                                                 | Dimensi                 | Indikator                                      | Skala   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|------------------------------------------------|---------|
| Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/tersirat. (Kotler, 2005:49) | 1. Kinerja(performance) | 1. Kemudahan dalam pemesanan<br>2. Kenyamanan. | ordinal |
|                                                                                                                                                                     | 2. Keistimewaan(f       | 1. Kelengkapan menu.                           |         |

| Variabel Penelitian                                                                                                                                                                                          | Dimensi                                                                                                                                  | Indikator                                                                                                                                                                                                                                  | Skala   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
|                                                                                                                                                                                                              | eatures)<br><br>3. Keandalan<br><br>4. Estetika                                                                                          | 2. Kelengkapan fasilitas cafe.<br><br>1. Rasa yang enak.<br>2. Harga yang terjangkau.<br><br>1. Pengemasan produk yang menarik<br>2. Ukuran sesuai dengan harga yang diberikan.                                                            |         |
| Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk,atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut (Kotler dan Armstrong,2011). | 1. Keterjangkauan harga<br><br>2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.<br><br>3. Daya saing harga.<br><br>4. Kesesuaian harga dengan | Harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan.<br><br>Harga yang ditawarkan pada konsumen sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.<br><br>Harga yang ditawarkan sama dengan pesaing.<br><br>Harga sesuai dengan manfaat produk yang | ordinal |

| Variabel Penelitian                                                                                                                                                                        | Dimensi                                                                       | Indikator                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Skala   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
|                                                                                                                                                                                            | manfaat.                                                                      | mereka konsumsi.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |         |
| <b>Kualitas pelayanan</b> dimana kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen.(Tjiptono(2005) | 1. Bukti fisik<br><br>2. Empati<br><br>3. Reliabilitas<br><br>4. Daya tanggap | 1. Karyawan berpenampilan rapi dan profesional.<br><br>2. Fasilitas yang berdaya tarik visual<br><br>1. Sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan konsumen.<br><br>2. Karyawan memperlakukan konsumen secara penuh perhatian.<br><br>1. Memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan.<br><br>2. Cekatan dalam memenuhi kebutuhan konsumen.<br><br>1. Kesiapan untuk merespon setiap permintaan konsumen<br><br>2. Karyawan melakukan pelayanan dengan cepat. | Ordinal |

|                                                                        |                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |         |
|------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
|                                                                        |                                                                                                                                        | bersikap sopan.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |         |
| Konsumen perasaan atau kecewa setelah gikan yang n dengan (Kotler 009) | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesesuaian harapan</li> <br/><br/><br/><br/><br/> <li>2. Minat berkunjung kembali</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Cafe K-day musami selalu menjaga mutu produknya.</li> </ol><br><ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.</li> <li>2. Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.</li> <br/> <li>1. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan</li> </ol> | Ordinal |

| Variabel Penelitian | Dimensi                          | Indikator                                                                                                                                                                                                                                                             | Skala |
|---------------------|----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
|                     | 3. Ketersediaan merekomendasikan | 1. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.<br><br>2. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa. |       |

### 3.3 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (sugiyono,2015:80). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang sedang membeli di Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap.

### 3.4 Sampel

Menurut Arikunto (2006:131), sampel merupakan sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Adapun metode yang digunakan dalam penentuan sampel pada

penelitian ini adalah accidental sampling. Teknik tersebut digunakan karena populasi dalam penelitian ini tidak diketahui. Kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sebagian konsumen yang sedang membeli di Cafe K-day Musami dan bertemu dengan peneliti pada saat dilakukan penelitian serta bersedia untuk dijadikan sebagai sumber data. Dalam penelitian ini, jumlah responden yang digunakan sebanyak 50 orang konsumen Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap.

### **3.5 Jenis dan sumber data**

1. Data primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh penulis langsung dari objek penelitian, melalui wawancara dan kuesioner yang telah penulis persiapkan sebelumnya.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh dari bahan-bahan antara lain berupa buku literatur, dokumen/arsip yang tersedia ditempat penelitian dilakukan.

### **3.6 Teknik Pengumpulan Data**

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Wawancara

Yaitu dialog atau tanya jawab langsung penulis dengan pelaku usaha di Cafe D mande Kecamatan Peranap.

## 2. Kuesioner

Yaitu pengumpulan data dengan menyusun daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden. dalam hal ini kuesioner yang diajukan kepada responden yaitu kuesioner tentang Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Cafe D mande Kecamatan Peranap. Penyusunan butir-butir pernyataan, kemudian dilanjutkan dengan penetapan skala pengukurannya. Untuk menentukan secara pasti nilai skor setiap variabel berada pada posisi sangat setuju (5), setuju (4), cukup (3), tidak setuju (2), sangat tidak setuju (1).

### 3.7 Teknik Analisa Data

#### 1. Metode Deskriptif

Metode deskriptif adalah penganalisan data melalui metode merumuskan, menguraikan dan menginterpretasikan berdasarkan telaah pustaka yang terdapat dalam skripsi dan literatur sebagai referensi ini untuk kemudian ditarik sebuah kesimpulan.

#### 2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Untuk menentukan batas-batas kebenaran ketepatan alat ukur (kuesioner) suatu indikator variabel penelitian dapat dilakukan sebagai berikut:

- a. Uji Validitas Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dngan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data(mengukur).valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Alat ukur yang digunakan adalah kusioner dan menggunakan bantuan program SPSS.
- b. Uji Reliabilitas Instrumen yng reliabilita berarti instrumen yang apabila gunakan beberapa kali mengukur objek,akan menghasilkan data yang sama.jika reliabilitas instrumen berdasarkan uji coba instrumen sudah valid dan reliabilitas,maka instrumen dapat digunakan untuk pengukuran dalam rangka pengumpulan data.

### 3. Uji Regresi Linear Berganda

Penganalisaan yang digunakan penulis yaitu dengan menggunakan analisis regresi linear berganda, yaitu suatu metode statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Pengaruh antara variabel-variabel tersebut akan diformulasikan kedalam persamaan yaitu:

$$Y=a+b_1X_1+b_2X_2+b_3X_3+e$$

Keterangan:    Y        = kepuasan konsumen  
                      X1        = kualitas produk  
                      X2        = harga  
                      X3        = pelayanan

|                                                |                     |
|------------------------------------------------|---------------------|
| a                                              | = konstanta         |
| b <sub>1</sub> ,b <sub>2</sub> ,b <sub>3</sub> | = koefisien Regresi |
| e                                              | = kesalahan         |

#### 4. Uji Asumsi Klasik

##### a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen mempunyai distribusi normal atau tidak. Jika terdapat normalitas, maka residual akan terdistribusikan secara normal atau mendekati normal.

##### b). Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji suatu model regresi memiliki korelasi antar variabel independen atau tidak. Hubungan linear antar variabel independen inilah yang disebut dengan berarti terdapat autokorelasi. Dalam penelitian ini keberadaan autokorelasi diuji dengan Durbin Watson dengan kriteria sebagai berikut, menurut Nachrowi (2006:189):

1. Jika angka D-W dibawah -2 berarti autokorelasi positif.
2. Jika angka D-W diantara -2 sampai 2 berarti tidak terdapat autokorelasi.
3. Jika angka D-W diatas 2 berarti terdapat autokorelasi negatif.

Untuk menentukan batas tidak terjadinya autokorelasi dalam model regresi tersebut  $du < d < 4$  dimana  $du$  adalah batas atas dari nilai Durbin Watson yang terdapat pada tabel uji Durbin Watson.

#### 4. Uji Koefisien Determinasi

Pengujian ini digunakan untuk mengukur presentase variabel indenpenden terhadap nilai variabel naik turunnya variabel dependen, koefisien determinan berkisar antara nol sampai dengan satu ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Hal ini berarti bila  $R^2 = 0$  menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel indenpenden terhadap dependen, bila  $R^2$  semakin kuatnya pengaruh variabel indenpenden terhadap variabel dependen. Bila  $R^2$  semakin kecil pengaruh variabel indenpenden terhadap variabel dependen.

#### 5. Uji Koefisien Korelasi Berganda (R)

Korelasi berganda adalah korelasi yang bermaksud untuk melihat hubungan antara 3 atau lebih variabel (dua atau lebih variabel dependent dan satu variabel indenpendent). korelasi berganda berkaitan dengan interkolasi variabel indenpenden sebagaimana korelasi mereka dengan variabel dependen.

#### 6. Uji Hipotesis

##### 1. Uji F

Uji F digunakan untuk menggunakan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel tingkat secara simultan(keseluruhan),maka akan dapat dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut:

2.7.1.1 Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka terdapat pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

2.7.1.2 Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

## 2. Uji t

Uji t merupakan pengujian secara parsial hipotesisi tentang parameter koefisien regresi bertujuan untuk mengetahui apakah variabel indenopenden mempunyai pengaruh yang nyata terhadap variabel dependen dengan level signifikan 5% dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat ( $H_0$  ditolak,  $H_1$  diterima).
2. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka variabel bebas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat( $H_0$  diterima,  $H_1$  ditolak)

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 4.1 Sejarah Singkat Cafe K-day Musami

Pada mulanya dengan melihat peluang yang bagus untuk membuka usaha cafe di daerah peranap, karena lokasinya strategis dan lapangan parkir yang luas, yang mana dilingkungan ini dekat dengan kos-kosan anak sekolahan sebagai segmen pasar. Dengan melihat lingkungan yang sangat pesat dan banyaknya anak muda zaman sekarang yang suka nongkrong dan berkumpul dengan teman-temannya, maka timbul keinginan bapak Rizky Fajri mendirikan Cafe K-day Musami dengan konsep desainnya elegan untuk semua kalangan. Usaha Cafe yang didirikan Bapak Rizky Fajri dimulai dengan modal Rp. 30 juta, berdiri pada tanggal 13 juni 2017 di Jl. Sudirman Kecamatan Peranap.

Segala cara telah dilakukan Bapak Rizky Fajri demi kenyamanan konsumen dan keharmonisan dengan konsumen. Kami selalu meningkatkan pelayanan yang baik dan menghadirkan berbagai inovasi minuman dan makanan. Katanya saat memaparkan rahasia suksesnya. Hal yang penting dan paling utama dilakukan Cafe K-day Musami adalah selalu mendengarkan masukan dari konsumen. Sehingga mereka tahu apa yang kurang dari Cafenya tersebut dan juga merasa nyaman berada di Cafe K-day Musami. Harga yang dipatoknya di cafe pun disesuaikan dengan porsi dan sasaran pasar. Terutama untuk kalangan pelajar dan mahasiswa.

#### 4.2 Visi dan Misi

Visi

Cafe K-day Musami sebagai tempat nongkrong dengan pilihan menu yang banyak dan harga yang murah untuk semua orang.

Misi

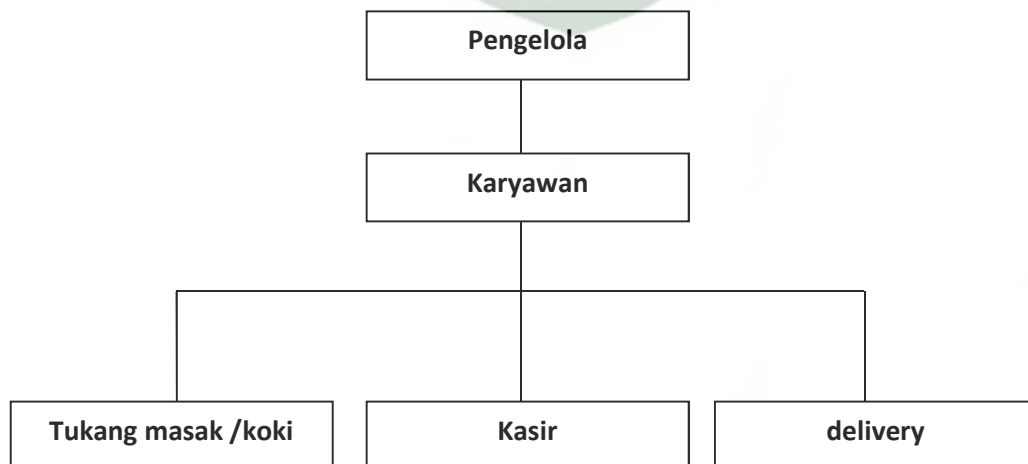
- Menyediakan tempat yang nyaman untuk nongkrong dan bercengkerama untuk berbagai kalangan.
- Mengenalkan menu-menu yang unik.
- Konsistensi dan etis merupakan dasar perusahaan dalam mencapai kesuksesan.

#### 4.3 Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap dapat dilihat sebagai berikut:

**Gambar 4.1.**

##### **Struktur Organisasi Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap**



Untuk mengetahui tugas dari struktur organisasi cafe k-day musami, maka penulis menjelaskan yaitu:

1. Pengelola merupakan bagian yang paling penting dalam satu usaha Cafe karena bertanggung jawab atas seluruh aktifitas Cafe.
2. Tukang masak/koki sebagai bagian utama yang menyiapkan seluruh menu masakan yang dipesan konsumen.
3. Kasir adalah tempat pembayaran jasa cafe setelah konsumen menikmati hidangan serta bagian pelayanan yang menerima pesanan lewat telpon.
4. Bagian delivery bertugas sebagai pengantar pesanan sampai kerumah yang telah dipesan konsumen.

## **BAB V**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **5.1 Identitas Responden**

Sebelum dilanjutkan dengan Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap, maka peneliti perlu memaparkan identitas responden, yakni ciri-ciri yang teridentifikasi pada diri responden sebagai objek penelitian supaya terjalinnya kesatuan persepsi atau responden yang telah ditentukan.

Data-data yang dianalisis diperoleh melalui kuesioner yang ditujukan pada para responden yang merupakan konsumen Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap, maka terlebih dahulu akan dianalisis identitas responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Hal-hal tersebut antara lain mencakup mengenai umur, jenis kelamin, pekerjaan, yang menjadi responden dalam penelitian ini.

##### **5.1.1 Umur**

Dalam klasifikasi umur penelitian menelompokkan lima kelompok umur, hal ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5.1 Keadaan Responden di Tinjau dari Umur**

| Kelompok umur   | Jumlah    | Presentase  |
|-----------------|-----------|-------------|
| 15-19 tahun     | 7         | 14%         |
| 20-25 tahun     | 34        | 68%         |
| 26-30 tahun     | 5         | 10%         |
| 31-35 tahun     | 3         | 6%          |
| Diatas 35 tahun | 1         | 2%          |
| <b>Jumlah</b>   | <b>50</b> | <b>100%</b> |

Sumber: Cafe K-day Musami, 2020

Berdasarkan tabel 5.1 diatas, diketahui dari 50 orang responden atau konsumen Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap, yang berusia antara 15-19 tahun sebanyak 7 orang atau 14%, responden yang berusia 20-25 tahun sebanyak 34 orang atau 68%, responden yang berusia 26-30 tahun sebanyak 5 orang atau 10%, responden yang berusia 31-35 tahun sebanyak 3 orang atau 6%, responden yang berusia diatas 35 tahun sebanyak 1 orang atau 2%. Dengan demikian responden yang terbanyak adalah responden yang berusia 20-25 tahun.

### 5.1.2 Jenis Kelamin

Untuk mengetahui jenis kelamin responden atau pelanggan pada Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap, maka dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5.2 Keadaan Responden di Tinjau dari Jenis Kelamin**

| Jenis Kelamin | Jumlah    | Presentase  |
|---------------|-----------|-------------|
| Laki-laki     | 19        | 38%         |
| Perempuan     | 31        | 62%         |
| <b>Jumlah</b> | <b>50</b> | <b>100%</b> |

*Sumber : Cafe K-day Musami, 2020*

Berdasarkan tabel 5.2 diatas, diketahui bahwa 50 responden atau konsumen pada Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap, responden yang berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 19 orang atau 38% dan sisanya perempuan sebanyak 31 orang atau 62%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa konsumen pada Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap, mayoritasnya berjenis kelamin perempuan.

### 5.1.3 Pekerjaan

Dalam klasifikasi ini, pekerjaan dikelompokkan menjadi tiga kelompok hal ini dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 5.3. Keadaan Responden berdasarkan Pekerjaan**

| Tingkat Pendidikan  | Jumlah    | Presentase  |
|---------------------|-----------|-------------|
| Mahasiswa / Pelajar | 25        | 50%         |
| Bekerja             | 20        | 40%         |
| Lain-lain           | 5         | 10%         |
| <b>Jumlah</b>       | <b>50</b> | <b>100%</b> |

*Sumber : Cafe K-day Musami, 2020*

Dari data tabel 5.3 diatas diketahui bahwa konsumen atau pengunjung Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap berdasarkan pekerjaan adalah : mahasiswa/pelajar 25 orang atau 50%, bekerja 20 orang atau 40%, 5 responden adalah lain-lain atau 10%. Dengan demikian dapat diketahui bahwa konsumen Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap terbanyak berdasarkan pekerjaan adalah mahasiswa/pelajar, jadi punya peluang besar pada segmentasi pasar.

## **5.2 Uji Validitas dan Reliabilitas**

### **5.2.1 Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner. Sebelum melakukan pengujian hipotesis, instrumen penelitian terdahulu dilakukan uji validitas. Pengujian validitas dilakukan pada empat variabel dalam penelitian ini, yaitu Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X3) dan Kepuasan Konsumen (Y). Teknik yang dipakai yaitu melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan atau pernyataan dengan total skor konstruk atau variabel. Berikut adalah hasil dari pengujian penelitian yang dimasukkan kedalam uji validitas :

**Tabel 5.4. Hasil Uji Validitas**

|                         | <b>Pernyataan</b> | <b>r Hitung</b> | <b>r Tabel</b> | <b>Keterangan</b> |
|-------------------------|-------------------|-----------------|----------------|-------------------|
| Kualitas Produk (X1)    | X1.1              | 0,564           | 0,278          | Valid             |
|                         | X1.2              | 0,606           | 0,278          | Valid             |
|                         | X1.3              | 0,645           | 0,278          | Valid             |
|                         | X1.4              | 0,560           | 0,278          | Valid             |
|                         | X1.5              | 0,578           | 0,278          | Valid             |
|                         | X1.6              | 0,527           | 0,278          | Valid             |
|                         | X1.7              | 0,669           | 0,278          | Valid             |
|                         | X1.8              | 0,665           | 0,278          | Valid             |
| Harga (X2)              | X2.1              | 0,655           | 0,278          | Valid             |
|                         | X2.2              | 0,742           | 0,278          | Valid             |
|                         | X2.3              | 0,703           | 0,278          | Valid             |
|                         | X2.4              | 0,744           | 0,278          | Valid             |
| Kualitas Pelayanan (X3) | X3.1              | 0,777           | 0,278          | Valid             |
|                         | X3.2              | 0,514           | 0,278          | Valid             |
|                         | X3.3              | 0,773           | 0,278          | Valid             |
|                         | X3.4              | 0,686           | 0,278          | Valid             |
|                         | X3.5              | 0,760           | 0,278          | Valid             |
|                         | X3.6              | 0,490           | 0,278          | Valid             |
|                         | X3.7              | 0,638           | 0,278          | Valid             |
|                         | X3.8              | 0,723           | 0,278          | Valid             |
|                         | X3.9              | 0,736           | 0,278          | Valid             |
|                         | X3.10             | 0,491           | 0,278          | Valid             |
| Kepuasan Konsumen (Y)   | Y.1               | 0,584           | 0,278          | Valid             |
|                         | Y.2               | 0,534           | 0,278          | Valid             |

|  |     |       |       |       |
|--|-----|-------|-------|-------|
|  | Y.3 | 0,725 | 0,278 | Valid |
|  | Y.4 | 0,517 | 0,278 | Valid |
|  | Y.5 | 0,607 | 0,278 | Valid |
|  | Y.6 | 0,582 | 0,278 | Valid |

Sumber: Data Olahan 2020

Pada tabel 5.4 nilai r-hitung yang kurang dari r-tabel menunjukkan bahwa pertanyaan tidak mampu mengukur variabel yang ingin diukur, dan apabila r-hitung > r-tabel maka pertanyaan tersebut valid. Dapat dilihat dari hasil tabel menunjukkan bahwa nilai korelasi dari tiap skor butir pertanyaan variabel yang ada dalam penelitian di atas r-tabel yaitu 0,278 yang berarti valid. Artinya semua item pertanyaan mampu mengukur variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X3) dan Kepuasan Konsumen (Y).

Adapun nilai r-tabel didapatkan sebagai berikut :

$$df = (N-2)$$

$$df = (50-2)$$

$$df = (48)$$

$$df = 0,278$$

keterangan :

df = degree freedom / derajat bebas

N = banyaknya sampel

### 5.2.2 Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistennan jawaban responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang mengukur variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X3) dan Kepuasan Konsumen (Y). Uji Reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan formula *Alpha Cronchboach*, dimana hasil pengujian dari uji reliabilitas disajikan pada tabel berikut ini :

**Tabel 5.5. Hasil Uji Reliabilitas**

| Variabel Penelitian     | <i>Alpha cronbach s</i> | <i>Critical value</i> | Kesimpulan |
|-------------------------|-------------------------|-----------------------|------------|
| Kualitas Produk (X1)    | 0,745                   | 0,600                 | Reliabel   |
| Harga (X2)              | 0,672                   | 0,600                 | Reliabel   |
| Kualitas Pelayanan (X3) | 0,853                   | 0,600                 | Reliabel   |
| Kepuasan Konsumen (Y)   | 0,628                   | 0,600                 | Reliabel   |

*Sumber: Data olahan 2020*

Pada tabel 5.5 menunjukkan bahwa setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel. Instrument dinyatakan reliabel jika nilai koefisien reliabilitas yang diperoleh paling tidak mencapai 0,600. Berdasarkan dari hasil uji reliabilitas yang disajikan bahwa menunjukkan masing-masing nilai koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,600 sehingga instrument yang semua digunakan dinyatakan reliabel. Artinya semua jawaban responden sudah konsisten dalam menjawab setiap item pertanyaan yang mengukur masing-masing variabel. Variabel

tersebut meliputi Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X3) dan Kepuasan Konsumen (Y).

### 5.3 Kualitas Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Kotler).

Untuk dapat menganalisis pengaruh kualitas produk pada Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap, dibawah ini dapat dipaparkan frekwensi jawaban responden dalam menilai kualitas produk Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap dengan dimensi di bawah ini :

#### 5.3.1 Kinerja (Performance)

Dimensi kinerja (performance) berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.

Kemudahan dalam pemesanan merupakan salah satu indikator kinerja (performance) dari variabel kualitas produk, yang mana akan menambah simpati dan kenyamanan konsumen, berikut tanggapan konsumen tentang pertanyaan Cafe K-day Musami memberikan kemudahan dalam pemesanan .

**Tabel 5.6. Frekwensi Jwaban Responden Tentang Kualitas Produk Dimensi Kinerja dengan Indikator Kemudahan Dalam Pemesanan.**

| No | Alternatif Jawaban | Frekuensi | Persentase |
|----|--------------------|-----------|------------|
| 1  | Sangat Setuju      | 26        | 52,0       |

|   |                     |           |              |
|---|---------------------|-----------|--------------|
| 2 | Setuju              | 20        | 40,0         |
| 3 | Cukup               | 4         | 8,0          |
| 4 | Tidak Setuju        | -         | -            |
| 5 | Sangat Tidak Setuju | -         | -            |
|   | <b>Jumlah</b>       | <b>50</b> | <b>100,0</b> |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.6. diatas, diketahui untuk indikator kemudahan dalam pemesanan terdistribusi pada seluruh jawaban kuesioner, dimana 26 responden (52,0%) menyatakan sangat setuju, 20 responden(40,0%) menyatakan setuju, 4 responden (8,0%) menyatakan cukup,0 responden(00,0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden(00,%) menyatakan sangat tidak setuju. Namun sebagian besar responden menyatakan sangat setuju bahwa kemudahan dalam pemesanan Cafe K-day Musami.

Kenyamanan merupakan salah satu indikator kinerja (performance) dari variabel kualitas produk, yang mana berkaitan dengan kenyamanan, berikut tanggapan responden tentang pertanyaan Cafe K-day Musami memberikan kenyamanan .

**Tabel 5.7. Frekwensi Jawaban Responden Tentang Kualitas Produk Dimensi Kinerja dengan Indikator Kenyaman.**

| No | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Persentase |
|----|---------------------|-----------|------------|
| 1  | Sangat Setuju       | 34        | 68,0       |
| 2  | Setuju              | 14        | 28,0       |
| 3  | Cukup               | 2         | 4,0        |
| 4  | Tidak Setuju        | -         | -          |
| 5  | Sangat Tidak Setuju | -         | -          |

|  |               |           |              |
|--|---------------|-----------|--------------|
|  | <b>Jumlah</b> | <b>50</b> | <b>100,0</b> |
|--|---------------|-----------|--------------|

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.7. diatas, diketahui untuk indikator kenyamanan terdistribusi pada seluruh jawaban kuesioner, dimana 34 responden (68,0%) menyatakan sangat setuju, 14 responden(28,0%) menyatakan setuju, 2 responden (4,0%) menyatakan cukup,0 responden(00,0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden(00,%) menyatakan sangat tidak setuju. Namun sebagian besar responden menyatakan sangat setuju bahwa kenyamanan Cafe K-day Musami.

Adapun rekapitulasi dari kedua indikator diatas dapat dilihat dari tabel berikut :

**Tabel 5.8. frekwensi Jawaban Responden Tenatang Kualitas Produk Dimensi Kineja.**

| No            | Indikator                 | Jumlah Responden Menjawab Skor (%) |             |           |   |   | Jumlah       |
|---------------|---------------------------|------------------------------------|-------------|-----------|---|---|--------------|
|               |                           | 5                                  | 4           | 3         | 2 | 1 |              |
| 1             | Kemudahan dalam pemesanan | 26<br>(52%)                        | 20<br>(40%) | 4<br>(8%) | - | - | 50<br>(100%) |
| 2             | kenyamanan                | 34<br>(64%)                        | 14<br>(28%) | 2<br>(4%) | - | - | 50<br>(100%) |
| Jumlah        |                           | 60                                 | 34          | 6         | - | - | 100          |
| Bobot Nilai   |                           | 300                                | 136         | 18        | - | - | 454          |
| Rata rata (%) |                           | 30<br>(60%)                        | 17<br>(34%) | 3<br>(6%) | - | - | 50<br>(100%) |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.8. diatas untuk kedua indikator tersebut, diperoleh rata-rata 30 responden (60%) menyatakan sangat setuju, 17 responden (34%) menyatakan setuju,

3 responden (6%) menyatakan cukup, 0 responden (0.0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden (0,0%) menyatakan sangat tidak setuju mengenai kinerja/performance. Dengan demikian diperoleh kesimpulan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju dengan kemudahan dalam pemesanan, serta kenyamanan Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap.

#### 5.3.2 Keistimewaan(features)

Dimensi keistimewaan berkenaan dengan karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.

Kelengkapan menu sangat penting bagi konsumen salah satu indikator keistimewaan dari variabel kualitas produk, berikut tanggapan responden tentang pertanyaan Cafe K-day Musami memberikan menu sangat lengkap .

**Tabel 5.9. Frekwensi Jawaban Responden Tentang Kualitas Produk Dimensi Keistimewaan dengan Indikator Cafe K-day Musami memberikan menu yang sangat lengkap.**

| No | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Persentase   |
|----|---------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Setuju       | 30        | 60,0         |
| 2  | Setuju              | 15        | 30,0         |
| 3  | Cukup               | 5         | 10,0         |
| 4  | Tidak Setuju        | -         | -            |
| 5  | Sangat Tidak Setuju | -         | -            |
|    | <b>Jumlah</b>       | <b>50</b> | <b>100,0</b> |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.9. diatas, diketahui untuk indikator keistimewaan terdistribusi pada seluruh jawaban kuesioner, dimana 30 responden (60,0%) menyatakan sangat setuju, 15 responden(30,0%) menyatakan setuju, 5 responden (10,0%) menyatakan cukup,0 responden(00,0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden(00,%) menyatakan sangat tidak setuju. Namun sebagian besar responden menyatakan sangat setuju bahwa kelengkapan menu Cafe K-day Musami.

Kelengkapan fasilitas cafe sangat penting bagi konsumen salah satu indikator keistimewaan dari variabel kualitas produk, berikut tanggapan responden tentang pertanyaan Cafe K-day Musami memberikan fasilitas yang lengkap .

**Tabel 5.10. Frekwensi Jawaban Responden Tentang Kualitas Produk Dimensi Keistimewaan dengan Indikator Cafe K-day Musami memberikan fasilitas yang lengkap.**

| No | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Persentase   |
|----|---------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Setuju       | 21        | 42,0         |
| 2  | Setuju              | 21        | 42,0         |
| 3  | Cukup               | 8         | 16,0         |
| 4  | Tidak Setuju        | -         | -            |
| 5  | Sangat Tidak Setuju | -         | -            |
|    | <b>Jumlah</b>       | <b>50</b> | <b>100,0</b> |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.10. diatas, diketahui untuk indikator keistimewaan terdistribusi pada seluruh jawaban kuesioner, dimana 21 responden (42,0%) menyatakan sangat setuju, 21 responden(42,0%) menyatakan setuju, 8 responden

(16,0%) menyatakan cukup, 0 responden (00,0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden (00,%) menyatakan sangat tidak setuju. Namun sebagian besar responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa kelengkapan fasilitas Cafe K-day Musami.

Adapun rekapitulasi dari kedua indikator diatas dapat dilihat dari tabel berikut :

**Tabel 5.11. frekwensi Jawaban Responden Tenatang Kualitas Produk Dimensi Keistimewaan**

| No            | Indikator                  | Jumlah Responden Menjawab Skor (%) |             |            |   |   | Jumlah       |
|---------------|----------------------------|------------------------------------|-------------|------------|---|---|--------------|
|               |                            | 5                                  | 4           | 3          | 2 | 1 |              |
| 1             | Kelengkapan menu           | 30<br>(60%)                        | 15<br>(30%) | 5<br>(10%) | - | - | 50<br>(100%) |
| 2             | Kelengkapan fasilitas cafe | 21<br>(42%)                        | 21<br>(42%) | 8<br>(16%) | - | - | 50<br>(100%) |
| Jumlah        |                            | 51                                 | 36          | 13         | - | - | 100          |
| Bobot Nilai   |                            | 255                                | 144         | 39         | - | - | 438          |
| Rata rata (%) |                            | 26<br>(52%)                        | 18<br>(36%) | 7<br>(14%) | - | - | 50<br>(100%) |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.11. diatas untuk kedua indikator tersebut, diperoleh rata-rata 26 responden (52%) menyatakan sangat setuju, 18 responden (36%) menyatakan setuju, 7 responden (14%) menyatakan cukup, 0 responden (0.0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden (0,0%) menyatakan sangat tidak setuju mengenai kinerja/performance. Dnekan demikian diperoleh kesimpulan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju dengan kelengkapan menu dan kelengkapan fasilitas Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap.

### 5.3.3 Keandalan(Reliability)

Dimensi keandalan adalah probabilitas bahwa produk akan bekerjadengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu.

Rasa yang enak sangat penting bagi konsumen salah satu indikator keandalan dari variabel kualitas produk, berikut tanggapan responden tentang pertanyaan Cafe K-day Musami menciptakan rasa yang enak terhadap makanan dan minuman .

**Tabel 5.12. Frekwensi Jawaban Responden Tentang Kualitas Produk Dimensi Keandalan dengan Indikator Cafe K-day Musami menciptakan rasa yang enak terhadap makanan dan minuman.**

| No | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Persentase   |
|----|---------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Setuju       | 36        | 72,0         |
| 2  | Setuju              | 9         | 18,0         |
| 3  | Cukup               | 5         | 10,0         |
| 4  | Tidak Setuju        | -         | -            |
| 5  | Sangat Tidak Setuju | -         | -            |
|    | <b>Jumlah</b>       | <b>50</b> | <b>100,0</b> |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.12. diatas, diketahui untuk indikator keandalan terdistribusi pada seluruh jawaban kuesioner, dimana 36 responden (72,0%) menyatakan sangat setuju, 9 responden(18,0%) menyatakan setuju, 5 responden (10,0%) menyatakan cukup,0 responden(00,0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden(00,%) menyatakan sangat tidak setuju. Namun sebagian besar responden menyatakan sangat setuju bahwa rasa yang enak Cafe K-day Musami.

Harga yang terjangkau sangat penting bagi konsumen salah satu indikator keandalan dari variabel kualitas produk, berikut tanggapan responden tentang pertanyaan Cafe K-day Musami memberikan harga makanan dan minuman yang terjangkau .

**Tabel 5.13. Frekwensi Jawaban Responden Tentang Kualitas Produk Dimensi Keandalan dengan Indikator Cafe K-day Musami memberikan harga makanan dan minuman yang terjangkau.**

| No | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Persentase   |
|----|---------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Setuju       | 24        | 48,0         |
| 2  | Setuju              | 20        | 40,0         |
| 3  | Cukup               | 6         | 12,0         |
| 4  | Tidak Setuju        | -         | -            |
| 5  | Sangat Tidak Setuju | -         | -            |
|    | <b>Jumlah</b>       | <b>50</b> | <b>100,0</b> |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.13. diatas, diketahui untuk indikator keandalan terdistribusi pada seluruh jawaban kuesioner, dimana 24 responden (48,0%) menyatakan sangat setuju, 20 responden(40,0%) menyatakan setuju, 6 responden (12,0%) menyatakan cukup,0 responden(00,0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden(00,%) menyatakan sangat tidak setuju. Namun sebagian besar responden menyatakan sangat setuju bahwa Cafe K-day Musami memberikan harga makanan dan minuman yang terjangkau.

Adapun rekapitulasi dari kedua indikator diatas dapat dilihat dari tabel berikut :

**Tabel 5.14. frekwensi Jawaban Responden Tenatang Kualitas Produk Dimensi Keandalan.**

| No            | Indikator             | Jumlah Responden Menjawab Skor (%) |             |            |   |   | Jumlah       |
|---------------|-----------------------|------------------------------------|-------------|------------|---|---|--------------|
|               |                       | 5                                  | 4           | 3          | 2 | 1 |              |
| 1             | Rasa yang enak        | 36<br>(72%)                        | 9<br>(18%)  | 5<br>(10%) | - | - | 50<br>(100%) |
| 2             | Harga yang terjangkau | 24<br>(48%)                        | 20<br>(40%) | 6<br>(12%) | - | - | 50<br>(100%) |
| Jumlah        |                       | 60                                 | 29          | 11         | - | - | 100          |
| Bobot Nilai   |                       | 300                                | 116         | 33         | - | - | 416          |
| Rata rata (%) |                       | 30<br>(60%)                        | 15<br>(30%) | 6<br>(12%) | - | - | 50<br>(100%) |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.14. diatas untuk kedua indikator tersebut, diperoleh rata-rata 30 responden (60%) menyatakan sangat setuju, 15 responden (30%) menyatakan setuju, 6 responden (12%) menyatakan cukup, 0 responden (0.0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden (0,0%) menyatakan sangat tidak setuju mengenai keandalan. Dengan demikian diperoleh kesimpulan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju dengan rasa yang enak dan harga yang terjangkau pada Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap.

#### 5.3.4. Estetika

Dimensi estetika berhubungan dengan bagaimana penampilan produk.

Pengemasan produk yang menarik penting bagi konsumen salah satu indikator estetika dari variabel kualitas produk, berikut tanggapan responden tentang pertanyaan

Cafe K-day Musami memberikan penegmasan produk yang menarik .

**Tabel 5.15. Frekwensi Jawaban Responden Tentang Kualitas Produk Dimensi estetika dengan Indikator Cafe K-day Musami memberikan pengemasan produk yang menarik.**

| No | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Persentase   |
|----|---------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Setuju       | 28        | 56,0         |
| 2  | Setuju              | 19        | 38,0         |
| 3  | Cukup               | 3         | 6,0          |
| 4  | Tidak Setuju        | -         | -            |
| 5  | Sangat Tidak Setuju | -         | -            |
|    | <b>Jumlah</b>       | <b>50</b> | <b>100,0</b> |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.12. diatas, diketahui untuk indikator estetika terdistribusi pada seluruh jawaban kuesioner, dimana 28 responden (56,0%) menyatakan sangat setuju, 19 responden(38,0%) menyatakan setuju, 3 responden (6,0%) menyatakan cukup,0 responden(00,0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden(00,%) menyatakan sangat tidak setuju. Namun sebagian besar responden menyatakan sangat setuju Cafe K-day Musami memberikan pengemasan yang menarik.

Ukuran sesuai dengan harga yang diberikan sangat penting bagi konsumen salah satu indikator estetika dari variabel kualitas produk, berikut tanggapan responden tentang pertanyaan Cafe K-day Musami memberikan ukuran makanan dan minuman sesuai dengan harga yang diberikan .

**Tabel 5.16. Frekwensi Jawaban Responden Tentang Kualitas Produk Dimensi estetika dengan Indikator Cafe K-day Musami memberikan ukuran makanan dan minuman sesuai dengan harga yang diberikan.**

| No | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Persentase   |
|----|---------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Setuju       | 32        | 64,0         |
| 2  | Setuju              | 12        | 24,0         |
| 3  | Cukup               | 6         | 12,0         |
| 4  | Tidak Setuju        | -         | -            |
| 5  | Sangat Tidak Setuju | -         | -            |
|    | <b>Jumlah</b>       | <b>50</b> | <b>100,0</b> |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.16. diatas, diketahui untuk indikator estetika terdistribusi pada seluruh jawaban kuesioner, dimana 32 responden (64,0%) menyatakan sangat setuju, 12 responden(24,0%) menyatakan setuju, 6 responden (12,0%) menyatakan cukup,0 responden(00,0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden(00,%) menyatakan sangat tidak setuju. Namun sebagian besar responden menyatakan sangat setuju Cafe K-day Musami memberikan ukuran makanan an minuman sesuai dengan harga yang diberikan.

Adapun rekapitulasi dari kedua indikator diatas dapat dilihat dari tabel berikut :

**Tabel 5.17. frekwensi Jawaban Responden Tenatang Kualitas Produk Dimensi estetika**

| No | Indikator               | Jumlah Responden Menjawab Skor (%) |             |           |   |   | Jumlah       |
|----|-------------------------|------------------------------------|-------------|-----------|---|---|--------------|
|    |                         | 5                                  | 4           | 3         | 2 | 1 |              |
| 1  | Penegmasan yang menarik | 28<br>(56%)                        | 19<br>(38%) | 3<br>(6%) | - | - | 50<br>(100%) |

|               |                                           |             |             |            |   |   |              |
|---------------|-------------------------------------------|-------------|-------------|------------|---|---|--------------|
| 2             | Ukuran sesuai dengan harga yang diberikan | 32<br>(64%) | 12<br>(24%) | 6<br>(12%) | - | - | 50<br>(100%) |
| Jumlah        |                                           | 60          | 31          | 9          | - | - | 100          |
| Bobot Nilai   |                                           | 300         | 124         | 27         | - | - | 451          |
| Rata rata (%) |                                           | 30<br>(60%) | 16<br>(32%) | 5<br>(10%) | - | - | 50<br>(100%) |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.17. diatas untuk kedua indikator tersebut, diperoleh rata-rata 30 responden (60%) menyatakan sangat setuju, 16 responden (32%) menyatakan setuju, 5 responden (10%) menyatakan cukup, 0 responden (0.0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden (0,0%) menyatakan sangat tidak setuju mengenai keandalan. Dengan demikian diperoleh kesimpulan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju dengan pengemasan yang menarik dan ukuran sesuai dengan harga yang diberikan Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap.

Rekapitulasi tanggapan responden mengenai kualitas produk pada Cafe K-day Musami(X1)dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 5.18 Rekapitulasi tanggapan responden mengenai Kualitas Produk pada Cafe K-day Musami (X1)**

| Item | Indikator | Klasifikasi Jawaban |        |       |              |              |            |
|------|-----------|---------------------|--------|-------|--------------|--------------|------------|
|      |           | Sangat Setuju       | Setuju | Cukup | Tidak Setuju | Sangat Tidak | Total Skor |
|      |           |                     |        |       |              |              |            |

|                   |                                           |    |    |   |   | Setuju |             |
|-------------------|-------------------------------------------|----|----|---|---|--------|-------------|
| X1.1              | Kemudahan dalam pemesanan                 | 26 | 20 | 4 | - | -      | 222         |
| X1.2              | Kenyamanan                                | 34 | 14 | 2 | - | -      | 232         |
| X1.3              | Kelengkapan menu                          | 35 | 15 | 5 | - | -      | 250         |
| X1.4              | Kelengkapan fasilitas cafe                | 21 | 21 | 8 | - | -      | 213         |
| X1.5              | Rasa yang enak                            | 36 | 9  | 5 | - | -      | 231         |
| X1.6              | Harga yang terjangkau                     | 24 | 20 | 6 | - | -      | 218         |
| X1.7              | Pengemasan produk yang menarik            | 28 | 19 | 3 | - | -      | 225         |
| X1.8              | Ukuran sesuai dengan harga yang diberikan | 32 | 12 | 6 | - | -      | 226         |
| <b>Total skor</b> |                                           |    |    |   |   |        | <b>1817</b> |

Sumber : Data Olahan 2020

Berdasarkan tabel 5.18 diatas untuk delapan indikator dari Kualitas Produk tersebut, diperoleh total skor yang diperoleh yaitu 1817. Dibawah ini dapat diketahui nilai tertinggi dan terendah sebagai berikut:

Nilai Tertinggi                      =  $8 \times 5 \times 50 = 2000$

Nilai Terendah                      =  $8 \times 1 \times 50 = 400$

Untuk mencari interval koefisiennya adalah :

$$\frac{\text{Skor maksimal} - \text{skor minimal}}{\text{Skor}} = \frac{2000 - 400}{5} = \frac{1600}{5} = 320$$

Untuk mengetahui tingkat kategori variabel kualitas produk pada Cafe K-day Musami (X1) maka dapat ditentukan dibawah ini :

Sangat setuju = 1680 - 2000

Setuju = 1360 - 1680

Cukup = 1040 - 1360

tidak setuju = 720 - 1040

sangat tidak setuju = 400 - 720

Dari tabel diatas didapat untuk skor jawaban tertinggi dengan jumlah 250 pada item X1.3 dan skor jawaban terendah dengan jumlah 213 pada item X1.4 untuk total skor, Kualitas Produk pada Cafe K-day Musami (X1) yaitu 1817 dengan kategori sangat setuju.

## 5.4 Harga

### 5.4.1 Keterjangkauan Harga

Dimensi keterjangkauan harga yaitu penetapan harga yang dilakukan oleh oleh perusahaan sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen.

Harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan penting bagi konsumen salah satu indikator keterjangkauan harga dari variabel harga, berikut tanggapan responden tentang pertanyaan harga makanan dan minuman di Cafe K-day Musami sangat terjangkau .

**Tabel 5.19. Frekwensi Jawaban Responden Tentang harga Dimensi keterjangkauan harga dengan indikator harga makanan dan minuman di Cafe K-day Musami sangat terjangkau.**

| No | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Persentase   |
|----|---------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Setuju       | 37        | 74,0         |
| 2  | Setuju              | 11        | 22,0         |
| 3  | Cukup               | 2         | 4,0          |
| 4  | Tidak Setuju        | -         | -            |
| 5  | Sangat Tidak Setuju | -         | -            |
|    | <b>Jumlah</b>       | <b>50</b> | <b>100,0</b> |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.19. diatas, diketahui untuk indikator keterjangkauan terdistribusi pada seluruh jawaban kuesioner, dimana 37 responden (74,0%) menyatakan sangat setuju, 11 responden(22,0%) menyatakan setuju, 2 responden (4,0%) menyatakan cukup,0 responden(00,0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden(00,%) menyatakan sangat tidak setuju. Namun sebagian besar responden menyatakan sangat setuju harga makanan dan minuman di Cafe K-day Musami sangat terjangkau.

Adapun rekapitulasi dari kedua indikator diatas dapat dilihat dari tabel berikut :

**Tabel 5.20. frekwensi Jawaban Responden Tentang harga dimensi keterjangkauan harga**

| No            | Indikator                                      | Jumlah Responden Menjawab Skor (%) |             |           |   |   | Jumlah       |
|---------------|------------------------------------------------|------------------------------------|-------------|-----------|---|---|--------------|
|               |                                                | 5                                  | 4           | 3         | 2 | 1 |              |
| 1             | Harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan | 37<br>(74%)                        | 11<br>(22%) | 2<br>(4%) | - | - | 50<br>(100%) |
| Jumlah        |                                                | 37                                 | 11          | 2         | - | - | 50           |
| Bobot Nilai   |                                                | 185                                | 44          | 6         | - | - | 235          |
| Rata rata (%) |                                                | 37<br>(74%)                        | 11<br>(22%) | 2<br>(4%) | - | - | 50<br>(100%) |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.20. diatas untuk satu indikator tersebut, diperoleh rata-rata 37 responden (74%) menyatakan sangat setuju, 11 responden (22%) menyatakan setuju, 2 responden (4%) menyatakan cukup, 0 responden (0.0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden (0,0%) menyatakan sangat tidak setuju mengenai keterjangkauan harga. Dengan demikian diperoleh kesimpulan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju dengan harga makanan dan minumana diCafe K-day Musami sangat terjangkau.

#### 5.4.2 Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk

Dimensi kesesuaian harga dengan kualitas produk yaitu penentapan harga yang dilakukan perusahaan yang disesuaikan dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen.

Kesesuaian harga dengan kualitas produk penting bagi konsumen salah satu indikator Harga yang ditawarkan pada konsumen sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan dari variabel harga, berikut tanggapan responden tentang pertanyaan harga makanan dan minuman di Cafe K-day Musami telah sesuai dengan kualitas yang ditawarkan .

**Tabel 5.21. Frekwensi Jawaban Responden Tentang harga Dimensi kesesuaian harga dengan kualitas produk, dengan indikator harga makanan dan minuman di Cafe K-day Musami telah sesuai dengan kualitas yang ditawarkan.**

| No | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Persentase   |
|----|---------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Setuju       | 28        | 56,0         |
| 2  | Setuju              | 15        | 30,0         |
| 3  | Cukup               | 7         | 16,0         |
| 4  | Tidak Setuju        | -         | -            |
| 5  | Sangat Tidak Setuju | -         | -            |
|    | <b>Jumlah</b>       | <b>50</b> | <b>100,0</b> |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.21. diatas, diketahui untuk indikator keterjangkauan terdistribusi pada seluruh jawaban kuesioner, dimana 28 responden (56,0%) menyatakan sangat setuju, 15 responden(30,0%) menyatakan setuju, 7 responden (14,0%) menyatakan cukup,0 responden(00,0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden(00,%) menyatakan sangat tidak setuju. Namun sebagian besar responden menyatakan sangat setuju harga makanan dan minuman di Cafe K-day Musami telah sesuai dengan kualitas yang ditawarkan.

Adapun rekapitulasi dari kedua indikator diatas dapat dilihat dari tabel berikut :

**Tabel 5.22. frekwensi Jawaban Responden Tentang harga dimensi keseuaian hargadengan kualitas produk**

| No            | Indikator                                                                          | Jumlah Responden Menjawab Skor (%) |             |            |   |   | Jumlah       |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|-------------|------------|---|---|--------------|
|               |                                                                                    | 5                                  | 4           | 3          | 2 | 1 |              |
| 1             | Harga yang ditawarkan pada konsumen sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. | 28<br>(56%)                        | 15<br>(30%) | 7<br>(14%) | - | - | 50<br>(100%) |
| Jumlah        |                                                                                    | 28                                 | 15          | 7          | - | - | 50           |
| Bobot Nilai   |                                                                                    | 140                                | 60          | 21         | - | - | 221          |
| Rata rata (%) |                                                                                    | 28<br>(56%)                        | 15<br>(30%) | 7<br>(14%) | - | - | 50<br>(100%) |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.22. diatas untuk satu indikator tersebut, diperoleh rata-rata 28 responden (56%) menyatakan sangat setuju, 15 responden (30%) menyatakan setuju, 7 responden (14%) menyatakan cukup, 0 responden (0.0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden (0,0%) menyatakan sangat tidak setuju mengenai harga yang ditawarkan pada konsumen sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Dengan demikian diperoleh kesimpulan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju dengan harga makanan dan minuman diCafe K-day Musami telah sesuai dengan kualitas yang ditawarkan.

#### 5.4.3. Daya Saing Harga

Dimensi daya saing harga yaitu penawaran harga yang dilakukan oleh perusahaan berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh perusahaan pada jenis produk yang sama.

Daya saing harga penting bagi konsumen salah satu indikator Harga yang ditawarkan pada konsumen sesuai dengan harga yang ditawarkan sama dengan pesaing dari variabel harga, berikut tanggapan responden tentang pertanyaan harga makanan dan minuman di Cafe K-day Musami lebih rendah dari pada harga dicafe lainnya .

**Tabel 5.23. Frekwensi Jawaban Responden Tentang harga Dimensi daya saing harga, dengan indikator harga yang ditawarkan sama dengan pesaing.**

| No | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Persentase   |
|----|---------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Setuju       | 34        | 68,0         |
| 2  | Setuju              | 12        | 24,0         |
| 3  | Cukup               | 4         | 4,0          |
| 4  | Tidak Setuju        | -         | -            |
| 5  | Sangat Tidak Setuju | -         | -            |
|    | <b>Jumlah</b>       | <b>50</b> | <b>100,0</b> |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.23. diatas, diketahui untuk indikator keterjangkauan terdistribusi pada seluruh jawaban kuesioner, dimana 34 responden (68,0%) menyatakan sangat setuju, 12 responden(24,0%) menyatakan setuju, 4 responden (8,0%) menyatakan cukup,0 responden(00,0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden(00,%) menyatakan sangat tidak setuju. Namun sebagian besar responden menyatakan sangat setuju harga makanan dan minuman di Cafe K-day Musami lebih rendah dari pada harga dicafe lainnya.

Adapun rekapitulasi dari kedua indikator diatas dapat dilihat dari tabel berikut :

**Tabel 5.24. frekwensi Jawaban Responden Tentang harga dimensi daya saing harga**

| No            | Indikator                                  | Jumlah Responden Menjawab Skor (%) |             |           |   |   | Jumlah       |
|---------------|--------------------------------------------|------------------------------------|-------------|-----------|---|---|--------------|
|               |                                            | 5                                  | 4           | 3         | 2 | 1 |              |
| 1             | Harga yang ditawarkan sama dengan pesaing. | 34<br>(68%)                        | 12<br>(24%) | 4<br>(8%) | - | - | 50<br>(100%) |
| Jumlah        |                                            | 34                                 | 12          | 4         | - | - | 50           |
| Bobot Nilai   |                                            | 170                                | 48          | 12        | - | - | 230          |
| Rata rata (%) |                                            | 34<br>(68%)                        | 12<br>(24%) | 4<br>(8%) | - | - | 50<br>(100%) |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.24. diatas untuk satu indikator tersebut, diperoleh rata-rata 34 responden (68%) menyatakan sangat setuju, 12 responden (24%) menyatakan setuju, 4 responden (8%) menyatakan cukup, 0 responden (0.0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden (0,0%) menyatakan sangat tidak setuju mengenai.Dengan harga yang ditawarkan sama dengan pesain. demikian diperoleh kesimpulan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju dengan harga makanan dan minumana diCafe K-day Musami lebih rendah dari pada harga dicafe lainnya.

#### 5.4.4. Kesesuaian Harga Dengan Manfaat

Dimensi kesesuaian harga dengan manfaat yaitu penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan yang sesuai dengan manfaat yang dapat diperoleh konsumen dari produk yang dikonsumsi.

Kesesuaian harga dengan manfaat penting bagi konsumen salah satu indikator harga sesuai dengan manfaat produk yang mereka konsumsi dari variabel harga, berikut tanggapan responden tentang pertanyaan harga makanan dan minuman di Cafe K-day Musami sesuai dengan manfaat yang diterima .

**Tabel 5.25. Frekwensi Jawaban Responden Tentang harga Dimensi kesesuaian harga dengan manfaat, dengan indikator harga sesuai dengan manfaat produk yang mereka konsumsi**

| No | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Persentase   |
|----|---------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Setuju       | 31        | 62,0         |
| 2  | Setuju              | 15        | 30,0         |
| 3  | Cukup               | 4         | 8,0          |
| 4  | Tidak Setuju        | -         | -            |
| 5  | Sangat Tidak Setuju | -         | -            |
|    | <b>Jumlah</b>       | <b>50</b> | <b>100,0</b> |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.25. diatas, diketahui untuk indikator harga sesuai dengan manfaat produk yang mereka konsumsi terdistribusi pada seluruh jawaban kuesioner, dimana 31 responden (62,0%) menyatakan sangat setuju, 15 responden(30,0%) menyatakan setuju, 4 responden (8,0%) menyatakan cukup,0 responden(00,0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden(00,%) menyatakan sangat tidak setuju. Namun

sebagian besar responden menyatakan sangat setuju harga makanan dan minuman di Cafe K-day Musami sesuai dengan manfaat yang diterima.

Adapun rekapitulasi dari kedua indikator diatas dapat dilihat dari tabel berikut :

**Tabel 5.26. frekwensi Jawaban Responden Tentang harga dimensi kesesuaian harga dengan manfaat**

| No            | Indikator                                        | Jumlah Responden Menjawab Skor (%) |             |           |   |   | Jumlah       |
|---------------|--------------------------------------------------|------------------------------------|-------------|-----------|---|---|--------------|
|               |                                                  | 5                                  | 4           | 3         | 2 | 1 |              |
| 1             | Harga sesuai dengan manfaat yang mereka konsumsi | 31<br>(62%)                        | 15<br>(30%) | 4<br>(8%) | - | - | 50<br>(100%) |
| Jumlah        |                                                  | 31                                 | 15          | 4         | - | - | 50           |
| Bobot Nilai   |                                                  | 155                                | 60          | 12        | - | - | 227          |
| Rata rata (%) |                                                  | 31<br>(62%)                        | 15<br>(30%) | 4<br>(8%) | - | - | 50<br>(100%) |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.26. diatas untuk satu indikator tersebut, diperoleh rata-rata 31 responden (62%) menyatakan sangat setuju, 15 responden (30%) menyatakan setuju, 4 responden (8%) menyatakan cukup, 0 responden (0.0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden (0,0%) menyatakan sangat tidak setuju mengenai.Dengan harga sesuai dengan manfaat yang mereka konsumsi. demikian diperoleh kesimpulan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju dengan harga makanan dan minumana diCafe K-day Musami sesuai dengan manfaat yang diterima.

Rekapitulasi tanggapan responden mengenai harga pada Cafe K-day Musami(X2)dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 5.27 Rekapitulasi tanggapan responden mengenai harga pada Cafe K-day Musami (X2)**

| Item              | Indikator                                      | Klasifikasi Jawaban |        |       |              |                     | Total Skor |
|-------------------|------------------------------------------------|---------------------|--------|-------|--------------|---------------------|------------|
|                   |                                                | Sangat Setuju       | Setuju | Cukup | Tidak Setuju | Sangat Tidak Setuju |            |
| X2.1              | Harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan | 37                  | 11     | 2     | -            | -                   | 235        |
| X2.2              | Kesesuaian harga dengan kualitas produk        | 28                  | 15     | 7     | -            | -                   | 221        |
| X2.3              | Harga yang ditawarkan sama dengan pesaing      | 34                  | 12     | 4     | -            | -                   | 230        |
| X2.4              | Kesesuaian harga dengan manfaat                | 31                  | 15     | 4     | -            | -                   | 227        |
| <b>Total skor</b> |                                                |                     |        |       |              |                     | <b>913</b> |

Sumber : Data Olahan 2020

Berdasarkan tabel 5.27 diatas untuk delapan indikator dari harga tersebut, diperoleh total skor yang diperoleh yaitu 913. Dibawah ini dapat diketahui nilai tertinggi dan terendah sebagai berikut:

Nilai Tertinggi = 4 x 5 x 50 = 1000

Nilai Terendah  $= 4 \times 1 \times 50 = 200$

Untuk mencari interval koefisiennya adalah :

$$\frac{\text{Skor maksimal} - \text{skor minimal}}{\text{Skor}} = \frac{1000 - 200}{5} = \frac{800}{5} = 160$$

Untuk mengetahui tingkat kategori variabel harga pada Cafe K-day Musami (X2) maka dapat ditentukan dibawah ini :

Sangat setuju  $= 840 - 1000$

Setuju  $= 680 - 840$

Cukup  $= 520 - 680$

tidak setuju  $= 360 - 520$

sangat tidak setuju  $= 200 - 360$

Dari tabel diatas didapat untuk skor jawaban tertinggi dengan jumlah 235 pada item X2.1 dan skor jawaban terendah dengan jumlah 221 pada item X2.1 untuk total skor, harga pada Cafe K-day Musami (X2) yaitu 913 dengan kategori sangat setuju.

## 5.5 Kualitas Pelayanan

### 5.5.1 Bukti Fisik

Dimensi bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan, sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

Karyawan berpenampilan rapi dan profesional penting bagi konsumen salah satu indikator bukti fisik dari variabel kualitas pelayanan, berikut tanggapan responden tentang pertanyaan karyawan Cafe K-day Musami berpenampilan rapi dan profesional .

**Tabel 5.28. Frekwensi Jawaban Responden Tentang kualitas pelayanan Dimensi bukti fisik dengan indikator karyawan berpenampilan rapi dan profesioanal.**

| No | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Persentase   |
|----|---------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Setuju       | 27        | 54,0         |
| 2  | Setuju              | 8         | 36,0         |
| 3  | Cukup               | 5         | 10,0         |
| 4  | Tidak Setuju        | -         | -            |
| 5  | Sangat Tidak Setuju | -         | -            |
|    | <b>Jumlah</b>       | <b>50</b> | <b>100,0</b> |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.28. diatas, diketahui untuk indikator karyawan berpenampilan rapi dan profesioanal terdistribusi pada seluruh jawaban kuesioner, dimana 27 responden (54,0%) menyatakan sangat setuju, 18 responden(36,0%) menyatakan setuju, 5 responden (10,0%) menyatakan cukup,0 responden(00,0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden(00,%) menyatakan sangat tidak setuju. Namun sebagian besar responden menyatakan sangat setuju karyawan Cafe K-day Musami berpenampilan rapi dan profesional.

Fasilitas yang berdaya tarik visual penting bagi konsumen salah satu indikator bukti fisik dari variabel kualitas pelayanan, berikut tanggapan responden tentang

pertanyaan Cafe K-day Musami memberikan ukuran makanan dan minuman sesuai dengan harga yang diberikan .

**Tabel 5.29. Frekwensi Jawaban Responden Tentang Kualitas Pelayanan Dimensi bukti fisik dengan Indikator fasilitas yang berdaya tarik visual .**

| No | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Persentase   |
|----|---------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Setuju       | 36        | 72,0         |
| 2  | Setuju              | 11        | 36,0         |
| 3  | Cukup               | 3         | 6,0          |
| 4  | Tidak Setuju        | -         | -            |
| 5  | Sangat Tidak Setuju | -         | -            |
|    | <b>Jumlah</b>       | <b>50</b> | <b>100,0</b> |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.29. diatas, diketahui untuk indikator bukri fisik terdistribusi pada seluruh jawaban kuesioner, dimana 36 responden (72,0%) menyatakan sangat setuju, 11 responden(22,0%) menyatakan setuju, 3 responden (6,0%) menyatakan cukup,0 responden(00,0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden(00,%) menyatakan sangat tidak setuju. Namun sebagian besar responden menyatakan sangat setuju karyawan Cafe K-day Musami berpenampilan rapi dan profesional..

Adapun rekapitulasi dari kedua indikator diatas dapat dilihat dari tabel berikut :

**Tabel 5.30. frekwensi Jawaban Responden Tenatang Kualitas Pelayanan Dimensi bukti fisik**

| No | Indikator | Jumlah Responden Menjawab Skor (%) |   |   |   |   | Jumlah |
|----|-----------|------------------------------------|---|---|---|---|--------|
|    |           | 5                                  | 4 | 3 | 2 | 1 |        |

|               |                                             |             |             |            |   |   |              |
|---------------|---------------------------------------------|-------------|-------------|------------|---|---|--------------|
| 1             | Karyawan berpenampilan rapi dan profesional | 27<br>(54%) | 18<br>(36%) | 5<br>(10%) | - | - | 50<br>(100%) |
| 2             | Fasilitas yang berdaya tarik visual         | 36<br>(72%) | 11<br>(22%) | 3<br>(6%)  | - | - | 50<br>(100%) |
| Jumlah        |                                             | 63          | 29          | 8          | - | - | 100          |
| Bobot Nilai   |                                             | 315         | 116         | 24         | - | - | 455          |
| Rata rata (%) |                                             | 32<br>(64%) | 15<br>(30%) | 4<br>(8%)  | - | - | 50<br>(100%) |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.30. diatas untuk kedua indikator tersebut, diperoleh rata-rata 32 responden (64%) menyatakan sangat setuju, 15 responden (30%) menyatakan setuju, 4 responden (8%) menyatakan cukup, 0 responden (0.0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden (0,0%) menyatakan sangat tidak setuju mengenai bukti fisik. Dengan demikian diperoleh kesimpulan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju dengan karyawan berpenampilan rapi dan profesional, serta fasilitas cafe kday musami yang berdaya tarik visual.

#### 5.5.2 Empati

Dimensi yaitu memberikan perhatian yang tulis dan bersifat individual yang diberikan kepada konsumen dengan berupaya memahami kebutuhan para konsumen.

Sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan konsumen sangat penting bagi konsumen salah satu indikator empati dari variabel kualitas pelayanan, berikut

tanggapan responden tentang pertanyaan karyawan Cafe K-day Musami memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan anda .

**Tabel 5.31. Frekwensi Jawaban Responden Tentang kualitas pelayanan Dimensi empati dengan indikator sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan konsumen.**

| No | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Persentase   |
|----|---------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Setuju       | 29        | 58,0         |
| 2  | Setuju              | 17        | 34,0         |
| 3  | Cukup               | 4         | 8,0          |
| 4  | Tidak Setuju        | -         | -            |
| 5  | Sangat Tidak Setuju | -         | -            |
|    | <b>Jumlah</b>       | <b>50</b> | <b>100,0</b> |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.31. diatas, diketahui untuk sungguh sungguh mengutamakan kepentingan kosnumen terdistribusi pada seluruh jawaban kuesioner, dimana 29 responden (58,0%) menyatakan sangat setuju, 17 responden(34,0%) menyatakan setuju, 4 responden (8,0%) menyatakan cukup,0 responden(00,0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden(00,%) menyatakan sangat tidak setuju. Namun sebagian besar responden menyatakan sangat setuju karyawan cafe k-day musami memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan anda..

Karyawan memperlakukan konsumen secara penuh perhatian penting bagi konsumen salah satu indikator empati dari variabel kualitas pelayanan, berikut tanggapan responden tentang pertanyaan karyawan cafe k-day musami memiliki perhatian penuh dalam merespon permintaan anda .

**Tabel 5.32. Frekwensi Jawaban Responden Tentang Kualitas Pelayanan Dimensi empati dengan Indikator Karyawan memperlakukan konsumen secara penuh perhatian**

| No | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Persentase   |
|----|---------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Setuju       | 25        | 50,0         |
| 2  | Setuju              | 19        | 38,0         |
| 3  | Cukup               | 6         | 12,0         |
| 4  | Tidak Setuju        | -         | -            |
| 5  | Sangat Tidak Setuju | -         | -            |
|    | <b>Jumlah</b>       | <b>50</b> | <b>100,0</b> |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.32. diatas, diketahui untuk indikator empati terdistribusi pada seluruh jawaban kuesioner, dimana 25 responden (50,0%) menyatakan sangat setuju, 19 responden(38,0%) menyatakan setuju, 6 responden (12,0%) menyatakan cukup,0 responden(00,0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden(00,%) menyatakan sangat tidak setuju. Namun sebagian besar responden menyatakan sangat setuju karyawan cafe k-day musami memiliki perhataian penuh dalam merespon permintaan.

Adapun rekapitulasi dari kedua indikator diatas dapat dilihat dari tabel berikut :

**Tabel 5.33. frekwensi Jawaban Responden Tenatang Kualitas Pelayanan Dimensi empati**

| No | Indikator                                         | Jumlah Responden Menjawab Skor (%) |             |           |   |   | Jumlah       |
|----|---------------------------------------------------|------------------------------------|-------------|-----------|---|---|--------------|
|    |                                                   | 5                                  | 4           | 3         | 2 | 1 |              |
| 1  | Sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan konsumen | 29<br>(58%)                        | 17<br>(34%) | 4<br>(8%) | - | - | 50<br>(100%) |

|               |                                                        |             |             |            |   |   |              |
|---------------|--------------------------------------------------------|-------------|-------------|------------|---|---|--------------|
| 2             | Karyawan memperlakukan konsumen secara penuh perhatian | 25<br>(50%) | 19<br>(38%) | 6<br>(12%) | - | - | 50<br>(100%) |
| Jumlah        |                                                        | 54          | 36          | 10         | - | - | 100          |
| Bobot Nilai   |                                                        | 270         | 144         | 30         | - | - | 444          |
| Rata rata (%) |                                                        | 27<br>(54%) | 18<br>(36%) | 5<br>(10%) | - | - | 50<br>(100%) |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.33. diatas untuk kedua indikator tersebut, diperoleh rata-rata 27 responden (54%) menyatakan sangat setuju, 18 responden (36%) menyatakan setuju, 5 responden (10%) menyatakan cukup, 0 responden (0.0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden (0,0%) menyatakan sangat tidak setuju mengenai empati. Dengan demikian diperoleh kesimpulan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju dengan sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan konsumen, serta karyawan memperlakukan konsumen secara penuh perhatian.

### 5.5.3 Reliabilitas

Dimensi reliabilitas yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan segera dan memuaskan.

Memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan penting bagi konsumen salah satu indikator reliabilitas dari variabel kualitas pelayanan, berikut tanggapan responden tentang pertanyaan karyawan Cafe K-day Musami cekatan dalam menangani pesanana anda sesuai dengan waktu yang dijanjikan .

**Tabel 5.34. Frekwensi Jawaban Responden Tentang kualitas pelayanan Dimensi reliabilitas dengan indikator Memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan**

| No | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Persentase   |
|----|---------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Setuju       | 22        | 44,0         |
| 2  | Setuju              | 21        | 42,0         |
| 3  | Cukup               | 7         | 14,0         |
| 4  | Tidak Setuju        | -         | -            |
| 5  | Sangat Tidak Setuju | -         | -            |
|    | <b>Jumlah</b>       | <b>50</b> | <b>100,0</b> |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.34. diatas, diketahui untuk Memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan terdistribusi pada seluruh jawaban kuesioner, dimana 22 responden (44,0%) menyatakan sangat setuju, 21 responden(42,0%) menyatakan setuju, 7 responden (14,0%) menyatakan cukup, 0 responden(00,0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden(00,0%) menyatakan sangat tidak setuju. Namun sebagian besar responden menyatakan sangat setuju karyawan cafe k-day musami cekatan dalam menangani pesanan anda sesuai dengan waktu yang dijanjikan.

Cekatan dalam memenuhi kebutuhan konsumen salah satu indikator reliabilitas dari variabel kualitas pelayanan, berikut tanggapan responden tentang pertanyaan karyawan cafe k-day musami cekataan dalam menangani pesanan anda .

**Tabel 5.35. Frekwensi Jawaban Responden Tentang Kualitas Pelayanan Dimensi reliabilitas dengan Indikator cekatan dalam menangani kebutuhan konsumen**

| No | Alternatif Jawaban | Frekuensi | Persentase |
|----|--------------------|-----------|------------|
|----|--------------------|-----------|------------|

|   |                     |           |              |
|---|---------------------|-----------|--------------|
| 1 | Sangat Setuju       | 19        | 38,0         |
| 2 | Setuju              | 23        | 46,0         |
| 3 | Cukup               | 8         | 16,0         |
| 4 | Tidak Setuju        | -         | -            |
| 5 | Sangat Tidak Setuju | -         | -            |
|   | <b>Jumlah</b>       | <b>50</b> | <b>100,0</b> |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.35. diatas, diketahui untuk indikator reliabilitas terdistribusi pada seluruh jawaban kuesioner, dimana 19 responden (38,0%) menyatakan sangat setuju, 23 responden(46,0%) menyatakan setuju, 8 responden (16,0%) menyatakan cukup,0 responden(00,0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden(00,%) menyatakan sangat tidak setuju. Namun sebagian besar responden menyatakan setuju karyawan cafe k-day musami cekatan dalam menangani kebutuhan pesanana anda.

Adapun rekapitulasi dari kedua indikator diatas dapat dilihat dari tabel berikut :

**Tabel 5.36. frekwensi Jawaban Responden Tenatang Kualitas Pelayanan Dimensi reliabilitas**

| No | Indikator                                                | Jumlah Responden Menjawab Skor (%) |             |            |   |   | Jumlah       |
|----|----------------------------------------------------------|------------------------------------|-------------|------------|---|---|--------------|
|    |                                                          | 5                                  | 4           | 3          | 2 | 1 |              |
| 1  | Memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan | 22<br>(44%)                        | 21<br>(42%) | 7<br>(14%) | - | - | 50<br>(100%) |
| 2  | Cekatan dalam memenuhi kebutuhan                         | 19<br>(38%)                        | 23<br>(46%) | 8<br>(16%) | - | - | 50<br>(100%) |

|               |          |             |             |            |   |   |              |
|---------------|----------|-------------|-------------|------------|---|---|--------------|
|               | konsumen |             |             |            |   |   |              |
| Jumlah        |          | 41          | 44          | 15         | - | - | 100          |
| Bobot Nilai   |          | 205         | 176         | 45         | - | - | 426          |
| Rata rata (%) |          | 21<br>(42%) | 22<br>(44%) | 8<br>(16%) | - | - | 50<br>(100%) |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.36. diatas untuk kedua indikator tersebut, diperoleh rata-rata 21 responden (42%) menyatakan sangat setuju, 22 responden (44%) menyatakan setuju, 8 responden (16%) menyatakan cukup, 0 responden (0.0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden (0,0%) menyatakan sangat tidak setuju mengenai empati. Dengan demikian diperoleh kesimpulan bahwa sebagian besar responden menyataka setuju dengan Memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan, serta cekatan dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

#### 5.5.4 Daya Tanggap

Dimensi daya tanggap yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan kepada konsumen dengan cepat dan tepat.

Kesiapan untuk merespon setiap permintaan konsumen penting bagi konsumen salah satu indikator daya tanggap dari variabel kualitas pelayanan, berikut tanggapan responden tentang pertanyaan ketika anda membutuhkan sesuatu karyawan Cafe K-day Musami merespon dengan cepat untuk membantu anda .

**Tabel 5.37. Frekwensi Jawaban Responden Tentang kualitas pelayanan Dimensi daya tanggap dengan indikator Kesiapan untuk merespon setiap permintaan konsumen**

| No | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Persentase   |
|----|---------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Setuju       | 17        | 34,0         |
| 2  | Setuju              | 23        | 46,0         |
| 3  | Cukup               | 10        | 20,0         |
| 4  | Tidak Setuju        | -         | -            |
| 5  | Sangat Tidak Setuju | -         | -            |
|    | <b>Jumlah</b>       | <b>50</b> | <b>100,0</b> |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.37. diatas, diketahui Kesiapan untuk merespon setiap permintaan konsumen terdistribusi pada seluruh jawaban kuesioner, dimana 17 responden (34,0%) menyatakan sangat setuju, 23 responden(46,0%) menyatakan setuju, 10 responden (20,0%) menyatakan cukup,0 responden(00,0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden(00,%) menyatakan sangat tidak setuju. Namun sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa ketika karyawan cafe k-day musami mempunyai kesiapan untuk merespon setiap konsumen.

Karyawan melakukan pelayanan dengan cepat salah satu indikator daya tanggap dari variabel kualitas pelayanan, berikut tanggapan responden tentang pertanyaan karyawan melakukan pelayanan dengan cepat .

**Tabel 5.38. Frekwensi Jawaban Responden Tentang Kualitas Pelayanan Dimensi daya tanggap dengan Indikator karyawan melakukan pelayanan dengan cepat**

| No | Alternatif Jawaban | Frekuensi | Persentase |
|----|--------------------|-----------|------------|
| 1  | Sangat Setuju      | 33        | 66,0       |
| 2  | Setuju             | 11        | 22,0       |
| 3  | Cukup              | 6         | 12,0       |

|   |                     |           |              |
|---|---------------------|-----------|--------------|
| 4 | Tidak Setuju        | -         | -            |
| 5 | Sangat Tidak Setuju | -         | -            |
|   | <b>Jumlah</b>       | <b>50</b> | <b>100,0</b> |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.38. diatas, diketahui untuk indikator rliabilitas terdistribusi pada seluruh jawaban kuesioner, dimana 33 responden (66,0%) menyatakan sangat setuju, 11 responden(22,0%) menyatakan setuju, 6 responden (12,0%) menyatakan cukup,0 responden(00,0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden(00,%) menyatakan sangat tidak setuju. Namun sebagian besar responden menyatakan sangat setuju karyawan cafe k-day musami melakukan pelayanan denga cepat.

Adapun rekapitulasi dari kedua indikator diatas dapat dilihat dari tabel berikut :

**Tabel 5.39. frekwensi Jawaban Responden Tenatang Kualitas Pelayanan Dimensi daya tanggap**

| No          | Indikator                                           | Jumlah Responden Menjawab Skor (%) |             |             |   |   | Jumlah       |
|-------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------|-------------|-------------|---|---|--------------|
|             |                                                     | 5                                  | 4           | 3           | 2 | 1 |              |
| 1           | Kesiapan untuk merespon setiap permintaan pelanggan | 17<br>(34%)                        | 23<br>(46%) | 10<br>(20%) | - | - | 50<br>(100%) |
| 2           | Karyawana melakukan pelayanan dengan cepat          | 33<br>(66%)                        | 11<br>(22%) | 6<br>(12%)  | - | - | 50<br>(100%) |
| Jumlah      |                                                     | 50                                 | 34          | 16          | - | - | 100          |
| Bobot Nilai |                                                     | 250                                | 136         | 48          | - | - | 434          |

|               |       |       |       |   |   |        |
|---------------|-------|-------|-------|---|---|--------|
| Rata rata (%) | 25    | 17    | 8     | - | - | 50     |
|               | (50%) | (34%) | (16%) |   |   | (100%) |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.39. diatas untuk kedua indikator tersebut, diperoleh rata-rata 25 responden (50%) menyatakan sangat setuju, 17 responden (34%) menyatakan setuju, 8 responden (16%) menyatakan cukup, 0 responden (0.0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden (0,0%) menyatakan sangat tidak setuju mengenai daya tanggap. Dengan demikian diperoleh kesimpulan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju dengan dimensi daya tanggap.

#### 5.5.5 Jaminan

Dimensi jaminan yaitu kemampuan,kesopanan dan sifat yang dimiliki para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya konsumen kepada perusahaan, bebas dari bahaya, resiko atau keraguan.

Karyawan yang secara konsisten bersikap sopan sangat penting bagi konsumen salah satu indikator jaminan dari variabel kualitas pelayanan, berikut tanggapan responden tentang pertanyaan karyawan yang secara konsisten bersikap sopan .

**Tabel 5.40. Frekwensi Jawaban Responden Tentang kualitas pelayanan Dimensi jaminan dengan indikator karyawan yang secara konsisten bersikap sopan**

| No | Alternatif Jawaban | Frekuensi | Persentase |
|----|--------------------|-----------|------------|
| 1  | Sangat Setuju      | 19        | 38,0       |
| 2  | Setuju             | 23        | 46,0       |
| 3  | Cukup              | 8         | 16,0       |

|   |                     |           |              |
|---|---------------------|-----------|--------------|
| 4 | Tidak Setuju        | -         | -            |
| 5 | Sangat Tidak Setuju | -         | -            |
|   | <b>Jumlah</b>       | <b>50</b> | <b>100,0</b> |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.40. diatas, diketahui karyawan yang secara konsisten bersikap konsisten terdistribusi pada seluruh jawaban kuesioner, dimana 19 responden (38,0%) menyatakan sangat setuju, 23 responden(46,0%) menyatakan setuju, 8 responden (16,0%) menyatakan cukup,0 responden(00,0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden(00,%) menyatakan sangat tidak setuju. Namun sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa ketika karyawan cafe k-day musami yang secara konsisten bersikap sopan.

Cafe k-day musami selalu menjaga mutu produknya salah satu indikator jaminan dari variabel kualitas pelayanan, berikut tanggapan responden tentang pertanyaan cafe k-day musami selalu menjaga mutu produknya .

**Tabel 5.41. Frekwensi Jawaban Responden Tentang Kualitas Pelayanan Dimensi jaminan dengan Indikator cafe k-day musami menjaga mutu produknya**

| No | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Persentase   |
|----|---------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Setuju       | 31        | 62,0         |
| 2  | Setuju              | 10        | 20,0         |
| 3  | Cukup               | 9         | 18,0         |
| 4  | Tidak Setuju        | -         | -            |
| 5  | Sangat Tidak Setuju | -         | -            |
|    | <b>Jumlah</b>       | <b>50</b> | <b>100,0</b> |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.41. diatas, diketahui untuk indikator rliabilitas terdistribusi pada seluruh jawaban kuesioner, dimana 31 responden (62,0%) menyatakan sangat setuju, 10 responden(20,0%) menyatakan setuju, 9 responden (18,0%) menyatakan cukup,0 responden(00,0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden(00,%) menyatakan sangat tidak setuju. Namun sebagian besar responden menyatakan sangat setuju cafe k-day musami menjaga mutu produknya.

Adapun rekapitulasi dari kedua indikator diatas dapat dilihat dari tabel berikut :

**Tabel 5.42. frekwensi Jawaban Responden Tenatang Kualitas Pelayanan Dimensi jaminan**

| No            | Indikator                                       | Jumlah Responden Menjawab Skor (%) |             |            |   |   | Jumlah       |
|---------------|-------------------------------------------------|------------------------------------|-------------|------------|---|---|--------------|
|               |                                                 | 5                                  | 4           | 3          | 2 | 1 |              |
| 1             | Karyawan yang secara konsisten besikap sopan    | 19<br>(38%)                        | 23<br>(46%) | 8<br>(16%) | - | - | 50<br>(100%) |
| 2             | Cafe k-day musmai selalu menjaga mutu produknya | 31<br>(62%)                        | 10<br>(20%) | 9<br>(18%) | - | - | 50<br>(100%) |
| Jumlah        |                                                 | 50                                 | 33          | 17         | - | - | 100          |
| Bobot Nilai   |                                                 | 250                                | 132         | 51         | - | - | 433          |
| Rata rata (%) |                                                 | 25<br>(50%)                        | 17<br>(34%) | 9<br>(18%) | - | - | 50<br>(100%) |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.42. diatas untuk kedua indikator tersebut, diperoleh rata-rata 25 responden (50%) menyatakan sangat setuju, 17 responden (34%) menyatakan setuju, 9 responden (18%) menyatakan cukup, 0 responden (0.0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden (0,0%) menyatakan sangat tidak setuju mengenai jaminan. Dengan demikian diperoleh kesimpulan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju dengan dimensi jaminan.

Rekapitulasi tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan pada Cafe K-day Musami(X3)dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 5.43 Rekapitulasi tanggapan responden mengenai harga pada Cafe K-day Musami (X2)**

| Item | Indikator                                                     | Klasifikasi Jawaban |        |       |              |                     | Total Skor |
|------|---------------------------------------------------------------|---------------------|--------|-------|--------------|---------------------|------------|
|      |                                                               | Sangat Setuju       | Setuju | Cukup | Tidak Setuju | Sangat Tidak Setuju |            |
| X3.1 | Karyawan cafe k-day musami berpenampilan rapi dan profesional | 27                  | 18     | 5     | -            | -                   | 222        |
| X3.2 | Ruangan cafe k-day musmai memiliki dekorasi yang menarik      | 36                  | 11     | 3     | -            | -                   | 233        |
| X3.3 | Karyawan cafe k-day musami memiliki kesungguhan               | 29                  | 17     | 4     | -            | -                   | 225        |

|      |                                                                                                           |    |    |    |   |   |     |
|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|----|---|---|-----|
|      | dalam merespon permintaan anda                                                                            |    |    |    |   |   |     |
| X3.4 | Karyawan cafe k-day musami memiliki perhatian penuh dalam merespon permintaan anda                        | 25 | 19 | 6  | - | - | 219 |
| X3.5 | Karyawan cafe k-day musami cekatan dalam menangani pesanan anda                                           | 22 | 21 | 7  |   |   | 215 |
| X3.6 | Karyawan cafe k-day musami cekatan dalam menangani kebutuhan pesananan anda                               | 19 | 23 | 8  |   |   | 211 |
| X3.7 | Ketika anda membutuhkan sesuatu dari karyawan cafe k-day musami merespon dengan cepat untuk membantu anda | 17 | 23 | 10 |   |   | 207 |
| X3.8 | Saya tidak terlalu lama menerima menu yang saya pesan                                                     | 33 | 11 | 6  |   |   | 227 |

|                   |                                                                                |    |    |   |  |  |             |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------|----|----|---|--|--|-------------|
|                   | dicafe k-day musami                                                            |    |    |   |  |  |             |
| X3.9              | Karyawan cafe k-day musami dalam melayani selalu bersikap sopan                | 19 | 23 | 8 |  |  | 211         |
| X3.10             | Cafe k-day musami selalu menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman. | 31 | 10 | 9 |  |  | 222         |
| <b>Total skor</b> |                                                                                |    |    |   |  |  | <b>2192</b> |

Sumber : Data Olahan 2020

Berdasarkan tabel 5.43 diatas untuk sepuluh indikator dari kualitas pelayanan tersebut, diperoleh total skor yang diperoleh yaitu 2192. Dibawah ini dapat diketahui nilai tertinggi dan terendah sebagai berikut:

Nilai Tertinggi =  $10 \times 5 \times 50 = 2500$

Nilai Terendah =  $10 \times 1 \times 50 = 500$

Untuk mencari interval koefisiennya adalah :

$$\frac{\text{Skor maksimal} - \text{skor minimal}}{\text{Skor}} = \frac{2500 - 500}{5} = \frac{2000}{5} = 400$$

Untuk mengetahui tingkat kategori variabel pada kualitas pelayanan Cafe K-day Musami (X3) maka dapat ditentukan dibawah ini :

Sangat setuju = 2100 - 2500

Setuju = 1700- 2100

Cukup = 1300 - 1700

tidak setuju = 900 - 1300

sangat tidak setuju = 500 - 900

Dari tabel diatas didapat untuk skor jawaban tertinggi dengan jumlah 233 pada item X3.2 dan skor jawaban terendah dengan jumlah 207 pada item X3.7 untuk total skor, kualitas pelayanan pada Cafe K-day Musami (X3) yaitu 2192 dengan kategori sangat setuju.

## 5.6 Kepuasan Konsumen

### 5.6.1 Kesesuaian Harapan

Dimensi kesesuaian harapan Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen.

produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan penting bagi konsumen salah satu indikator kesesuaian harapan dari variabel kepuasan konsumen, berikut tanggapan responden tentang pertanyaan Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan .

**Tabel 5.44. Frekwensi Jawaban Responden Tentang kepuasan konsumen Dimensi kesesuaian harapan dengan indikator produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan**

| No | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Persentase   |
|----|---------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Setuju       | 17        | 34,0         |
| 2  | Setuju              | 26        | 52,0         |
| 3  | Cukup               | 7         | 14,0         |
| 4  | Tidak Setuju        | -         | -            |
| 5  | Sangat Tidak Setuju | -         | -            |
|    | <b>Jumlah</b>       | <b>50</b> | <b>100,0</b> |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.44. diatas, diketahui produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan terdistribusi pada seluruh jawaban kuesioner, dimana 17 responden (34,0%) menyatakan sangat setuju, 26 responden(52,0%) menyatakan setuju, 7 responden (14,0%) menyatakan cukup, 0 responden(00,0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden(00,%) menyatakan sangat tidak setuju. Namun sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan

Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan salah satu indikator kesesuaian harapan dari variabelkepuasan konsumen, berikut tanggapan responden tentang pertanyaan Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan .

**Tabel 5.45. Frekwensi Jawaban Responden Tentang kepuasan konsumen Dimensi kesesuaian harapan dengan Indikator Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan**

| No | Alternatif Jawaban | Frekuensi | Persentase |
|----|--------------------|-----------|------------|
| 1  | Sangat Setuju      | 15        | 30,0       |

|   |                     |           |              |
|---|---------------------|-----------|--------------|
| 2 | Setuju              | 26        | 52,0         |
| 3 | Cukup               | 9         | 18,0         |
| 4 | Tidak Setuju        | -         | -            |
| 5 | Sangat Tidak Setuju | -         | -            |
|   | <b>Jumlah</b>       | <b>50</b> | <b>100,0</b> |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.44. diatas, diketahui untuk indikator Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan terdistribusi pada seluruh jawaban kuesioner, dimana 15 responden (30,0%) menyatakan sangat setuju, 26 responden(52,0%) menyatakan setuju, 9 responden (18,0%) menyatakan cukup,0 responden(00,0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden(00,%) menyatakan sangat tidak setuju. Namun sebagian besar responden menyatakan setuju Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

Adapun rekapitulasi dari kedua indikator diatas dapat dilihat dari tabel berikut :

**Tabel 5.46. frekwensi Jawaban Responden Tenatang kepuasan konsumen Dimensi kesesuaian harapan**

| No | Indikator                                         | Jumlah Responden Menjawab Skor (%) |             |            |   |   | Jumlah       |
|----|---------------------------------------------------|------------------------------------|-------------|------------|---|---|--------------|
|    |                                                   | 5                                  | 4           | 3          | 2 | 1 |              |
| 1  | produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan | 17<br>(34%)                        | 26<br>(52%) | 7<br>(14%) | - | - | 50<br>(100%) |

|               |                                                                                    |             |             |            |   |   |              |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|------------|---|---|--------------|
|               | yang diharapkan                                                                    |             |             |            |   |   |              |
| 2             | Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan | 15<br>(30%) | 26<br>(52%) | 9<br>(18%) | - | - | 50<br>(100%) |
| Jumlah        |                                                                                    | 32          | 52          | 16         | - | - | 100          |
| Bobot Nilai   |                                                                                    | 160         | 208         | 48         | - | - | 416          |
| Rata rata (%) |                                                                                    | 16<br>(32%) | 26<br>(52%) | 8<br>(16%) | - | - | 50<br>(100%) |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.46. diatas untuk kedua indikator tersebut, diperoleh rata-rata 16 responden (32%) menyatakan sangat setuju, 26 responden (52%) menyatakan setuju, 8 responden (16%) menyatakan cukup, 0 responden (0.0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden (0,0%) menyatakan sangat tidak setuju mengenai jaminan. Dengan demikian diperoleh kesimpulan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju dengan dimensi kesuaian harapan

#### 5.6.2. Minat berkunjung kembali

Dimensi minat berkunjung kembali merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait.

Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan penting bagi konsumen salah satu indikator minat berkunjung kembali dari variabel kepuasan konsumen, berikut tanggapan responden tentang pertanyaan Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan .

**Tabel 5.47. Frekwensi Jawaban Responden Tentang kepuasan konsumen Dimensi minat berkunjung kembali dengan indikator Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.**

| No | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Persentase   |
|----|---------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Setuju       | 23        | 46,0         |
| 2  | Setuju              | 22        | 44,0         |
| 3  | Cukup               | 5         | 10,0         |
| 4  | Tidak Setuju        | -         | -            |
| 5  | Sangat Tidak Setuju | -         | -            |
|    | <b>Jumlah</b>       | <b>50</b> | <b>100,0</b> |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.47. diatas, diketahui Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan terdistribusi pada seluruh jawaban kuesioner, dimana 23 responden (46,0%) menyatakan sangat setuju, 22 responden(44,0%) menyatakan setuju, 5 responden (10,0%) menyatakan cukup,0 responden(00,0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden(00,%) menyatakan sangat tidak setuju. Namun sebagian besar responden menyatakan sangat setuju berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.

Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk salah satu indikator minat berkunjung kembali dari variabel kepuasan konsumen, berikut tanggapan responden tentang pertanyaan

Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk .

**Tabel 5.48. Frekwensi Jawaban Responden Tentang kepuasan konsumen Dimensi minat berkunjung kembali dengan Indikator Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk**

| No | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Persentase   |
|----|---------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Setuju       | 25        | 50,0         |
| 2  | Setuju              | 22        | 44,0         |
| 3  | Cukup               | 3         | 6,0          |
| 4  | Tidak Setuju        | -         | -            |
| 5  | Sangat Tidak Setuju | -         | -            |
|    | <b>Jumlah</b>       | <b>50</b> | <b>100,0</b> |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.48. diatas, diketahui untuk indikator Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk terdistribusi pada seluruh jawaban kuesioner, dimana 25 responden (50,0%) menyatakan sangat setuju, 22 responden(44,0%) menyatakan setuju, 3 responden (9,0%) menyatakan cukup,0 responden(00,0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden(00,%) menyatakan sangat tidak setuju. Namun sebagian besar responden menyatakan sangat setuju berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.

Adapun rekapitulasi dari kedua indikator diatas dapat dilihat dari tabel berikut :

**Tabel 5.49. frekwensi Jawaban Responden Tenatang kepuasan konsumen Dimensi minat berkunjung kembali**

| No            | Indikator                                                                                             | Jumlah Responden Menjawab Skor (%) |             |            |   |   | Jumlah       |
|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|-------------|------------|---|---|--------------|
|               |                                                                                                       | 5                                  | 4           | 3          | 2 | 1 |              |
| 1             | Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan             | 23<br>(46%)                        | 22<br>(44%) | 5<br>(10%) | - | - | 50<br>(100%) |
| 2             | Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk | 25<br>(50%)                        | 22<br>(44%) | 3<br>(6%)  | - | - | 50<br>(100%) |
| Jumlah        |                                                                                                       | 48                                 | 44          | 8          | - | - | 100          |
| Bobot Nilai   |                                                                                                       | 240                                | 176         | 24         | - | - | 416          |
| Rata rata (%) |                                                                                                       | 24<br>(48%)                        | 22<br>(44%) | 4<br>(8%)  | - | - | 50<br>(100%) |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.50. diatas untuk kedua indikator tersebut, diperoleh rata-rata 24 responden (48%) menyatakan sangat setuju, 22 responden (44%) menyatakan

setuju, 4 responden (8%) menyatakan cukup, 0 responden (0.0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden (0,0%) menyatakan sangat tidak setuju mengenai jaminan. Dengan demikian diperoleh kesimpulan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju dengan dimensi minat berkunjung kembali.

### 5.6.3 Ketersediaan Merekomendasikan

Dimensi ketersediaan merekomendasikan merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.

Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan penting bagi konsumen salah satu indikator ketersediaan merekomendasikan dari variabel kepuasan konsumen, berikut tanggapan responden tentang pertanyaan Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan .

**Tabel 5.51. Frekwensi Jawaban Responden Tentang kepuasan konsumen Dimensi ketersediaan merekomendasikan dengan indikator Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.**

| No | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Persentase   |
|----|---------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Setuju       | 20        | 40,0         |
| 2  | Setuju              | 23        | 46,0         |
| 3  | Cukup               | 7         | 14,0         |
| 4  | Tidak Setuju        | -         | -            |
| 5  | Sangat Tidak Setuju | -         | -            |
|    | <b>Jumlah</b>       | <b>50</b> | <b>100,0</b> |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.51. diatas, diketahui menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan terdistribusi pada seluruh jawaban kuesioner, dimana 20 responden (40,0%) menyatakan sangat setuju, 23 responden(46,0%) menyatakan setuju, 7 responden (14,0%) menyatakan cukup,0 responden(00,0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden(00,%) menyatakan sangat tidak setuju. Namun sebagian besar responden menyataka setuju menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.

Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa. salah satu indikator ketersediaan merekomendasikan dari variabel kepuasan konsumen, berikut tanggapan responden tentang pertanyaan Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa .

**Tabel 5.52. Frekwensi Jawaban Responden Tentang kepuasan konsumen Dimensi ketersediaan merekomendasikan dengan Indikator Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa**

| No | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Persentase |
|----|---------------------|-----------|------------|
| 1  | Sangat Setuju       | 28        | 56,0       |
| 2  | Setuju              | 16        | 32,0       |
| 3  | Cukup               | 6         | 12,0       |
| 4  | Tidak Setuju        | -         | -          |
| 5  | Sangat Tidak Setuju | -         | -          |

|  |               |           |              |
|--|---------------|-----------|--------------|
|  | <b>Jumlah</b> | <b>50</b> | <b>100,0</b> |
|--|---------------|-----------|--------------|

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.52. diatas, diketahui untuk indikator Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa terdistribusi pada seluruh jawaban kuesioner, dimana 28 responden (56,0%) menyatakan sangat setuju, 16 responden(32,0%) menyatakan setuju, 6 responden (12,0%) menyatakan cukup,0 responden(00,0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden(00,%) menyatakan sangat tidak setuju. Namun sebagian besar responden menyatakan sangat setuju Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

Adapun rekapitulasi dari kedua indikator diatas dapat dilihat dari tabel berikut :

**Tabel 5.53. frekwensi Jawaban Responden Tenatang kepuasan konsumen Dimensi ketersediaan merekomendasi**

| No | Indikator                                                                                            | Jumlah Responden Menjawab Skor (%) |             |            |   |   | Jumlah       |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|-------------|------------|---|---|--------------|
|    |                                                                                                      | 5                                  | 4           | 3          | 2 | 1 |              |
| 1  | Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan. | 20<br>(40%)                        | 23<br>(46%) | 7<br>(14%) | - | - | 50<br>(100%) |

|               |                                                                                                                                                     |             |             |            |   |   |              |
|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|------------|---|---|--------------|
| 2             | Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa. | 28<br>(56%) | 16<br>(32%) | 6<br>(12%) | - | - | 50<br>(100%) |
| Jumlah        |                                                                                                                                                     | 48          | 39          | 13         | - | - | 100          |
| Bobot Nilai   |                                                                                                                                                     | 240         | 156         | 39         | - | - | 435          |
| Rata rata (%) |                                                                                                                                                     | 24<br>(48%) | 20<br>(40%) | 7<br>(14%) | - | - | 50<br>(100%) |

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.53. diatas untuk kedua indikator tersebut, diperoleh rata-rata 24 responden (48%) menyatakan sangat setuju, 20 responden (40%) menyatakan setuju, 7 responden (14%) menyatakan cukup, 0 responden (0.0%) menyatakan tidak setuju, 0 responden (0,0%) menyatakan sangat tidak setuju mengenai ketersediaan merekomendasikan. Dengan demikian diperoleh kesimpulan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju dengan dimensi ketersediaan merekomendasikan.

Rekapitulasi tanggapan responden mengenai kepuasan konsumen pada Cafe K-day Musami(Y)dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 5.54 Rekapitulasi tanggapan responden mengenai kepuasan konsumen pada Cafe K-day Musami (Y)**

| Item | Indikator                                                                                                        | Klasifikasi Jawaban |        |       |              |                     |            |
|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|--------|-------|--------------|---------------------|------------|
|      |                                                                                                                  | Sangat Setuju       | Setuju | Cukup | Tidak Setuju | Sangat Tidak Setuju | Total Skor |
| Y.1  | Anda puas dengan makanan dan minuman yang ada di cafe k-day musami                                               | 17                  | 26     | 7     | -            | -                   | 210        |
| Y.2  | Anda puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan cade k-day musami                                        | 15                  | 26     | 9     | -            | -                   | 206        |
| Y.3  | Anda berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan cafe k-day musami memuaskan | 23                  | 22     | 5     | -            | -                   | 218        |
| Y.4  | Berminat untuk berkunjung kembali karena                                                                         | 25                  | 22     | 3     | -            | -                   | 222        |

|                   |                                                                                                                                                    |    |    |   |   |   |             |
|-------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|---|---|---|-------------|
|                   | makanan dan minuman cafe k-day muasami sangat enak dan memuaskan                                                                                   |    |    |   |   |   |             |
| Y.5               | Anda menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang disediakan oleh cafe k-day musami                                                    | 20 | 23 | 7 | - | - | 213         |
| Y.6               | Anda menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan oleh cafe k-day musami memadai | 28 | 16 | 6 | - | - | 222         |
| <b>Total skor</b> |                                                                                                                                                    |    |    |   |   |   | <b>1291</b> |

Sumber : Data Olahan 2020

Berdasarkan tabel 5.54 diatas untuk enam indikator dari kepuasan konsumen tersebut, diperoleh total skor yang diperoleh yaitu 1291. Dibawah ini dapat diketahui nilai tertinggi dan terendah sebagai berikut:

Nilai Tertinggi                      = 6 x 5 x 50 = 1500

Nilai Terendah  $= 6 \times 1 \times 50 = 300$

Untuk mencari interval koefisiennya adalah :

$$\frac{\text{Skor maksimal} - \text{skor minimal}}{\text{Skor}} = \frac{1500 - 300}{5} = \frac{1200}{5} = 240$$

Untuk mengetahui tingkat kategori variabel kepuasan konsumen pada Cafe K-day Musami (Y) maka dapat ditentukan dibawah ini :

Sangat setuju  $= 1260 - 1500$

Setuju  $= 1020 - 1260$

Cukup  $= 780 - 1020$

tidak setuju  $= 540 - 780$

sangat tidak setuju  $= 300 - 540$

Dari tabel diatas didapat untuk skor jawaban tertinggi dengan jumlah 222 pada item Y4,Y6 dan skor jawaban terendah dengan jumlah 206 pada item Y2 untuk total skor, kepuasan konsumen pada Cafe K-day Musami (Y) yaitu 1291 dengan kategori sangat setuju.

### **5.7 Analisis Pengaruh Kualitas Produk,Harga dan Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap**

Data yang disajikan ini berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan i Cafe K-day Musami bertujuan untuk mendapatkan sata tentang bagaimana pengaruh kualitas

produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan uji berikut ini :

#### 5.7.1 Regresi Linear Berganda

Analisis uji yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Analisis regresi berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel bebas yaitu Kualitas Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ). Apakah masing-masing variabel bebas berhubungan positif atau negatif. Serta untuk memprediksi nilai variabel bebas apakah mengalami kenaikan atau penurunan. Adapun analisis linear berganda pada kali ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas

Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. Berikut ini hasil dari analisis regresi linear berganda yang didapatkan melalui pengolahan data SPSS Versi 22.

**Tabel 5.55 Uji Regresi Linear Berganda**

| Coefficients <sup>a</sup>                    |                         |                             |            |                           |       |      |
|----------------------------------------------|-------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                                        |                         | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|                                              |                         | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1                                            | (Constant)              | ,287                        | 2,463      |                           | ,116  | ,908 |
|                                              | KUALITAS PRODUK (X1)    | ,287                        | ,084       | ,382                      | 3,428 | ,001 |
|                                              | HARGA (X2)              | ,468                        | ,132       | ,358                      | 3,531 | ,001 |
|                                              | KUALITAS PELAYANAN (X3) | ,153                        | ,049       | ,293                      | 3,149 | ,003 |
| a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN (Y) |                         |                             |            |                           |       |      |

Sumber: Data Olahan 2020

Dari hasil SPSS Versi 22 diatas didapatkan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut ini :

$$Y = 0,287 + 0,287 (X1) + 0,468 (X2) + 0,153 (X3) + \epsilon$$

Adapun uraian tersebut adalah sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 0,287 artinya bahwa jika tidak ada Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) maka nilai konsisten Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 0,287
2. Koefisien regresi Variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 0,287 artinya nilai ini mengandung arti bahwa setiap penambahan 1% Kualitas Produk (X1), maka Kepuasan Konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,287 satuan. Karena nilai koefisien regresi bernilai positif, maka dapat

3. dikatakan bahwa Kualitas Produk (X1) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y).
4. Koefisien regresi Variabel Harga (X2) sebesar 0,468 artinya nilai ini mengandung arti bahwa setiap penambahan 1% Harga (X2), maka Kepuasan Konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,468 satuan. Karena nilai koefisien regresi bernilai positif, maka dapat dikatakan bahwa Harga (X2) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y).
5. Koefisien regresi Variabel Kualitas Pelayanan (X3) sebesar 0,153 artinya nilai ini mengandung arti bahwa setiap penambahan 1% Kualitas Pelayanan (X3), maka Kepuasan Konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,153 satuan. Karena nilai koefisien regresi bernilai positif, maka dapat dikatakan bahwa Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y).
6. Dapat dilihat juga bahwa nilai t-hitung Kualitas Produk (X1) sebesar 3,428, Harga (X2) sebesar 3,531 dan Kualitas Pelayanan (X3) sebesar 3,149 artinya  $>$  t-tabel yaitu 2,012. Dengan nilai signifikansi Kualitas Produk (X1) 0,001, Harga (X2) 0,001 dan Kualitas Pelayanan (X3) 0,003 artinya  $<$  probabilitas 0,005. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang berarti bahwa Ada Pengaruh Signifikan Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen .

#### 5.7.2 Uji Asumsi Klasik Normalitas Kolmogorov Smirnov

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen memiliki distribusi normal atau tidak. Uji Normalitas pada penelitian ini menggunakan kolmogorov smirnov dari SPSS Versi 22.

**Tabel 5.56 Uji asumsi Klasik Normalitas**

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test     |                |                         |
|----------------------------------------|----------------|-------------------------|
|                                        |                | Unstandardized Residual |
| N                                      |                | 50                      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>       | Mean           | ,0000000                |
|                                        | Std. Deviation | 1,30272895              |
| Most Extreme Differences               | Absolute       | ,114                    |
|                                        | Positive       | ,114                    |
|                                        | Negative       | -,090                   |
| Test Statistic                         |                | ,114                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)                 |                | ,126 <sup>c</sup>       |
| a. Test distribution is Normal.        |                |                         |
| b. Calculated from data.               |                |                         |
| c. Lilliefors Significance Correction. |                |                         |

*Sumber: Data Olahan 2020*

Berdasarkan hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov pada tabel di atas diketahui nilai Asymp. Sig atau Nilai Signifikansi 0,126. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal karena nilai Asymp. Sig 0,126 > 0,005.

- Jika nilai signifikansi > 0,005 maka nilai residual berdistribusi normal

- Jika nilai signifikansi  $< 0,005$  maka nilai residual berdistribusi tidak normal

### 5.7.3 Uji Asumsi Klasik Multikoleniaritas Tolerance dan VIF

Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Adanya multikoleniaritas dapat dilihat dari nilai *tolerance value* atau nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*. Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Adapun syarat atau dasar pengambilan keputusan uji multikoleniaritas adalah jika nilai *tolerance* lebih besar  $> 0,10$  maka tidak terjadi multikoleniaritas dan jika nilai *VIF* lebih kecil dari  $< 10,00$  maka artinya tidak terjadi multikoleniaritas. Adapun dapat dilihat tabel sebagai berikut:

**Tabel 5.57 Uji Asumsi Klasik Multikoleniaritas**

| Coefficients <sup>a</sup> |            |                             |            |                           |      |      |                         |     |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|------|-------------------------|-----|
| Model                     |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t    | Sig. | Collinearity Statistics |     |
|                           |            | B                           | Std. Error | Beta                      |      |      | Tolerance               | VIF |
| 1                         | (Constant) | ,287                        | 2,463      |                           | ,116 | ,908 |                         |     |

|                                              |                                |      |      |      |       |      |      |       |
|----------------------------------------------|--------------------------------|------|------|------|-------|------|------|-------|
|                                              | KUALITAS<br>PRODUK<br>(X1)     | ,287 | ,084 | ,382 | 3,428 | ,001 | ,520 | 1,922 |
|                                              | HARGA (X2)                     | ,468 | ,132 | ,358 | 3,531 | ,001 | ,630 | 1,588 |
|                                              | KUALITAS<br>PELAYANA<br>N (X3) | ,153 | ,049 | ,293 | 3,149 | ,003 | ,749 | 1,335 |
| a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN (Y) |                                |      |      |      |       |      |      |       |

Sumber: Data Olahan 2020

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa :

Dapat dilihat nilai tolerance dari variabel Kualitas Produk (X1) 0,520, Harga (X2) 0,630 dan Kualitas Pelayanan (X3) 0,749 artinya nilai dari tiga variabel tersebut  $> 0.10$  dan nilai VIF Kualitas Produk (X1) 1,922, Harga (X2) 1,588 dan Kualitas Pelayanan (X3) 1,335. Artinya nilai VIF tiga variabel tersebut  $< 10,00$ . Artinya tidak terjadi multikolinearitas.

#### 5.7.4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen yaitu Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) mempengaruhi variabel dependen Kepuasan Konsumen (Y). Dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 5.58 Koefisien Determinasi**

| Model Summary                                                                        |                   |          |                   |                            |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                                                                                | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1                                                                                    | ,838 <sup>a</sup> | ,702     | ,683              | 1,34454                    |
| a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN (X3), HARGA (X2), KUALITAS PRODUK (X1) |                   |          |                   |                            |

*Sumber: Data Olahan 2020*

Berdasarkan dari lampiran hasil analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) diketahui  $R$  Square sebesar 0,702 atau 70,2%. Pada variabel independen yaitu Kualitas Produk,

Harga dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen Kepuasan Konsumen. Sisanya 29,8% dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Artinya adalah Kualitas



Produk yang dimiliki sangat baik dalam bersaing, Harga yang terjangkau dan bersaing serta Kualitas Pelayanan yang diberikan memuaskan konsumen.

### 5.7.5 Uji Koefisien Korelasi Berganda (R)

Korelasi berganda digunakan untuk mengetahui kuatnya hubungan antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Adapun syarat atau dasar pengambilan keputusan uji koefisien korelasi berganda adalah nilai Sig. F Chang  $e < 0,005$  dan nilai  $R > r\text{-tabel}$ . Dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 5.59 uji Koefisien Korelasi Berganda (R)**

| Model Summary |   |          |                   |                            |                   |          |     |     |               |
|---------------|---|----------|-------------------|----------------------------|-------------------|----------|-----|-----|---------------|
| Model         | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Change Statistics |          |     |     |               |
|               |   |          |                   |                            | R Square Change   | F Change | df1 | df2 | Sig. F Change |

|                                                                                      |                   |      |      |         |      |        |   |    |      |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|------|------|---------|------|--------|---|----|------|
| 1                                                                                    | ,838 <sup>a</sup> | ,702 | ,683 | 1,34454 | ,702 | 36,181 | 3 | 46 | ,000 |
| a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN (X3), HARGA (X2), KUALITAS PRODUK (X1) |                   |      |      |         |      |        |   |    |      |

*Sumber: Data Olahan 2020*

Dapat dilihat nilai signifikansi F Change  $0,000 < 0,005$  dan nilai R  $0,838 > r\text{-tabel } 0,278$ . Sehingga dapat dikatakan berkorelasi.

Nilai R sebesar 0,838 maka masuk kategori korelasi sempurna.

- Nilai Pearson Correlation 0,00 s/d 0,20 = tidak ada korelasi
- Nilai Pearson Correlation 0,21 s/d 0,40 = korelasi lemah
- Nilai Pearson Correlation 0,41 s/d 0,60 = korelasi sedang
- Nilai Pearson Correlation 0,61 s/d 0,80 = korelasi kuat
- Nilai Pearson Correlation 0,81 s/d 1,00 = korelasi sempurna

#### 5.7.6 Uji T (Parsial)

Uji T dilakukan untuk menguji secara parsial apakah masing-masing variabel independen yakni Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) secara parsial maupun masing-masing berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Analisis dilakukan dengan memperhatikan nilai t-hitung yang kemudian dibandingkan dengan nilai t-tabel. Nilai t-tabel pada penelitian ini adalah sebesar 2,012. Berikut ini adalah hasil perhitungan t-hitung dari program SPSS Versi 22 :

**Tabel 5.60 Uji T**

| <b>Coefficients<sup>a</sup></b> |                      |                             |            |                           |       |      |
|---------------------------------|----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                           |                      | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | Sig. |
|                                 |                      | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1                               | (Constant)           | ,287                        | 2,463      |                           | ,116  | ,908 |
|                                 | KUALITAS PRODUK (X1) | ,287                        | ,084       | ,382                      | 3,428 | ,001 |
|                                 | HARGA (X2)           | ,468                        | ,132       | ,358                      | 3,531 | ,001 |
|                                 | KUALITAS             | ,153                        | ,049       | ,293                      | 3,149 | ,003 |

|                                              |                |  |  |  |  |  |
|----------------------------------------------|----------------|--|--|--|--|--|
|                                              | PELAYANAN (X3) |  |  |  |  |  |
| a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN (Y) |                |  |  |  |  |  |

Sumber : Data Olahan 2020

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa sebagai berikut :



1. Untuk variabel Kualitas Produk (X1), t-hitung adalah sebesar  $3,428 > t$ -tabel 2,012 dengan tingkat signifikan  $0,001 < 0,005$  maka Hipotesis pertama ( $H_1$ ) berpengaruh signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap meningkatkan Kepuasan Konsumen (Y).
2. Untuk variabel Harga (X2), t-hitung adalah sebesar  $3,531 > t$ -tabel 2,012 dengan tingkat signifikan  $0,001 < 0,005$  maka Hipotesis kedua ( $H_2$ ) berpengaruh signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap meningkatkan Kepuasan Konsumen (Y).
3. Untuk variabel Kualitas Pelayanan (X3), t-hitung adalah sebesar  $3,149 > t$ -tabel 2,012 dengan tingkat signifikan  $0,003 < 0,005$  maka Hipotesis kedua ( $H_3$ ) berpengaruh signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh signifikan terhadap meningkatkan Kepuasan Konsumen (Y).

Adapun nilai T-tabel didapati dari rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} T\text{-tabel} &= t (\alpha / 2 ; n - k - 1) \\ &= t (0,05 / 2 ; 50 - 3 - 1) \\ &= t (0,025 ; 46) \\ &= t 2,012 \end{aligned}$$

Keterangan:  $n$  = jumlah sampel

$k$  = jumlah variabel bebas (X1, X2 dan X3)

$\alpha = 0,05$

Variabel yang besar pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen adalah variabel Harga (X2) yakni nilai t-hitung untuk Harga (X1) sebesar 3,531 > t-hitung Kualitas Produk (X1) sebesar 3,428 dan Kualitas Pelayanan (X3) sebesar 3,149. Maka Harga (X2) merupakan yang dominan dalam mempengaruhi Kepuasan Konsumen. Dari hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa Ha diterima yaitu Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café K day Musami Kecamatan Peranap.

#### 2. 5.7.7 Uji F (Simultan)

Pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah semua variabel bebas Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat Kepuasan Konsumen (Y). Adapun kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut :

**Tabel 5.61 Uji F**

| ANOVA <sup>a</sup>                                                                   |            |                |    |             |        |                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model                                                                                |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1                                                                                    | Regression | 196,222        | 3  | 65,407      | 36,181 | ,000 <sup>b</sup> |
|                                                                                      | Residual   | 83,158         | 46 | 1,808       |        |                   |
|                                                                                      | Total      | 279,380        | 49 |             |        |                   |
| a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN (Y)                                         |            |                |    |             |        |                   |
| b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN (X3), HARGA (X2), KUALITAS PRODUK (X1) |            |                |    |             |        |                   |

Sumber : Data Olahan 2020

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat hasil Uji-F secara simultan, maka diperoleh nilai F-hitung = 36,181 dengan tingkat signifikansi 0,000. Sedangkan F-tabel = 2,80. Nilai F-hitung  $36,181 > F\text{-tabel } 2,80$  dan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,005$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) Harga (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y). Adapun nilai F-tabel didapatkan sebagai berikut :

Adapun nilai F-tabel didapatkan sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 df(N1) &= k-1 \\
 &= 4-1 \\
 &= 3 \\
 df(N2) &= (k ; 50 - k) \\
 &= (3 ; 50 - 3) \\
 &= (3 ; 47) \\
 &= 2,80
 \end{aligned}$$

Keterangan : k = jumlah variabel bebas dan terikat (X1, X2, X3 dan Y)

n = jumlah sampel

## 5.8 Pembahasan

### 1.Kualitas Produk

Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. (Kotler,2005:49). Dari variabel kualitas produk untuk dimensi keistimewaan di Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap didapat skor tertinggi 250 dengan indikator kelengkapan menu, nilai skor terendah 213 dengan indikator

kelengkapan fasilitas cafe dari dimensi keistimewaan. Dari hasil uji signifikan secara parsial (uji t) Kualitas Produk (X1), t-hitung adalah sebesar  $3,428 > t\text{-tabel } 2,012$  dengan tingkat signifikan  $0,001 < 0,005$  maka Hipotesis pertama ( $H_1$ ) berpengaruh signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap meningkatkan Kepuasan Konsumen (Y).

## **2.Harga**

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut (Kotler dan Amstrong, 2011). Dari variabel harga untuk dimensi keterjangkauan harga pada Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap didapat skor tertinggi 235 dengan indikator harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan, nilai skor terendah 221 dari indikator Harga yang ditawarkan pada konsumen sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan dari dimensi kesesuaian harga dengan kualitas produk. kemudian diperoleh total skor Harga (X2), t-hitung adalah sebesar  $3,531 > t\text{-tabel } 2,012$  dengan tingkat signifikan  $0,001 < 0,005$  maka Hipotesis kedua ( $H_2$ ) berpengaruh signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap meningkatkan Kepuasan Konsumen (Y).

## **3.Kualitas Pelayanan**

Dimana kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen. (Tjiptono (2005)). Dari variabel kualitas pelayanan untuk

dimensi bukti fisik di Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap didapat skor tertinggi 233 dari indikator fasilitas yang berdaya tarik visual, nilai skor terendah 207 dengan indikator Kesiapan untuk merespon setiap permintaan konsumen untuk dimensi daya tanggap. Untuk total skor kualitas pelayanan(X3) Kualitas Pelayanan (X3), t-hitung adalah sebesar  $3,149 > t\text{-tabel } 2,012$  dengan tingkat signifikan  $0,003 < 0,005$  maka Hipotesis kedua ( $H_3$ ) berpengaruh signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh signifikan terhadap meningkatkan Kepuasan Konsumen (Y).

#### **4. Kepuasan Konsumen**

Kepuasan Konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja yang dipersepsikan dengan harapannya. (Kotler dan Keller(2009). Dari variabel kepuasan konsumen untuk dimensi minat berkunjung kembali dan dimensi ketersediaan merekomendasikan di Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap didapat skor sama-sama tinggi dengan total skor 222 dengan indikator Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk dan Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa, dan nilai skor terendah 210 dengan indikator Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan, dimensi kesesuaian harapan. Berdasarkan dari penelitian hasil Uji-F secara simultan, maka diperoleh nilai F-hitung = 36,181 dengan tingkat signifikansi 0,000. Sedangkan F-tabel = 2,80. Nilai F-hitung  $36,181 > F\text{-tabel } 2,80$  dan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,005$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) Harga (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) secara bersama-

sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

Variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah kualitas produk. Dimana faktor dominannya adalah kelengkapan menu. Alasannya sebagian besar pelanggan atau konsumen Cafe K-day Musami adalah mereka yang datang ke Cafe K-day Musami memerlukan kelengkapan menu untuk memuaskan pelanggan dengan banyak pilihan makanan dan minuman supaya tidak membeli kemana-kemana, karena semua menu yang diinginkan konsumen tersedia di cafe tersebut, itu salah satu penting bagi konsumen. Menurut Philip Kotler (2020 : 347) kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh satu produsen.

## BAB VI

### PENUTUP

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut : 1) Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap dengan nilai  $t_{hitung}$  yang lebih besar dibanding dengan nilai  $t_{tabel}$ ; 2) Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap dengan nilai  $t_{hitung}$  yang lebih besar dibanding dengan nilai  $t_{tabel}$  ; 3) Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap dengan nilai  $t_{hitung}$  yang lebih besar dibanding dengan nilai  $t_{tabel}$ ; 4) Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap dengan nilai  $F_{hitung}$  yang lebih besar dibanding dengan nilai  $F_{tabel}$ . Dimana kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen . dengan demikian semakin baik kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan maka akan semakin baik kepuasan konsumen Cafe K-day Musami Kecamatan Peranap.

#### 6.2 Saran

1. Dilihat dari skor terendah pada variabel kualitas produk terdapat masalah pada kelengkapan fasilitas cafe. Diharapkan kepada perusahaan agar selalu memperhatikan desain interior dan fasilitas-fasilitas lainnya pada cafe agar

konsumen merasa nyaman dan puas untuk berkunjung maupun bercengramah di cafe k-day musami.

2. Dilihat dari skor terendah variabel kualitas pelayanan terdapat masalah pada respon karyawan terhadap kepuasan konsumen. Diharapkan kepada perusahaan merekrut karyawan yang lebih banyak lagi, supaya karyawan bisa melayani semua konsumen agar konsumen merasa puas dan merasa di butuhkan oleh cafe tersebut.
3. Dilihat dari skor terendah pada variabel kepuasan konsumen terdapat masalah tentang kepuasan konsumen terhadap pelayanan cafe k-day musami. Diharapkan kepada pihak perusahaan lebih mengajari sopan santun karyawan tentang melayani konsumen dan lebih mendahulukan keinginan konsumen agar konsumen merasa puas dan tidak di merasa diacuhkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip dan Keller Lane. 2010. Manajemen Pemasaran Edisi 12. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip, dan Gery Amstrong. 2012. Principles Of Marketing, Global Edition, 14 Edition, Pearson Education.
- Kotler, P., & K.L. Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. (Terjemahan Bob Sabran). Cetakan Ketiga Belas, Jakarta: Erlangga. (Edisi asli diterbitkan tahun 2009 oleh Pearson Education, Inc. New Jersey Upper Sadlle River).
- Kotler, P., & G. Amstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. (Terjemahan Bob Sabran). Edisi Kedua Belas. Jakarta: Erlangga. (Edisi asli diterbitkan tahun 2008 oleh Pearson Education Inc. Pearson Prentice Hall).
- Lovelock, C., J. Wirtz, & J. Mussry (2010). *Pemasaran Jasa Jilid II*. (Terjemahan Dian Wulandari dan Devri Barnadi Putera). Jakarta: Erlangga. (Edisi asli diterbitkan tahun 2007 oleh Pearson Education, Inc. Upper Saddle River, New Jersey).
- Lupiyoadi, Rambat, (2013). Manajemen Pemasaran Jasa, Jakarta : Salemba Empat.
- Sugioyono, 2001. *Perilaku Pembelian Konsumen dan Komunikasi Pemasaran* Rosda: Bandung.
- Sugioyono, 2007. *Metode Penelitian, Pendidikan, Pendekatan, Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung : ALFABETA
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta : Andi
- Zeithaml, V.A., Bitner, M.J., & Gremler, D.D. (2009). *Service marketing (5th ed)*. Singapore: The McGraw-Hill Companies, Inc