

## SKRIPSI

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KEDAI KOPI NIRWANA KABUPATEN INDRAGIRI HULU KECAMATAN PASIR PENYU AIRMOLEK**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau Pekanbaru Riau*



Oleh :

DIO FIRMANSYAH

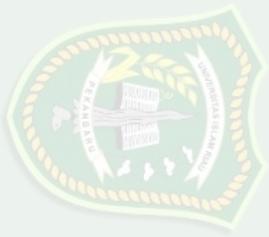
NPM : 165210486

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

**PEKANBAU  
2022**

**UNIVERSITAS**

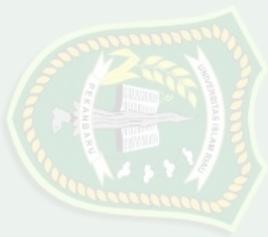
**ISLAM RIAU**



DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU



**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jalan Kaharudin Nasution No. 113 Perhentian Marpoyan  
Telp. (0761) 674674 Fax: (0761) 6748834 Pekanbaru 28284

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Dio Firmansyah  
NPM : 165210487  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN PADA KEDAI KOPI NIRWANA KECAMATAN INDRAMUKTI  
GIRIHULU PASOR PENYU AIR MOLEK.

Disahkan Oleh:

Pembimbing

Hj. Susie Suryani, SE., MM

Diketahui :

Ketua Program Studi



(Dr. Eva Sundari, SE., MM, CRBC)

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

**UNIVERSITAS**  
**ISLAM RIAU**

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin



## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis ini, Skripsi ini adalah asli belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana baik di Universitas Islam Riau maupun di perguruan lainnya.
2. Karya tulis murni gagasan dan penilaian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain maupun, kecuali arahan tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat, karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan 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 ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Pekanbaru,

Saya Yang Membuat Pernyataan



(Dio Firmansyah)

# UNIVERSITAS ISLAM RIAU

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU



**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS EKONOMI**

الجامعة الإسلامية الزيتية

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoayan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284  
Telp. +62 761 674674 Fax. +62 761 674834 Email : fekon@uir.ac.id Website : www.ac.uir.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME**

Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau menerangkan bahwa mahasiswa dengan identitas berikut:

**NAMA : DIO FIRMANSYAH**  
**NPM : 165210487**  
**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KEDAI KOPI NIRWANA INDRA GIRIHULU PASIR PENYU AIR MOLEK**  
**PEMBIMBING : SUSIE SURYANI, SE., MM**

Dinyatakan sudah memenuhi syarat batas maksimal plagiarisme yaitu 20% pada setiap subbab naskah skripsi yang disusun.

Demikianlah surat keterangan ini di buat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 21 Desember 2022

Ketua Program Studi Manajemen

Abd Razak Jer, SE., M.Si

**UNIVERSITAS**  
**ISLAM RIAU**

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU



**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**Nomor: 076/Kpts/FE-UIR/2021**  
**TENTANG PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA S1**  
**DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

- Membaca : Surat Penetapan Ketua Program Studi Manajemen tanggal, 2021-01-21 Tentang Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa
- Menimbang : 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. Undang-Undang Nomor : 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional  
 2. Undang-Undang Nomor : 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi  
 3. Peraturan Pemerintah Nomor : 4 Tahun 2014 Tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi  
 4. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2018  
 5. SK. Dewan Pimpinan YLPI Riau Nomor : 106/Kpts. A/YLPI/VI/2017 Tentang Pengangkatan Rektor Universitas Islam Riau Periode. 2017-2021  
 6. Peraturan Universitas Islam Riau Nomor : 001 Tahun 2018 Tentang Ketentuan Akademik Bidang Pendidikan Universitas Islam Riau.  
 7. SK. Rektor Universitas Islam Riau Nomor : 598/UIR/KPTS/2019 Tentang Pembimbing tugas akhir Mahasiswa Program Diploma dan Sarjana Universitas Islam Riau  
 a. Nomor: 510/A-UIR/4-1987

**MEMUTUSKAN**

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

No.	Nama	Jabatan Fungsional	Keterangan
1.	Hj. Susie Suryani, SE., MM,	Lektor, C/c	Pembimbing

2. Mahasiswa yang dibimbing adalah :  
 Nama : Dio Firmansyah  
 N P M : 165210487  
 Jurusan/Jenjang Pendd. : Manajemen  
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kopi Nirwana Kecamatan Indragiri Hulu Pasir Penyair Air Molek.
3. Tugas Pembimbing berpedoman kepada Surat Keputusan Rektor Universitas Islam Riau Nomor : 598/UIR/KPTS/2019 Tentang Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa Program Diploma dan Sarjana Universitas Islam Riau.
4. Dalam pelaksana bimbingan supaya memperhatikan Usul dan Saran dari Forum Seminar Proposal, kepada Dosen pembimbing diberikan Honorarium sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Riau.
5. Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan, apabila terdapat kekeliruan dalam keputusan ini akan diadakan perbaikan kembali.

Kutipan : disampaikan kepada Ybs untuk dilaksanakan sebaik-baiknya.

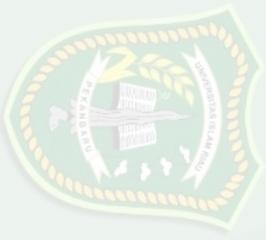
Ditetapkan di: Pekanbaru  
 Pada Tanggal: 21 Januari 2021



Dekan  
**Dr. Ni. Eva Sundari, SE., MM, C.R.B.C.**

Tembusan : Disampaikan pada :

- Kepada Yth. Ketua Program Studi EP, Manajemen dan Akuntansi
- Arsip File : SK.Dekan Kml Haj



**UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

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

**BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL**

Nama : Dio Firmansyah  
 NPM : 165210487  
 Judul Proposal : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Kedai Kopi Nirwana Kabupaten Indragiri Hulu Kecamatan Pasir Peny Air Molek).  
 Pembimbing : 1. Hj. Susie Suryani, SE., MM  
 Hari/Tanggal Seminar : Kamis 08 April 2021

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.	Hj. Susie Suryani, SE., MM	Ketua	1.
2.	Yul Efnita, SE., MM	Anggota	2.
3.	Ramzi Durin, SH., MH	Anggota	3.

\*Coret yang tidak perlu

Mengetahui  
A.n. Dekan Bidang Akademis

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

Pekanbaru, 08 April 2021  
Sekretaris,

Abd. Razak Jer, SE., M.Si



**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin



**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Alamat : Jalan Kaharudin Nasution No. 113 Perhentian Marpoan Pekanbaru  
Telp.(0761) 674681 Fax. (0761) 674834 PEKANBARU -28284

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Dio Firmansyah  
NPM : 165210487  
Program Studi : Manajemen (S1)  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Fakultas : Ekonomi  
Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Kopi Nirwana Kecamatan Indragiri Hulu Pasir Penyu Air Molek.

No	Tanggal	Catatan sponsor	Berita Acara	Paraf
1	9 Maret 2021	X	<ul style="list-style-type: none"><li>Sempurnakan Operasional Variable</li><li>Sempurnakan Analisis Data.</li></ul>	
2	22 Maret 2021	X	<ul style="list-style-type: none"><li>ACC Seminar Proposal</li></ul>	
3	12 Oktober 2022	X	<ul style="list-style-type: none"><li>Pada bab IV Penelitian dan Pembahasan Tanggapan Responden Dibuat/Dijelaskan perindikator.</li></ul>	
4	16 November 2022	X	<ul style="list-style-type: none"><li>Perbaiki Susunan Hasil Statistik</li><li>Buat Pembahasan</li><li>Buat abstrac</li><li>Lampiran Photo objek Penelitian/ dokumentasi</li></ul>	
5	12 Desember 2022	X	<ul style="list-style-type: none"><li>Perbaiki Pembahasan</li><li>Perbaiki Kesimpulan</li><li>Perbaiki Abstrac</li></ul>	
6	12 Desember 2022	X	<ul style="list-style-type: none"><li>ACC Ujian Seminar Hasil.</li></ul>	

Pekanbaru,  
Wakil Dekan 1

Dina Hidayat, SE., M.Si., Ak., CA

**UNIVERSITAS**  
**ISLAM RIAU**

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU



**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
Nomor : 250 / Kpts/FE-UIR/2023  
TENTANG PENETAPAN DOSEN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

**Menimbang** : 1. Bahwa untuk menyelesaikan studi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau dilak sanakan ujian skripsi / oral komprehensive 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. Pembangun  
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 : Dio Firmansyah  
N P M : 165210487  
Program Studi : Manajemen S1  
Judul skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasa Konsumen Pada Kedai Kopi Nirwana Kecamatan Indra Girihulu Pasor Penyau Air Molek.

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

NO	Nama	Pangkat/Golongan	Bidang Diuji	SJabatan
1	Hj. Susie Suryani, SE., MM	Lektor, C/c	Materi	Ketua
2	Yul Eñita, SE., MM	Lektor, C/c	Sistematika	Sekretaris
3	Ramzi Durin, SH.,MH	Lektor, C/c	Methodologi	Anggota
4			Penyajian	Anggota
5			Bahasa	Anggota
6			-	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 : 29 Maret 2023  
Dekan



Dwi, Eva Sundari, SE., MM., CRBC

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**

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin



Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
 Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No 113 Marpovan Pekanbaru Telp 647647

**BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI**

Nama : Dio Firmansyah  
 NPM : 165210487  
 Jurusan : Manajemen / S1  
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Kopi Nirwana Kecamatan Indra Girihulu Pasor Penyau Air Molek.  
 Hari/Tanggal : Rabu 29 Maret 2023  
 Tempat : Ruang Sidang Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIR

Dosen Pembimbing			
No	Nama	Tanda Tangan	Keterangan
1	Hj. Susie Suryani, SE., MM		

Dosen Pembahas / Penguji			
No	Nama	Tanda Tangan	Keterangan
1	Yul Efnita, SE., MM		
2	Ramzi Durin, SH., MH		

Hasil Seminar : \*)

- Lulus ( Total Nilai )
- Lulus dengan perbaikan ( Total Nilai 78 )
- Tidak Lulus ( Total Nilai )

Mengetahui  
An.Dekan

Pekanbaru, 29 Maret 2023  
Ketua Prodi

Dina Hidayat, SE., M.Si., Ak., CA  
Wakil Dekan I

Abd. Razak Jer, SE., M.Si

\*) Coret yang tidak perlu

UNIVERSITAS ISLAM RIAU



**UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

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

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI / MEJA HIJAU**

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau No: 250/KPTS/FE-UIR/2023, Tanggal 28 Maret 2023, Maka pada Hari Rabu 29 Maret 2023 dilaksanakan Ujian Oral Komprehensif/Meja Hijau Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau pada Program Studi **Manajemen** Tahun Akademis 2022/2023.

- |                         |  |
|-------------------------|--|
| 1. Nama                 | : Dio Firmansyah   |
| 2. NPM                  | : 165210487  |
| 3. Program Studi        | : Manajemen S1   |
| 4. Judul skripsi        | : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Kopi Nirwana Kecamatan Indra Girihulu Pasor Penyau Air Molek. |
| 5. Tanggal ujian        | : 29 Maret 2023  |
| 6. Waktu ujian          | : 60 Menit.  |
| 7. Tempat ujian         | : Ruang Sidang Meja Hijau Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIR  |
| 8. Lulus Yudicium/Nilai | : <b>Lulus (B+) 78</b>   |
| 9. Keterangan lain      | : Aman dan lancar.   |

**PANITIA UJIAN**

Ketua

Sekretaris

Dina Hidayat, SE., M.Si., Ak., CA  
Wakil Dekan Bidang Akademis

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

Dosen penguji :

- Hj. Susie Suryani, SE., MM
- Yul Efnita, SE., MM
- Ramzi Durin, SH., MH

()  
()  
()

Pekanbaru, 29 Maret 2023

Mengetahui  
Dekan,



Dwi Hija Dya Sundari, SE., MM., CRBC

**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin

## ABSTRAK

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KEDAI KOPI NIRWANA KABUPATEN INDRAGIRI HULU KECAMATAN PASIR PENYU AIRMOLEK**

OLEH :

**DIO FIRMANSYAH**  
**165210486**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Kopi Nirwana Kabupaten Indragiri Hulu Kecamatan Pasir Peny Airmolek. Penelitian merupakan penelitian yang bersifat kualitatif deskriptif dan kuantitatif dengan jumlah sampel yaitu sebesar 100 orang. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen puas terhadap kualitas produk yang dijual oleh Kedai Kopi Nirwana. Adapun hasil analisis dari pada uji statistik menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Sehingga dapat disimpulkan semakin tinggi tingkat kualitas produk maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen terhadap produk yang tersedia atau yang di jual oleh Kedai Kopi Nirwana.

***Kata Kunci : Kualitas Produk, Kedai Kopi Dan Kepuasan Konsumen***

**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**



UNIVERSITAS ISLAM RIAU

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin

## ABSTRACT

### THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT NIRWANA COFFEE STORE, INDRAGIRI HULU DISTRICT, PASIR PENTU AIRMOLEK

BY:

**DIO FIRMANSYAH**  
**165210486**

This study aims to analyze the effect of product quality on consumer satisfaction at Nirwana Coffee Shop, Indragiri Hulu District, Pasir Turtle District, Airmolek. This research is a qualitative descriptive and quantitative research with a sample size of 100 people. The analytical method used in this research is simple linear regression analysis. The results of this study indicate that consumers are satisfied with the quality of the products sold by Nirwana Coffee Shop. The results of the analysis of the statistical tests show that product quality has a significant and positive effect on consumer satisfaction. So it can be concluded that the higher the level of product quality, the higher the level of consumer satisfaction with the products available or sold by Nirwana Coffee Shop.

***Keywords : Product Quality, Coffee Shops And Consumer Satisfaction***

**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**



DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :  
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS</b> .....	9
2.1 Kualitas Produk .....	9
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk .....	9
2.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk .....	12
2.2.3 Dimensi Kualitas Produk .....	14
2.2 Kepuasan Konsumen .....	16
2.2.1 Pengertian Kepuasan Konsumen .....	16
2.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen .....	19
2.2.3 Manfaat Kepuasan Konsumen .....	19
2.2.4 Cara Meningkatkan Kepuasan Konsumen .....	20
2.2.5 Dimensi Kepuasan Konsumen .....	21
2.3 Penelitian Terdahulu .....	22
2.4 Kerangka Pemikiran .....	24
2.5 Hipotesis .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	26
3.1 Objek Penelitian .....	26



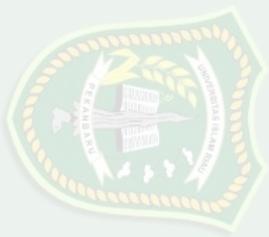
3.2 Operasional Variabel Penelitian .....	26
3.3 Populasi dan Sampel.....	28
3.3.1 Populasi Penelitian.....	28
3.3.1 Sampel Penelitian .....	28
3.4 Jenis dan Sumber Data .....	29
3.4.1 Jenis Data.....	29
3.4.2 Sumber Data .....	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	30
3.6 Metode Analisis Data .....	31
3.6.1 Uji Kualitas Data .....	32
3.6.2 Skala Pengumpulan Data .....	33
3.6.3 Analisis Data.....	33
3.6.4 Regresi Linear Sederhana .....	34
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.....</b>	<b>37</b>
4.1 Gambaran Umum Penelitian .....	37
4.1.1 Sejarah Kedai Kopi Nirwana .....	37
4.1.2 Menu Makanan dan Minuman.....	38
4.2 Hasil Penelitian.....	39
4.3 Karakteristik Responden .....	39
4.4 Uji Kualitas Data .....	44
4.4.1 Uji Validitas.....	44
4.4.2 Uji Reabilitas .....	46
4.5 Analisis Deskriptif.....	47
4.5.1 Variabel Kualitas Produk (X) .....	48
4.5.2 Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	58
4.5.3 Rekapitulasi Variabel Penelitian.....	69
4.6 Hasil Analisis Statistik .....	75
4.6.1 Regresi Linear Sederhana .....	75
4.6.2 Uji Normalitas.....	77

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

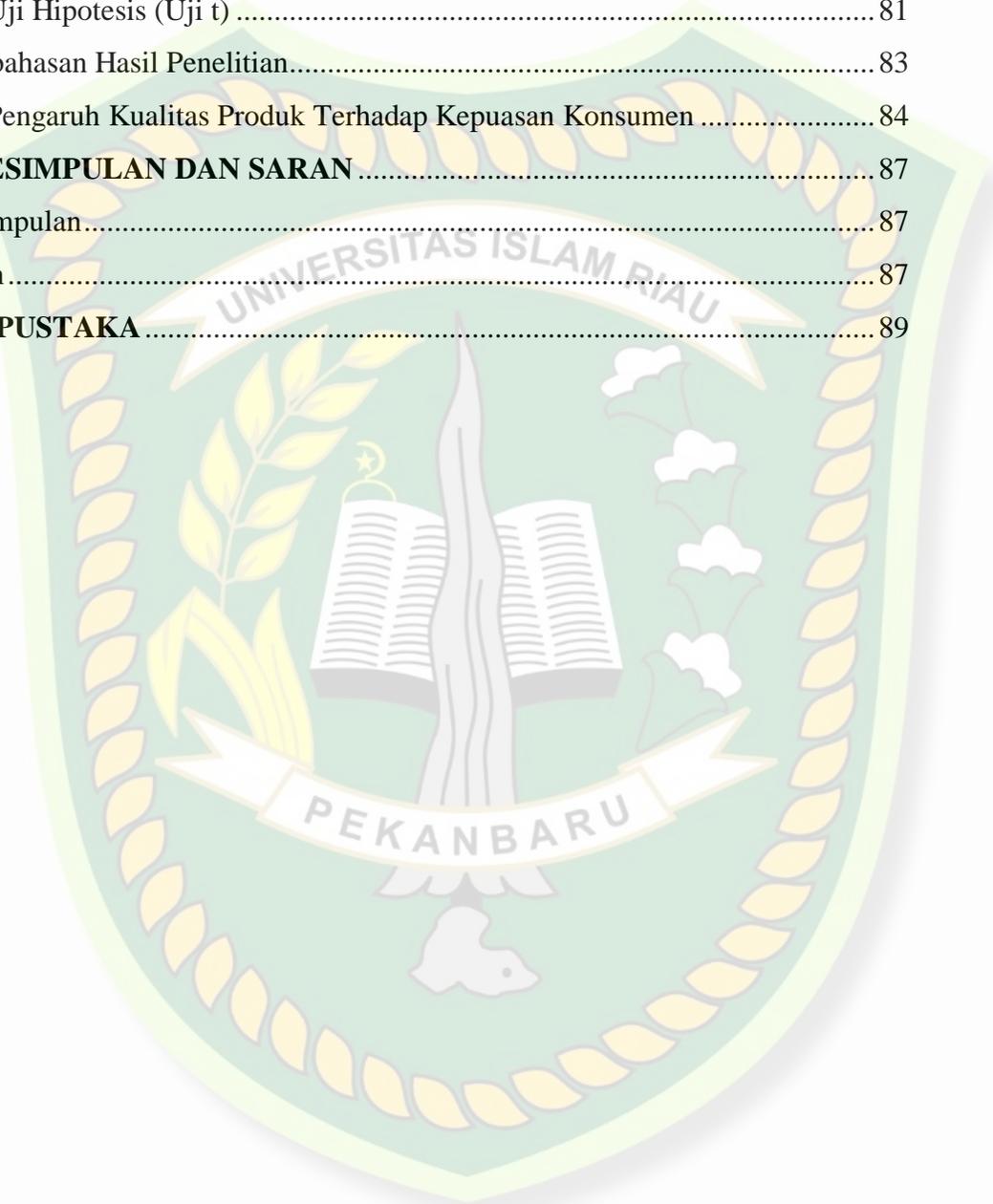
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

ISLAM RIAU



4.6.3 Uji Koefisien Korelasi .....	78
4.6.2 Uji Hipotesis (Uji t) .....	81
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	83
4.7.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen .....	84
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>87</b>
5.1 Kesimpulan.....	87
5.1 Saran.....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>89</b>



DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

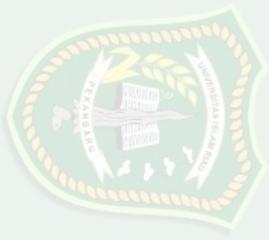
**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b> Data Pengunjung Kopi Nirwana Tahun 2021 .....	5
<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu.....	22
<b>Tabel 3.1</b> Operasional Variabel.....	26
<b>Tabel 3.2</b> Skala Likert .....	33
<b>Tabel 4.1</b> Menu Makanan dan Minuman Kedai Kopi Nirwana.....	36
<b>Tabel 4.2</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
<b>Tabel 4.3</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	41
<b>Tabel 4.4</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan/Status.....	42
<b>Tabel 4.5</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	43
<b>Tabel 4.6</b> Uji Validitas .....	45
<b>Tabel 4.7</b> Uji Reabilitas.....	47
<b>Tabel 4.8</b> Rekapitulasi Variabel Kualitas Produk .....	69
<b>Tabel 4.9</b> Rekapitulasi Variabel Kepuasan Konsumen .....	73
<b>Tabel 4.10</b> Regresi Linear Sederhana.....	76
<b>Tabel 4.11</b> Hasil Uji Normalitas.....	77
<b>Tabel 4.12</b> Uji Koefisien Korelasi.....	79
<b>Tabel 4.13</b> Uji Koefisien Determinasi.....	80
<b>Tabel 4.14</b> Uji Hipotesis (Uji t).....	63

**UNIVERSITAS**  
**ISLAM RIAU**



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis ..... 24



# UNIVERSITAS ISLAM RIAU

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 250 juta jiwa adalah pasar yang besar. Produk adalah segala hal yang memiliki nilai di target pasar sasaran yang dimana kemampuan atau nilai tersebut memiliki nilai kepuasan. Konsumen pasti menyukai produk yang memiliki kualitas, kinerja dan pelengkap inofatif yang terbaik yang mereka dapatkan. Apabila kualitas produk yang di hasilkan dapat memberikan kepuasan dan sesuai dengan selera pelanggan, maka produk-produk tersebut akan selalu di minati dan di cari pelanggan. (Sinurat, 2018)

Pada akhir-akhir ini masyarakat gemar sekali mengkonsumsi kopi dari muda sampai yang tua. Kopi merupakan salah satu minuman paling populer di dunia. Kopi murni yang dikonsumsi tanpa gula maupun susu, mengandung antioksidan tinggi dan bebrapa nutrisi yang bermanfaat bagi tubuh. Seperti riboflavin (vitamin B2), asam pantotenat (vitamin B5), mangan, kalium, natrium, magnesium, dan niacin (vitamin B3). Sejumlah studi menunjukkan bahwa orang yang rutin minum kopi 2 – 3 cangkir kopi sehari memiliki risiko lebih rendah mengalami penyakit serius, seperti diabetes tipe 2, kanker, penyakit jantung, penyakit parkinson dan gangguan hati.

Pada dasarnya kopi merupakan salah satu komoditi perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi di antara tanaman perkebunan lainnya dan berperan penting sebagai sumber devisa negara. Kopi tidak hanya berperan penting sebagai

sumber devisa melainkan juga merupakan sumber penghasilan bagi tidak kurang dari satu setengah juta jiwa petani kopi di Indonesia (Raharjo, 2012). Pada kondisi saat ini *Coffe Shop* menjadi salah satu bisnis yang sedang berkembang pesat di Indonesia. Fenomena ini muncul seiring dengan perubahan gaya hidup dan preferensi konsumen yang semakin berkembang, khususnya di kalangan generasi muda. *Coffe Shop* menawarkan suasana yang nyaman dan santai untuk menghabiskan waktu sambil menikmati kopi dan makanan ringan.

Beberapa faktor yang mempengaruhi pertumbuhan *Coffe Shop* tersebut diantaranya yaitu seperti : Perkembangan gaya hidup, perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia, khususnya di kalangan generasi muda, membuat konsumen semakin mencari tempat yang nyaman dan santai untuk menghabiskan waktu luang. *Coffe Shop* menjadi salah satu pilihan yang menarik karena menawarkan suasana yang nyaman dan santai. Perubahan gaya hidup konsumen turut mempengaruhi pertumbuhan *Coffe Shop* di Indonesia. Konsumen saat ini lebih menyukai minuman kopi yang kualitasnya terjaga dan disajikan dengan tampilan yang menarik serta didukung dengan suasana yang nyaman.

Maka seiring dengan semakin meningkatnya pertumbuhan usaha *Coffe Shop* saat ini, tentu akan semakin ketat pula persaingan sesama pelaku usaha *Coffe Shop* tersebut sehingga para pelaku bisnis *Coffe Shop* harus mampu menghadapi berbagai tantangan dengan mengembangkan strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan di pasar. Meningkatkan kualitas produk dan layanan adalah salah satu



strategi utama yang dapat membantu *Coffe Shop* untuk memenangkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan menyajikan kopi berkualitas tinggi, menyediakan berbagai pilihan produk serta mempertahankan konsistensi rasa, dan meningkatkan pelayanan pelanggan.

Pada dasarnya kualitas produk memiliki pengaruh yang besar terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memperhatikan kualitas produk mereka agar dapat memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen. Perusahaan dapat meningkatkan kualitas produk dengan melakukan peningkatan pada proses produksi, pengawasan mutu, dan pengembangan produk yang inovatif dan berkualitas tinggi. Dengan demikian, perusahaan dapat memperkuat citra merek mereka, meningkatkan kepuasan konsumen, dan meningkatkan keberlangsungan bisnis (Parasuraman, 2016).

Adapun kepuasan konsumen sendiri dapat diartikan sebagai perasaan positif yang dirasakan oleh pelanggan setelah melakukan pembelian atau menggunakan layanan dari perusahaan. Ketika pelanggan merasa puas, mereka cenderung akan kembali menggunakan produk atau layanan dari perusahaan dan merekomendasikannya kepada orang lain. Hal ini akan membantu perusahaan untuk mempertahankan basis pelanggan yang loyal dan menarik pelanggan baru. Sehingga berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, artinya konsumen cenderung akan merasa puas terhadap produk yang berkualitas baik.



Air Molek Pasir Penyau Indragiri Hulu merupakan salah satu daerah yang cukup berkembang dan memiliki jumlah penduduk yang pesat setiap tahunnya. Peminat kopi di Air Molek cukup tinggi terbukti dengan banyaknya kedai-kedai kopi yang berdiri dan menjual berbagai macam kopi dengan harga yang terjangkau. Salah satu kedai kopi yang cukup terkenal di Air Molek adalah kedai kopi Nirwana.

Kedai kopi ini terbilang cukup strategis, berlokasi di jl. Jendral Sudirman pasar Air Molek 1 Pasir Penyau kabupaten Indragiri Hulu. Kedai kopi milik Meiyati ini menjual berbagai macam kopi seperti, kopi o, kopi susu, kopi milo dan berbagai macam jenis lainnya. Untuk harga masing-masing kopi beragam seperti kopi o Rp. 7000, kopi susu Rp. 9000, dan kopi milo Rp. 10.000. Selain kopi ada juga menu pendamping yaitu ada indomie goreng, mie kuning goreng, nasi goreng, mie rebus, dan roti bakar dengan berbagai macam harga, Kedai kopi yang sudah berumur 81 tahun ini memiliki 6 karyawan wanita yaitu Imay, Alda, Lilis, Ratna, Susi dan Selfi.

Persaingan kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga begitu sengit menuntut para pelaku bisnis kopi untuk dapat menyediakan produk-produk yang berkualitas dan harga yang terjangkau oleh konsumen. Pelaku bisnis juga diharapkan dapat mengembangkan suatu produk yang bermanfaat dan inovatif sesuai dengan harapan konsumen dan kebutuhan pasar, sehingga kepuasan konsumen dapat diperoleh dan akan membuat konsumen melakukan pembelian dimasa yang akan datang.

**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**



Kedai kopi nirwana ini adalah kedai kopi cukup populer di Air Molek, karena kedai kopi ini sudah berdiri 81 tahun jadi kedai kopi ini sudah mempunyai banyak langganan. Pada hari biasa kedai kopi ini bias menjual 100 gelas dalam sehari, pada weekend bias lebih dari 100 gelas seharinya. Berikut adalah data pengunjung per bulan Juli sampai bulan Desember :

**Tabel 1.1**  
**Data Pengunjung Kopi Nirwana Tahun 2021**

<b>Bulan</b>	<b>Juli</b>	<b>Agustus</b>	<b>September</b>	<b>Oktober</b>	<b>November</b>	<b>Desember</b>
<b>Jumlah Pengunjung</b>	1120	1100	1209	957	1021	1250

*Sumber : Data olahan 2021*

Dari data diatas dapat kita lihat jumlah pengunjung kedai kopi nirwana mengalami fluktuasi disetiap bulannya. Namun pada kenyataannya, masih terdapat beberapa permasalahan yang terjadi dikedai kopi nirwana khususnya tentang kepuasan konsumen. Dari pengamatan secara langsung yang dilakukan oleh peneliti tentang kepuasan konsumen, peneliti merasa ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen seperti kualitas produk (kualitas biji kopi, cita rasa) yang kurang baik, pelayanan (fasilitas kamar mandi, lahan parkir, kemampuan dan keramahan karyawan) yang dimiliki oleh kedai kopi nirwana kurang memuaskan.

Dalam menentukan kepuasan konsumen ada 5 faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan menurut Lupyoadi (2001) antara lain, (1) kualitas produk, yaitu

pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. (2) kualitas pelayanan atau jasa yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan sesuai yang diharapkan, (3) emosi, pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi, (4) harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah, (5) biaya, pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut. (Jayanti, 2020).

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti di kedai kopi nirwana dapat dilihat gejala sebagai berikut : Kualitas produk kopi yang digunakan sehingga mempengaruhi kepuasan pelanggan

Berdasarkan gejala-gejala diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul : **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Kedai Kopi Nirwana Kabupaten Indragiri Hulu Kecamatan Pasir Penyau Air Molek)”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat diidentifikasi rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :



Apakah terdapat pengaruh dari kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di kedai kopi nirwana Air Molek Pasir Penyau Kabupaten Indragiri Hulu?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah :  
Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian kopi di kedai kopi nirwana.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Berikut merupakan uraian terkait manfaat dari pada penelitian ini, diantaranya yaitu :

1. Sebagai bahan masukan dan informasi bagi perusahaan agar lebih mengembangkan usaha kedai kopi nirwana
2. Sebagai bahan refrensi bagi peneliti selanjutnya.
3. Menjadi innforman bagi para peneliti yang ingin mengadakan penelitian dalam bidang yang sama dan pembahasan terhadap masalah pemasaran kedai kopi di Air molek.

### 1.5 Sistematika Penulisan

Adapun dalam penelitian ini, sistematika penulisan 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**

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 serta analisis data.

## **BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

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

## **BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini uraian analisis serta pembahasan hasil penelitian tentang pengaruh kualitas terhadap keputusan pembelian pada kedai kopi nirwana di kabupaten Indragiri hulu kecamatan pasir penyu air molek Riau.

## **BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN**

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

**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**



## BAB II

### TELAHAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

#### 2.1 Kualitas Produk

##### 2.2.1 Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan salah satu sarana positioning utama pemasar (Kotler, 2008:272). Suatu produk dikatakan berkualitas apabila produk tersebut sesuai dengan keinginan konsumen. Produk yang berkualitas akan dinilai baik oleh konsumen dan memberikan kepuasan kepada konsumen. Oleh karena itu, dalam menciptakan produk harus berfokus pada konsumen agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Untuk dapat bertahan dalam persaingan bisnis, suatu perusahaan harus mengerti aspek dimensi yang digunakan oleh konsumen dalam membandingkan produk perusahaan satu dengan perusahaan lain. (Afnina & Hastuti, 2018)

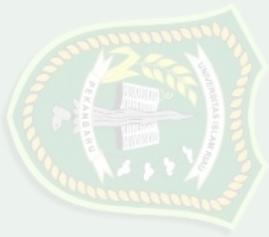
Menurut Gaarvin dan A. Dale Timepe (1990, dalam alma, 2011) Kualitas adalah keunggulan yang dimiliki oleh produk tersebut. Kualitas pandangan konsumen adalah hal yang menyerupai ruang lingkup tersendiri yang berbeda dengan kualitas dalam pandangan produsen saat mengeluarkan suatu produk yang bias dikenal kualitas sebenarnya, sedangkan menurut Kothler dan Amstrong (2008) kualitas adalah karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat laten. (Majid, 2019)



Menurut tjiptono (2008) kualitas merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya. Sedangkan menurut kothler (2009), kualitas didefinisikan sebagai keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun tersirat. (Debby, 2020)

Demi mencapai kualitas produk yang diinginkan oleh konsumen maka diperlukan adanya standar kualitas. Ini dimaksud untuk menjaga agar produk yang akan dihasilkan memenuhi standar yang ditetapkan sehingga konsumen merasa puas dan konsumen tidak kehilangan kepercayaan terhadap produk tersebut. (Izzuddin & Muhsin, 2020). Produsen yang tidak memperhatikan kualitas produknya akan menanggung ketidak loyalan konsumen sehingga penjualan produk tersebut akan menurun. Jika produsen memperhatikan kualitas dan diperkuat dengan pemasaran dan harga yang wajar maka konsumen tidak berfikir panjang untuk membeli produk (Kothier dan Armstrong, 2008)

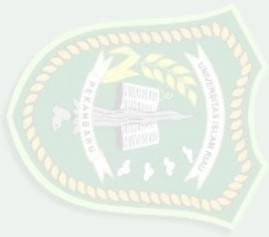
Menurut Kothier dan Armstrong (2008) kualitas mempunyai arti kemampuan sebuah produk dalam memerragakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reabilitas ketepatan, kemudahan pengoperasion dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Berdasarkan penjelasan tersebut maka menunjukkan bahwa kualitas produk adalah keseluruhan barang dan jasa yang berkaitan dengan keinginan konsumen dalam membeli barang yang secara keunggulan produk mempunyai



kelayakan untuk diperjual belikan sesuai dengan harapan konsumen (Anggraeni, 2016).

Adapun menurut Joseph M. Juran (dalam Wijaya, 2016) mendefinisikan kualitas produk sebagai kesesuaian dengan penggunaan yang diharapkan atau dimaksudkan, atau dengan kata lain, produk yang memenuhi spesifikasi dan memuaskan konsumen. Menurut Juran, kualitas produk tidak hanya terbatas pada aspek teknis seperti kekuatan, ukuran, atau bentuk, tetapi juga termasuk aspek non-teknis seperti layanan dan kepuasan pelanggan. Kualitas produk menjadi dua kategori, yaitu kualitas produk kepuasan dan kualitas produk kesesuaian. Kualitas produk kepuasan mencakup kualitas produk yang diharapkan oleh konsumen dan kualitas produk yang sebenarnya diterima oleh konsumen setelah menggunakan produk tersebut. Kualitas produk kesesuaian, di sisi lain, mencakup kemampuan produk untuk memenuhi spesifikasi dan standar yang ditetapkan.

Definisi kualitas produk dapat bervariasi tergantung dari sudut pandang dan konteks yang digunakan, namun secara umum kualitas produk dapat diartikan sebagai tingkat keunggulan atau kelayakan produk dalam memenuhi tujuan dan kebutuhan pelanggan serta standar kualitas yang ditetapkan oleh perusahaan. Kualitas produk juga dapat dilihat sebagai hasil dari proses desain, pembuatan, dan pemasaran yang berfokus pada memenuhi kebutuhan pelanggan dan menghasilkan produk yang dapat mempertahankan posisi pasar dan reputasi perusahaan.



### 2.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Kualitas produk dapat dipengaruhi oleh 9 bidang atau disebut juga dengan 9M. pada saat ini industry disetiap bidang bergantung pada kondisi yang membebani produksi melalui suatu cara yang tidak pernah dialami dalam periode sebelumnya.

(Feigenbaum, 2000) :

1. Market (pasar)

Konsumen diarahkan untuk mempercayai bahwa ada sebuah produk yang dapat memenuhi keinginan konsumen yang dapat memenuhi semua kebutuhan. Dengan bertambah perusahaan pasar menjadi bersifat fleksibel internasional dan mendunia dan mampu berubah arah dengan cepat.

2. Money (uang)

Persaingan yang meningkat dalam banyak bidang bersamaan dengan berfluktuasinya ekonomi membuat penurunan pada batas (margin) laba. Bertambahnya investasi pabrik harus dibayar dengan naiknya produktivitas yang menimbulkan kerugian yang besar dalam memproduksi. Hal itu disebabkan oleh bahan baku dan pengurangan kerjaan yang sangat serius.(Hizkia Jedia, 2020).

3. Management (manajemen)

Perusahaan yang memproduksi produk harus membuat perencanaan pemasaran yang sesuai dengan persyaratan yang ada. Pada bagian produksi harus mengembangkan dan memperbaiki proses produksi agar dapat memproduksi



sesuai dengan spesifikasi rancangan tersebut. Hal ini menambah beban manajemen puncak khususnya bertambahnya kesulitan dalam mengalokasikan tanggung jawab yang tepat untuk mengoreksi penyimpangan dari standar kualitas yang ada.

4. Men (manusia)

Perkembangan teknologi yang terjadi sekarang membuat perusahaan harus mencari karyawan yang mempunyai pengetahuan khusus tentang perkembangan teknologi yang ada.

5. Motivation (motivasi)

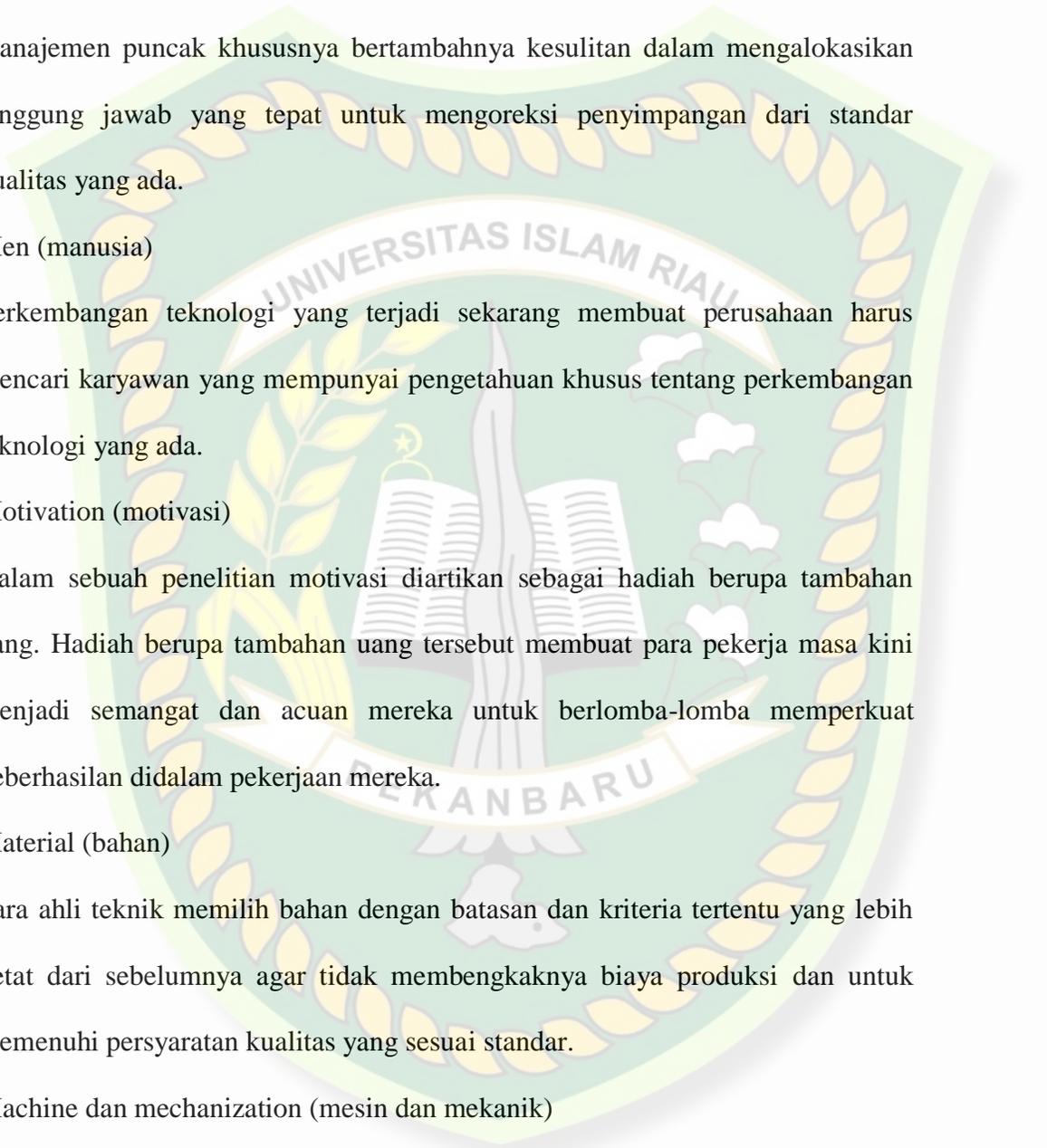
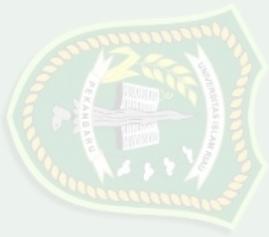
Dalam sebuah penelitian motivasi diartikan sebagai hadiah berupa tambahan uang. Hadiah berupa tambahan uang tersebut membuat para pekerja masa kini menjadi semangat dan acuan mereka untuk berlomba-lomba memperkuat keberhasilan didalam pekerjaan mereka.

6. Material (bahan)

Para ahli teknik memilih bahan dengan batasan dan kriteria tertentu yang lebih ketat dari sebelumnya agar tidak membengkaknya biaya produksi dan untuk memenuhi persyaratan kualitas yang sesuai standar.

7. Machine dan mechanization (mesin dan mekanik)

Perusahaan berlomba-lomba untuk menurunkan biaya dan volume produksi untuk memuaskan pelanggan telah mendorong penggunaan perlengkapan pabrik yang menjadi lebih rumit dan tergantung pada kualitas bahan yang dimasukkan



UNIVERSITAS

ISLAM RIAU

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

kedalam mesin tersebut, ini disebabkan agar waktu kerja fasiitasnya dapat digunakan sepenuhnya.

### 2.2.3 Dimensi Kualitas Produk

Juran dalam (Wijaya, 2016) menyebutkan jika kualitas yang dirasakan oleh konsumen selalui sama, maka konsumen cenderung merasa puas dengan produk tersebut. Namun, jika kualitas yang dirasakan lebih rendah dari kualitas yang sesungguhnya, maka konsumen cenderung merasa kecewa dan tidak puas. Maka berikut dimensi kualitas produk yang perlu diperhatikan, yaitu :

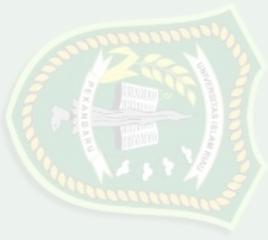
1. Kinerja (Performance)

Dimensi ini mencakup kemampuan produk dalam memenuhi fungsi atau tugas yang diharapkan oleh pelanggan. Kinerja produk dapat diukur dari kecepatan, akurasi, kapasitas, dan sebagainya. Produk yang memiliki kinerja yang baik akan lebih dihargai oleh pelanggan karena mampu memenuhi kebutuhan mereka dengan baik.

2. Fitur (Features)

Dimensi ini mencakup fitur atau ciri-ciri produk yang membedakannya dari produk sejenis. Fitur yang baik dan bermanfaat dapat meningkatkan nilai produk di mata pelanggan. Misalnya, pada mobil, fitur-fitur seperti sistem navigasi, kamera belakang, dan parkir otomatis menjadi nilai tambah yang diinginkan oleh pelanggan.





### 3. Kepastian (Conformance)

Dimensi ini mencakup kemampuan produk untuk memenuhi standar atau spesifikasi yang telah ditetapkan. Produk yang sesuai dengan standar akan lebih dihargai oleh pelanggan karena dianggap memiliki kualitas yang baik dan diandalkan.

### 4. Daya Tahan (Durability)

Dimensi ini mencakup kemampuan produk untuk bertahan dalam penggunaan jangka panjang tanpa mengalami kerusakan atau kegagalan. Produk yang tahan lama dan awet akan lebih dihargai oleh pelanggan karena dianggap memiliki nilai yang lebih tinggi.

### 5. Layanan (Service)

Dimensi ini mencakup kemudahan dan kepuasan dalam memperoleh layanan pelanggan terkait produk, seperti pelayanan purna jual, dukungan teknis, dan sebagainya. Produk yang didukung oleh layanan yang baik akan lebih dihargai oleh pelanggan karena dianggap memberikan rasa percaya dan nyaman bagi mereka.

### 6. Estetika (Aesthetics)

Dimensi ini mencakup aspek visual atau estetika dari produk, seperti desain, warna, dan bentuk yang menarik. Produk yang memiliki estetika yang baik dan menarik akan lebih dihargai oleh pelanggan karena dianggap memiliki nilai tambah.

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

UNIVERSITAS

ISLAM RIAU



## 7. Keamanan (Safety)

Dimensi ini mencakup kemampuan produk untuk memberikan rasa aman dan menghindarkan pengguna dari bahaya atau risiko. Produk yang aman dan bebas risiko akan lebih dihargai oleh pelanggan karena dianggap memberikan perlindungan bagi mereka.

## 2.2 Kepuasan Konsumen

### 2.2.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang memiliki peranan penting dalam bisnis. Kepuasan konsumen merupakan tonggak utama dalam keberhasilan suatu perusahaan. Oleh sebab itu, dalam upaya pemenuhan kepuasan konsumen, perusahaan harus jeli dalam mengetahui pegeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang setiap saat berubah. Menurut Philip Kotler (Sunyoto, 2013:35), konsumen bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umumnya yaitu kalau kinerja dibawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa tetapi kinerja sesuai dengan harapan konsumen akan merasa puas dan bilai kinerja bisa melebihi harapan maka konsumen akan merasa sangat puas senang atau gembira. (Wibowo 2020)

Kepuasan (Tjiptono, 2014:353) berasal dari bahasa latin yaitu “satis” yang berarti cukup baik atau memadai dan “facio” berarti melakukan atau membuat. Menurut Oliver, kepuasan pelanggan merupakan evaluasi terhadap surprise yang interen atau melekat pada perolehan produk/jasa konsumsi. Menurut love lock dan

**ISLAM RIAU**

wirtz (2011: 74) kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan yang berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa. Menurut tjiptono (2012 : 301) kepuasan konsumen merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai yang diharapkan serta dipenuhi secara baik.(Kusumawathi, 2019)

Menurut Philip kotler dan kevin lane keller (2007 : 177) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Menurut Djaslim saladin (2003: 9) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya (Sulistiana, 2020).

Pada dasarnya kepuasan konsumen dapat diartikan pada suatu keadaan di mana kebutuhan, keinginan, dan ekspektasi pelanggan terpenuhi melalui produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Ini berarti pelanggan merasa senang, puas, dan bahagia dengan produk atau jasa yang mereka terima dari perusahaan. Sehingga kepuasan konsumen adalah faktor kunci dalam membangun loyalitas pelanggan, meningkatkan citra merek, dan mempertahankan pangsa pasar. Ketika pelanggan merasa puas, mereka cenderung untuk kembali membeli produk atau jasa yang sama di masa depan dan bahkan merekomendasikan perusahaan tersebut kepada orang

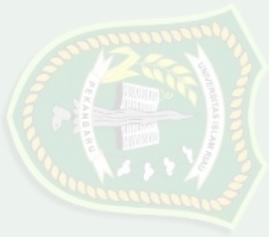


lain. Sebaliknya, ketidakpuasan pelanggan dapat berdampak buruk pada citra merek, mengurangi penjualan, dan menurunkan kepercayaan pelanggan pada perusahaan.

Menurut Philip Kotler, kepuasan konsumen terhadap kualitas produk merupakan persepsi konsumen terhadap sejauh mana produk memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi mereka. Konsep ini menggambarkan perasaan senang atau puas yang dialami oleh konsumen setelah membeli dan menggunakan suatu produk yang berkualitas sesuai dengan harapan mereka. Sedangkan menurut Oliver (1996), kepuasan konsumen terhadap kualitas produk adalah evaluasi positif konsumen atas kinerja produk yang mereka terima dan cocok dengan harapan mereka. Konsep ini juga menekankan pentingnya persepsi konsumen dan penilaian terhadap produk, sehingga bisa diterapkan pada produk fisik maupun layanan.

Adapun berdasarkan perspektif Joseph M. Juran, kepuasan konsumen terhadap kualitas produk diukur dengan seberapa besar produk tersebut memenuhi harapan atau kebutuhan konsumen. Konsep ini juga menekankan pentingnya keterlibatan manajemen dalam memastikan produk memenuhi harapan konsumen dengan memperhatikan dimensi kualitas produk seperti performa, fitur, kepastian, keamanan, estetika, dan daya tahan.

Secara umum, pengertian kepuasan konsumen terhadap kualitas produk adalah evaluasi positif yang dilakukan oleh konsumen terhadap kualitas suatu produk setelah mereka menggunakan produk tersebut, dan kualitas produk yang dihasilkan harus sesuai dengan ekspektasi atau kebutuhan konsumen. Pentingnya kepuasan



konsumen terhadap kualitas produk menjadi perhatian penting bagi perusahaan untuk mempertahankan loyalitas konsumen dan meningkatkan pangsa pasar mereka.

### **2.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen**

Kepuasan pelanggan memiliki banyak manfaat bagi perusahaan. Oleh sebab itu, perusahaan juga harus memahami faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan. (Baiti, 2019)

#### **1. Produk yang dihasilkan**

Faktor utama yang mempengaruhi adalah produk yang perusahaan hasilkan. Kualitas produk yang kamu hasilkan akan memiliki pengaruh yang besar.

#### **2. Pelayanan**

Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan sangat besar.

#### **3. Kemudahan**

Kemudahan adalah salah satu faktor yang penting dalam mempengaruhi kepuasan.

### **2.2.3 Manfaat Kepuasan Konsumen**

Dalam melakukan bisnis, kepuasan pelanggan sangat penting karena akan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan. Berikut ini merupakan manfaat-manfaatnya (Walangitan, 2019) :

1. Meningkatkan rasa suka dan loyalitas terhadap produk



kepuasan merupakan landasan utama rasa suka terhadap produk atau jasa yang diberikan. Jika pelanggan suka terhadap jasa atau produk maka pelanggan tersebut memiliki kemungkinan yang besar untuk kembali membeli produk.

## 2. Menjadi titik diferensiasi

Seiring berkembangnya zaman, muncul berbagai perusahaan dengan berbagai produk. Hal ini membuat keadaan pasar semakin kompetitif. Setiap perusahaan saling bersaing untuk memperoleh target pasar.

## 3. Menambah pendapatan dan citra baik

Pelanggan yang puas terhadap produk dari sebuah perusahaan dia akan terus menggunakan produk.

### 2.2.4 Cara Meningkatkan Kepuasan Konsumen

Karena berpengaruh besar terhadap pendapatan dan perkembangan perusahaan secara keseluruhan, banyak perusahaan berlomba-lomba untuk meningkatkan kepuasan dari pelanggan. (Endriati, 2020).

#### 1. Menerima kritik dan saran

Kritik dan saran yang perusahaan dapatkan dari pelanggan terkadang terkesan menjengkelkan. Namun sebaiknya perusahaan menerima dan menampungnya.

Kritik dan saran dari pelanggan dapat memberikan perusahaan banyak masukan untuk memperbaiki kualitas produk atau layanan.

#### 2. Membuat produk mudah didapatkan



Setiap orang pasti ingin mendapatkan suatu hal dengan mudah. Oleh sebab itu cobalah membuat produk yang mudah didapatkan.

### 3. Memberikan pelayanan dan fasilitas tambahan

Pelayanan dan fasilitas tambahan yang akan didapatkan oleh pelanggan mampu membuat kepuasan meningkat.

#### 2.2.5 Dimensi Kepuasan Konsumen

Joseph M. Juran (Umami, 2019) mengemukakan beberapa dimensi dan indikator kepuasan konsumen terhadap kualitas produk, maka berikut merupakan dimensi dan indikator kepuasan konsumen, diantaranya yaitu sebagai berikut :

1. Kepuasan fungsional : Indikator dari dimensi ini meliputi fitur produk, performa produk, keandalan produk, daya tahan produk, dan kemudahan penggunaan produk.
2. Kepuasan teknis : Indikator dari dimensi ini meliputi kualitas desain, kualitas bahan, kualitas pembuatan, dan kualitas jasa.
3. Kepuasan perilaku : Indikator dari dimensi ini meliputi responsivitas, ketepatan waktu, keramahan, kemudahan transaksi, dan pengalaman pelanggan.
4. Kepuasan estetika : Indikator dari dimensi ini meliputi penampilan produk, kualitas suara, kualitas visual, dan kualitas tekstur.
5. Kepuasan status sosial : Indikator dari dimensi ini meliputi prestise, citra merek, dan kemampuan produk untuk memperlihatkan status sosial pelanggan.



6. Kepuasan emosi : Indikator dari dimensi ini meliputi pengalaman emosional, kepercayaan diri, dan kebanggaan.
7. Kepuasan biaya : Indikator dari dimensi ini meliputi harga, kualitas relatif, dan pengalaman biaya yang baik.

Dimensi-dimensi di atas dapat membantu perusahaan untuk memahami berbagai aspek yang dianggap penting oleh pelanggan dalam mengevaluasi kualitas produk dan layanan perusahaan. Dengan memperhatikan indikator-indikator tersebut, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperbaiki reputasi mereka di mata konsumen.

### 2.3 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menjadi rujukan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

**Tabel 2.1**

#### Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Mush'ab Ihsan Muktashim dan Alim Setiawan Selamat (2019)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kopi Shop di Kota Bogor	Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada pelanggan Ngopi Doeloe, Popolo Coffee, Rumah Kopi Ranin, Starbucks Coffee, The Coffee Bean & Tea Leaf, dan JCo Donuts &	Metode Deskriptif Kuantitatif dan Structural Equation Model (SEM)	Secara keseluruhan ditemukan bahwa variable kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen akan tetapi pada responden dengan pendapatan rendah, kualitas produk tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.





2	Feby Liany (2016)	Pengaruh Kualitas Produk Minuman Kopi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Yellow Truck Coffee Bandung	Coffee Bogor. Untuk mngetahui pengaruh kualitas produk minuman kopi terhadap kepuasan konsumen di Yellow Truck Coffee Bandung.	Metode Deskriptif Kualitatif	Dari hasil analisis regresi berganda dapat diketahui bahwa semua variabel independen berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Yellow Truck Coffee Bandung. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk minuman kopi terutama dalam aspek aesthetics memiliki pengaruh paling besar disbanding aspek lainnya.
3	Theresia Endriati E (2016)	Pengaruh Kualitas Produk Kopi Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Postmo Di Alaya Samarinda	Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap Kepuasan konsumen kedai kopi postmo di alaya samarinda.	Metode Deskriptif Kualitatif	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nilai korelasi (r) menunjukkan variabel kualitas produk mempunyai hubungan yang Sedang (cukup kuat) terhadap kepuasan konsumen kedai kopi di alaya samarinda.</li> <li>- Nilai t hitung hasil perhitungan signifikansinya &lt; dari 0,05 yang berarti pula variabel Kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan kosumen Kedai kopi postmo di alaya samarinda. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan Kualitas produk (x) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen kedai</li> </ul>

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

UNIVERSITAS

ISLAM RIAU

					kopi Postmo di alaya samarinda.(y) diterima.
4	M.D Walangitan (2017)	Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kopi Box Wanea Manado	Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Kopi Box Wanea Manado.	Metode Deskriptif Kualitatif	Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di kopi box wanea manado.
5	Risatul Umami (2019)	Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Cafe	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap pelanggan kepuasan baik secara parsial maupun simultan di Warsu Coffe Cafe.	Metode Deskriptif Kuantitatif	Hasil analisis data membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Ini berarti bahwa ketika konsumen melihat kualitas produk yang ditawarkan kedai Warsu Coffe baik, maka konsumen merasakan kepuasan yang tinggi atas Kedai Warsu Coffe.

#### 2.4 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian sebelumnya maka dapat diketahui bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, dimana dalam penelitian kualitas produk merupakan variabel bebas dan kepuasan pelanggan merupakan variabel terikat. Maka berikut merupakan gambaran dari pada kerangka pemikiran dalam penelitian ini :

**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**





**Gambar 2.1 Kerangka Penelitian**

### 2.5 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara untuk menguji apakah data yang ada sudah cukup kuat untuk menggambarkan populasinya (Santoso, 2015). Hipotesis disebutkan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian hal tersebut karena jawaban yang diberikan masih berdasarkan pada latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian serta teori yang digunakan dalam penelitian. Maka berdasarkan beberapa hal tersebut, berikut ini merupakan hipotesis yang terdapat dalam penelitian ini, yaitu :

*“Diduga kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dikedai kopi nirwana kabupaten Indragiri hulu kecamatan pasir penyu air molek”.*

**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**



DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Dalam melaksanakan proses penelitian ini maka terdapat data-data yang dibutuhkan oleh peneliti dengan maksud untuk mencapai sasaran dari pada penelitian ini. Adapun data-data diperlukan tersebut di peroleh dari pada lokasi atau objek penelitian yaitu Kedai Kopi Nirwana yang berada di Kabupaten Indragiri Hulu Kecamatan Pasir Penyu Air Molek, Provinsi Riau.

#### 3.2 Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel ialah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012). Pengembangan instrumen ditempuh melalui beberapa langkah, yaitu : mendefinisikan operasional variabel penelitian, menentukan dimensi yang diambil beserta sub dimensinya, menentukan indikator-indikator variabel penelitian, dan menyusun instrumen (kuesioner penelitian), yang secara ringkas dapat dilihat pada table sebagai berikut :

**Tabel 3.1**

#### Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala	Item
Kualitas Produk (X1)	Kualitas Produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi	1. Performace	- Kualitas rasa yang sangat sesuai dan pas	Ordinal	X1
			- Kualitas rasa selalu bertahan lama		X2

# ISLAM RIAU

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK : PERPUSTAKAAN SOEMAN HS UNIVERSITAS ISLAM RIAU	daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan dalam operasi dan perbaikan serta atribut lainnya”. Kotler dan Amstrong (2012)	2. Feature	- Kualitas bahan yang digunakan	X3		
			- Porsi Kopi yang disajikan	X4		
			- Aroma kopi terasa harum	X5		
			- Topping tambahan	X6		
			- Kehangatan kopi bertahan lama	X7		
		3. Aesthetics	- Tampilan yang Menarik	X8		
			- Warna kopi yang kental	X9		
			- Varian topping	X10		
			Kepuasan Konsumen adalah “tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya”. Jika pelanggan sudah merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa maka akan sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. (Umar, 2005)	1. Kepuasan Fungsional	- Kepuasan terhadap kualitas rasa	Y1
					- Kepuasan terhadap keragaman menu	Y2
- Kepuasan terhadap topping produk	Y3					
- Kepuasan terhadap varian topping	Y4					
- Kepuasan terhadap rasa	Y5					
2. Kepuasan Estetika	- Kepuasan terhadap porsi produk	Ordinal		Y6		
	- Kepuasan terhadap aroma produk	Y7				
	- Kualitas produk sesuai harapan	Y8				
	- Kesedian untuk pembelian ulang	Y9				
	- Kesedian untuk merekomendasi produk	Y10				

Sumber : *Olahan Data Penelitian*



### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi Penelitian

Populasi menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penentuan populasi merupakan tahapan penting dalam penelitian. Populasi dapat memberikan informasi atau data yang berguna bagi suatu penelitian. Sugiyono dalam (Ramadhan, 2017). Berdasarkan objek yang berada pada suatu wilayah penelitian serta telah memenuhi syarat-syarat tertentu untuk mendukung proses penelitian, maka populasi yang terdapat dalam penelitian ini adalah keseluruhan konsumen pada Kedai Kopi Nirwana di Kabupaten Indragiri Hulu Kecamatan Air Molek.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Kedai Kopi Nirwana, maka jumlah jumlah keseluruhan konsumen tersebut bersifat infinite, hal tersebut karena tidak terdapat Batasan jumlah konsumen yang datang di Kedai Kopi Nirwana.

#### 3.3.1 Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang memiliki karakteristik tertentu, dan dianggap dapat mewakili populasi. Adapun metode yang digunakan dalam penentuan sampel pada penelitian ini adalah *Purposive Sampling*, yang merupakan teknik pengumpulan sampel dengan kriteria-kriteria tertentu oleh peneliti yaitu saat konsumen melakukan transaksi belanja atau membeli produk yang terdapat pada Kedai Kopi Nirwana. Dalam penelitian ini

jumlah populasi atau konsumen yang pernah melakukan transaksi di Kedai Kopi Nirwana tidak diketahui jumlahnya, maka rumus yang digunakan untuk menentukan sampel penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus Lemeshow (1997) yaitu :

$$n = \frac{Z^2 p(1 - p)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

Z = Nilai Standar = 1,96

p = Maksimal estimasi = 50% = 0,5

d = Alpa (0,10) atau sampling error = 10%

Maka diperoleh sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden yang akan dibulatkan menjadi 100 responden. Penelitian ini menggunakan rumus dari Lemeshow (1997) karena populasi yang dituju sangat besar dan jumlah dapat berubah-ubah.

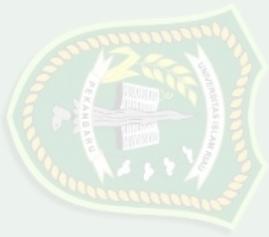
### 3.4 Jenis dan Sumber Data

#### 3.4.1 Jenis Data

Jenis data yang dikumpulkan untuk mendukung penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**





### 3.4.2 Sumber Data

#### a) Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari pada sumber penelitian atau tempat yang menjadi suatu objek penelitian serta dengan menggunakan metode observasi atau survey lapangan.

#### b) Data Sekunder

Data sekunder merupakan jenis data penelitian yang bersifat teoritis serta berhubungan terhadap teori-teori variabel penelitian. Adapun sumber dari pada data sekunder yaitu berdasarkan metode penelaahan data baik dari buku, studi literatur, arsip, jurnal serta penelitian terdahulu (Sugiyono, 2012).

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengambilan data merupakan prioritas utama serta memiliki nilai strategis dalam suatu penelitian, hal tersebut karena teknik pengambilan data bertujuan untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam suatu penelitian, baik pada jenis data primer maupun data sekunder. Sugiyono (2012). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut :

#### 1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil (Sugiyono, 2012).



## 2. Angket/Kuesioner

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden atau sampel penelitian dengan maksud untuk pertanyaan atau pernyataan tersebut dijawab oleh responden bersangkutan (Sugiyono, 2012). Penggunaan teknik ini dilakukan dengan tujuan mengetahui apakah terdapat pengaruh Celebrity Endorsmen, Brand Image terhadap keputusan pembelian pada Nadhira Napoleon selaku responden dengan skala likert.

### 3.6 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang didasarkan oleh data, Taylor dalam rohim (2020). Pada dasarnya metode penelitian yang terdapat dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif kuantitatif serta terdapat beberapa jenis metode analisis data yang digunakan oleh peneliti dengan maksud untuk menjawab dari pada sasaran-sasaran penelitian. Maka berikut merupakan uraian jenis uji data serta metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU



### 3.6.1 Uji Kualitas Data

#### a) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji signifikan dilakukan dengan cara membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel untuk degree of freedom ( $df$ ) =  $n-2$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel. Untuk menguji masing-masing indikator valid atau tidak, dapat dilihat dari tampilan output Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) pada kolom Correlated Item-Total Correlation. Jika  $r$  hitung (koefisien korelasi) lebih besar dari  $r$  tabel (nilai kritis) pada taraf signifikansi 5% atau 0,05 dan bernilai positif maka butir dari pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2016).

#### b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel apakah kuesioner tersebut dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran ini dilakukan dengan cara menggunakan reliabilitas konsistensi internal yaitu teknik Cronbach Alpha (Ghozali, 2016).

*Cronbach Alpha* adalah metode untuk mengukur reliabilitas konsistensi internal skala-skala item berganda. Peneliti menggunakan *Cronbach Alpha*

UNIVERSITAS

ISLAM RIAU

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

karena metode ini mudah didapatkan tanpa memerlukan pengumpulan data pada dua waktu yang berbeda dari subyek yang sama.

### 3.6.2 Skala Pengumpulan Data

Skala pengumpulan data dimaksudkan untuk memberikan gambaran terhadap variabel penelitian serta tanggapan dari responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang terdapat didalam kuisioner penelitian. Adapun jenis skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Berikut merupakan lampiran nilai interval Skala Likert, yaitu sebagai berikut :

**Tabel 3.2**  
**Skala Likert**

Sangat Setuju (SS)	Nilai 5
Setuju (S)	Nilai 4
Kurang Setuju (KS)	Nilai 3
Tidak Setuju (TS)	Nilai 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	Nilai 1

### 3.6.3 Analisis Data

Salah satu jenis analisis data yang terdapat dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif. Analisis deskriptif adalah suatu analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Pada dasarnya metode analisis deskriptif merupakan suatu metode analisis yang digunakan untuk meninterpretasikan hasil penelitian dengan menggambarkan obyek penelitian yang terdiri dari gambaran lokasi



penelitian, keadaan responden atau subjek dalam penelitian serta gambaran tanggapan responden terhadap indikator-indikator pada variabel penelitian. (Sugiyono, 2012).

Dalam penelitian ini metode analisis deskriptif yang diperlukan untuk mendeskripsikan terkait kondisi subjek penelitian yang terdiri dari jenis kelamin, usia, status, pendidikan terakhir dan masa kerja. Serta deskripsi terkait data hasil penelitian pada masing-masing indikator dan variabel penelitian yang diperoleh dari hasil sebaran kusioner penelitian yang telah disusun kedalam bentuk *Skala Likert*.

#### 3.6.4 Regresi Linear Sederhana

Model regresi linear sederhana adalah sebuah metode statistik yang digunakan untuk melakukan identifikasi pengaruh suatu variable (X) bebas terhadap variabel terikat (Y). konsep ini sebagai upaya menjawab pertanyaan seberapa besar pengaruh suatu variable X terhadap suatu variable Y (Setyawan, 2010). Adapun rumus dalam analisis regresi tersebut adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

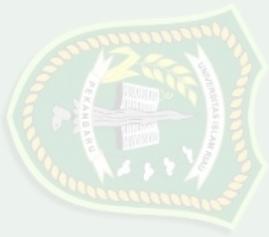
Dimana :

Y = Variabel Terikat (Kualitas Produk)

a = Bilangan Konstanta

b = Koefisien Regresi

X = Variabel Bebas (Kepuasan Konsumen)



a) **Analisis Koefisien Korelasi (r)**

Analisis korelasi (r) digunakan untuk mengukur tinggi rendahnya derajat hubungan antar variabel yang diteliti. Tinggi rendahnya derajat keeratan tersebut dapat dilihat dari koefisien korelasinya. Maka digunakan rumus korelasi, sebagai berikut (Sugiono, 2009) :

$$r = \frac{n\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{[n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2]} \sqrt{[n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2]}}$$

b) **Analisis Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) merupakan angka yang menunjukkan seberapa besar perubahan variabel terikat (Y) dapat dipengaruhi oleh variabel bebas (X), yang dihitung dengan rumus :

$$R^2 = \frac{b[n\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)]}{n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2}$$

Dimana :

R<sup>2</sup> = Koefisien determinasi

X = Variabel Bebas (Penilaian Prestasi Kerja)

Y = Variabel Terikat (Promosi jabatan)

n = jumlah Responden

c) **Uji Hipotesis (Uji t)**

Uji t ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y), signifikan artinya



pengaruh yang terjadi dapat berlaku untuk populasi. Adapun tingkat signifikan yang dipakai dalam penelitian ini adalah  $5\% = 0,05$ . Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ .

- Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti secara parsial ada pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.
- Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, berarti secara parsial tidak ada pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.



**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

#### 4.1 Gambaran Umum Penelitian

##### 4.1.1 Sejarah Kedai Kopi Nirwana

Kedai Kopi Nirwana merupakan kedai kopi yang cukup populer di Kabupaten Indragiri Hulu Khususnya di Kecamatan Airmolek. Kedai Kopi Nirwana legendaris ini berdiri sejak tahun 1940. Kedai Kopi Nirwana hingga saat ini terus bertahan bahkan menjadi tempat ngopi yang memiliki banyak konsumen dan peminatnya sehingga sampai saat ini Kedai Kopi Nirwana tersebut cukup ternama dan terkenal di Kabupaten Indragiri Hulu Khususnya di Kecamatan Airmolek sendiri. Lokasi berdirinya Kedai Kopi Nirwana adalah di jalan Sudirman dan berada tidak jauh dari pasar Air Molek.

Kedai Kopi Nirwana menyajikan berbagai menu minuman maupun makanan. Adapun menu minuman yang paling laris dibeli pelanggan adalah kopi susu special dan kopi susu sanger. Perkembangan Kedai Kopi Nirwana juga mengikuti dengan kondisi kemajuan zaman, dimana kedai kopi ini juga menyediakan beberapa fasilitas tambahan untuk kenyamanan para konsumen yang datang, fasilitas-fasilitas tersebut diantaranya yaitu : wi-fi, live akustik, tempat parkir, smoking room bagi konsumen yang datang berkunjung ke kedai kopi tersebut serta Kedai Kopi Nirwana juga



menyediakan tempat duduk khusus konsumen yang ingin menggunakan alat elektronik seperti Laptop dan menyediakan colokan listrik di setiap sudut ruangan.

#### 4.1.2 Menu Makanan dan Minuman

Kedai Kopi Nirwana menyediakan berbagai varian menu mulai dari Coffee, Non-Coffee, Tea dan lain – lain. Selain itu Kedai Kopi Nirwana juga menyediakan varian makanan seperti Mie Goreng, Mie Kuah dan beberapa cemilan seperti Keripik, Kacang dan lain - lain. Saat ini Kedai Kopi Nirwana menyediakan 25 menu minuman dan makanan. Berikut merupakan lampiran dari pada menu dan daftar harga yang ada di Kedai Kopi Nirwana, yaitu sebagaimana tabel dibawah ini :

**Tabel 4.1**  
**Menu Makanan dan Minuman Kedai Kopi Nirwana**

<b>Varian Menu Minuman</b>	<b>Jenis Menu</b>		<b>Harga</b>
	1	Kopi Susu	Rp.9.000
	2	Kopi Susu dingin	Rp.11.000
	3	Kopi Hitam	Rp.7.000
	4	Kopi Hitam dingin	Rp.9.000
	5	Kopi Milo	Rp.12.000
	6	Kopi Milo dingin	Rp.15.000
	7	Kopi Ginseng	Rp.10.000
	8	Kopi Ginseng dingin	Rp.12.000
	9	Kopi Telor	Rp.12.000
	10	Kopi Telor dingin	Rp.15.000
	11	Kopi Gula aren	Rp.12.000
	12	Kopi Gula aren	Rp.15.000
	13	Susu Panas	Rp.8.000
	14	Susu dingin	Rp.10.000
	15	Tea Panas	Rp.7.000
	16	Tea dingin	Rp.9.000
17	Jus Jeruk	Rp.12.000	

<b>Varian Menu Makanan</b>	<b>Jenis Menu</b>		<b>Harga</b>
	1	Indomie Goreng	Rp.15.000
	2	Indomie Kuah	Rp.15.000
	3	Kentang Goreng	Rp.15.000
	4	Piscok	Rp.18.000
	5	Kacang	Rp.15.000
	6	Ubi Goreng	Rp.15.000
	7	Nasi Goreng	Rp.15.000
	8	Nasi Goreng Spesial	Rp.25.000

Sumber : Kedai Kopi Nirwana, 2021

#### 4.2 Hasil Penelitian

Selanjutnya uraian terkait pembahasan hasil dan temuan yang diperoleh penulis dari pada penelitian ini yaitu bagaimana Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Kopi Nirwana Kabupaten Indragiri Hulu Kecamatan Pasir Penyu Airmolek. Dalam penelitian ini proses analisis data dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, adapun jenis data yang dianalisis dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh melalui hasil dari sebaran kusioner penelitian terhadap sampel penelitian yaitu sebanyak 100 responden.

#### 4.3 Karakteristik Responden

Terdapat empat jenis karakteristik responden yang akan di uraikan dalam penelitian ini, diantaranya yaitu : Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, umur, pekerjaan/status, serta karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir. Berikut merupakan deskripsi terhadap karakteristik responden dari pada penelitian ini.

UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU



### a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

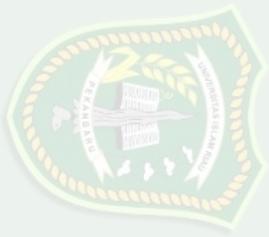
Dari hasil penelitian ini maka diketahui bahwa jumlah responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden yang merupakan konsumen pada Kedai Kopi Nirwana Kabupaten Indragiri Hulu Kecamatan Pasir Penyau Airmolek. Berikut merupakan lampiran data jumlah responden berdasarkan jenis kelamin yang diperoleh dari hasil sebaran kusioner penelitian, yaitu sebagaimana yang terlampir pada tabel dibawah ini.

**Tabel 5.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

NO	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki laki	56	56%
2	Perempuan	44	44%
	<b>Jumlah</b>	<b>58</b>	<b>100</b>

Sumber : Hasil Olahan Data, 2022

Berdasarkan data yang terlampir pada tabel diatas maka dapat di deskripsikan bahwa jumlah responden dalam penelitian berdasarkan jenis kelamin yaitu : jumlah karyawan laki-laki yaitu sebanyak 56 orang (56 %) dan jumlah karyawan berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 44 orang (44 %). Sehingga dapat di tarik kesimpulan bahwa secara umum konsumen Kedai Kopi Nirwana Kabupaten Indragiri Hulu Kecamatan Pasir Penyau Airmolek lebih banyak didominasi oleh konsumen laki-laki.



### b. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Karakteristik responden kedua didalam penelitian ini adalah berdasarkan umur. Berikut merupakan lampiran data jumlah responden atau konsumen Kedai Kopi Nirwana Kabupaten Indragiri Hulu Kecamatan Pasir Penyu Airmolek berdasarkan umur, yang diperoleh dari hasil sebaran kusioner penelitian, yaitu sebagaimana yang terlampir pada tabel dibawah ini.

**Tabel 5.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

No	Umur	Jumlah	Presentase
1	15-20 Tahun	18	18%
2	21-25 Tahun	14	14%
3	26-30 Tahun	20	20%
4	31-35 Tahun	21	21%
5	36-40 Tahun	21	21%
6	41-50 Tahun	6	6%
7	> 50 Tahun	0	0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Olahan Data, 2022

Berdasarkan data yang terlampir pada tabel diatas maka dapat di deskripsikan bahwa jumlah responden dalam penelitian berdasarkan umur yaitu : responden dengan rentang usia 15-20 tahun yaitu sebanyak 18 orang (18 %), 21-25 tahun yaitu sebanyak 14 orang (14 %), 26-30 tahun yaitu sebanyak 20 orang (20%), 31-35 tahun sebanyak 21 orang (21%), begitu juga responden dengan rentang usia 36-40 tahun yaitu sebanyak 21 orang (21%) serta responden dengan rentang usia 41-50 tahun yaitu hanya terdapat 6 orang (6%). Sehingga dapat di tarik kesimpulan bahwa rata-



rata konsumen Kedai Kopi Nirwana Kabupaten Indragiri Hulu Kecamatan Pasir Penyu Airmolek lebih banyak didominasi oleh konsumen yang berusia masih muda.

### c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan/Status

Karakteristik responden ketiga dalam penelitian ini adalah berdasarkan Tingkat Pendidikan. Berikut merupakan lampiran data jumlah responden atau konsumen Kedai Kopi Nirwana Kabupaten Indragiri Hulu Kecamatan Pasir Penyu Airmolek berdasarkan Pekerjaan/Status, yang diperoleh dari hasil sebaran kusioner penelitian, yaitu sebagaimana yang terlampir pada tabel dibawah ini.

**Tabel 5.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan/Status**

No	Pekerjaan/Status	Jumlah	Presentase
1	Pegawai Pemerintahan (PNS)	13	13%
2	Pegawai Swasta	18	18%
3	Pelajar	14	14%
4	Mahasiswa/i	19	19%
5	IRT (Ibu Rumah Tangga)	12	12%
6	Wiraswastawan	14	14%
7	Lainnya	10	10%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Olahan Data, 2022

Berdasarkan data yang terlampir pada tabel diatas maka dapat di deskripsikan bahwa jumlah responden dalam penelitian berdasarkan pekerjaan/status yaitu : responden dengan status atau pekerjaan sebagai Pegawai Pemerintahan (PNS) yaitu sebanyak 13 orang (13 %); Pegawai Swasta yaitu sebanyak 18 orang (18 %); Pelajar yaitu sebanyak 14 orang (14 %); Mahasiswa/I yaitu sebanyak 19 orang (19 %); IRT

(Ibu Rumah Tangga) yaitu sebanyak 12 orang (12 %); Wiraswastawan yaitu sebanyak 14 orang (14 %); dan lainnya yaitu sebanyak 10 orang (10 %). Sehingga dapat di tarik kesimpulan bahwa rata-rata konsumen Kedai Kopi Nirwana Kabupaten Indragiri Hulu Kecamatan Pasir Penyu Airmolek lebih banyak didominasi oleh konsumen dengan pekerjaan atau status sebagai pelajar dan pekerja.

#### d. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Karakteristik responden ketiga dalam penelitian ini adalah berdasarkan Tingkat Pendidikan. Berikut merupakan lampiran data jumlah responden atau konsumen Kedai Kopi Nirwana Kabupaten Indragiri Hulu Kecamatan Pasir Penyu Airmolek berdasarkan tingkat Pendidikan yang diperoleh dari hasil sebaran kusioner penelitian, yaitu sebagaimana yang terlampir pada tabel dibawah ini.

**Tabel 5.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentase
1	SMP	13	13%
2	SMA	39	39%
3	Diploma	13	13%
4	S1/Sederajat	28	28%
5	S2/Pasca Sarjana	7	7%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Olahan Data, 2022

Berdasarkan data yang terlampir pada tabel diatas maka dapat di deskripsikan bahwa jumlah responden dalam penelitian berdasarkan tingkat pendidikan yaitu : responden dengan tingkat pendidikan terakhir SMP yaitu sebanyak 13 orang (13 %);

SMA yaitu sebanyak 39 orang (39 %); Diploma yaitu sebanyak 13 orang (13 %); S1/Sederajat yaitu sebanyak 28 orang (28 %); dan S2/Pasca Sarjana yaitu sebanyak 7 orang (7 %). Sehingga dapat di tarik kesimpulan bahwa rata-rata konsumen Kedai Kopi Nirwana Kabupaten Indragiri Hulu Kecamatan Pasir Penyau Airmolek lebih banyak didominasi oleh konsumen dengan tingkat pendidikan terakhir SMA.

#### 4.4 Uji Kualitas Data

Kualitas data pada suatu penelitian merupakan hal sangat penting dalam suatu penelitian dengan tujuan adalah untuk mendapatkan data yang benar-benar akurat dan bisa digunakan dalam proses analisis. Hal tersebut juga pada dasarnya di gunakan untuk menjawab terkait hipotesis penelitian sehingga sangat penting untuk mendapatkan data penelitian dengan kualitas yang baik. Adapun jenis uji data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas.

##### 4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan salah satu bentuk jenis pengujian kualitas terhadap data sebagai alat ukur untuk menilai valid atau tidaknya suatu kuesioner penelitian. Pada dasarnya uji validitas digunakan dengan maksud untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner, kuesioner penelitian akan dikatakan valid apabila pertanyaan dalam kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan di ukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011). Adapun yang menjadi dasar keputusan terhadap hasil uji validitas adalah dengan perbandingan antara nilai  $r$  hitung dan  $r$  tabel. Jika



nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel, maka hipotesis suatu penelitian tidak dapat ditolak atau dinyatakan valid.

Adapun nilai  $r$  tabel dalam penelitian ini, maka dapat ditentukan dengan menggunakan rumusan dasar sebagai berikut :

$$Df = (N - 2) : (100 - 2) = 98 (0,195)$$

Artinya berdasarkan hasil yang diperoleh tersebut diketahui bahwa nilai  $r$  tabel dalam penelitian ini adalah 0,195. Selanjutnya dibawah ini merupakan lampiran hasil uji validitas terhadap Variabel Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen, yaitu sebagaimana dibawah ini :

**Tabel 5.5**  
**Uji Validitas**

Variabel	Item Soal	$r$ hitung	$r$ tabel 5% (58)	Kriteria
Kualitas Produk (X1)	X <sup>1</sup>	0,398	0,195	Valid
	X <sup>2</sup>	0,506	0,195	Valid
	X <sup>3</sup>	0,561	0,195	Valid
	X <sup>4</sup>	0,643	0,195	Valid
	X <sup>5</sup>	0,657	0,195	Valid
	X <sup>6</sup>	0,726	0,195	Valid
	X <sup>7</sup>	0,642	0,195	Valid
	X <sup>8</sup>	0,500	0,195	Valid
	X <sup>9</sup>	0,709	0,195	Valid
	X <sup>10</sup>	0,731	0,195	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Y <sup>1</sup>	0,475	0,195	Valid
	Y <sup>2</sup>	0,568	0,195	Valid
	Y <sup>3</sup>	0,292	0,195	Valid
	Y <sup>4</sup>	0,649	0,195	Valid
	Y <sup>5</sup>	0,713	0,195	Valid
	Y <sup>6</sup>	0,550	0,195	Valid
	Y <sup>7</sup>	0,662	0,195	Valid



	Y <sup>8</sup>	0,574	0,195	<i>Valid</i>
	Y <sup>9</sup>	0,636	0,195	<i>Valid</i>
	Y <sup>10</sup>	0,424	0,195	<i>Valid</i>

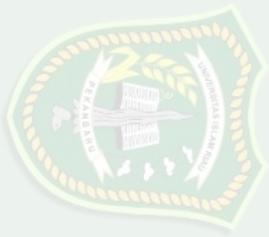
Sumber : Hasil Olahan Data SPSS, 2022

Berdasarkan data hasil Uji Validitas sebagaimana yang terlampir pada tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa secara keseluruhan nilai r-hitung pada setiap butir indicator yang ada didalam Variabel Kualitas Produk (X1) dan Variabel Kepuasan Konsumen (Y) adalah lebih besar dari 0,195. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh item indikator atau pernyataan dalam penelitian ini adalah *Valid*.

#### 4.4.2 Uji Reabilitas

Uji Reliabelitas digunakan untuk mengukur bagaimana tingkat realibel maupun tingkat kehandalan dari pada indikator yang digunakan dalam penelitian serta juga untuk mengetahui sejauh mana indikator yang digunakan tersebut dapat dipercaya, konsisten dan stabil dari waktu ke waktu sebagai alat ukur antar variabel penelitian Suryabrata (2004). Pada prinsipnya uji reabilitas menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran dapat memberikan hasil yang relative tidak berbeda, bila dilakukan pada subjek yang sama.

Dalam penelitian ini teknik pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach ( $\alpha$ ) serta dengan dasar keputusan adalah berdasarkan tinggi rendahnya reliabilitas secara empiric pada nilai koefisien reliabilitas yaitu jika nilai Alpha Cronbach ( $\alpha$ )  $\geq 0,60$  maka suatu variabel penelitian



dapat dikatakan realibel. (Nugroho, 2009). Berikut merupakan hasil dari pada pengujian reliabilitas penelitian ini yaitu sebagaimana yang terlampir dibawah ini.

**Tabel 5.6**  
**Uji Reabilitas**

Variabel	Jumlah Item Pertanyaan	Cronbach Alpha	Critical Value	Kriteria
Kualitas Produk (X1)	10	0,802	0,6	<i>Realibel</i>
Kepuasan Konsumen (Y)	10	0,752	0,6	<i>Realibel</i>

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS, 2022

Berdasarkan data hasil Uji Reabilitas sebagaimana yang terlampir pada tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa nilai *koefisien reliabilitas* atau *Alpha Cronbach* ( $\alpha$ ) dari setiap Variabel dalam penelitian ini adalah diatas  $\geq 0,60$ . Sehingga dapat disimpulkan yaitu :

1. Variabel Kualitas Produk (X) adalah *Realibel*. Hal tersebut karena nilai *Alpha Cronbach* ( $\alpha$ )  $0,802 \geq 0,60$ .
2. Variabel Kepuasan Konsumen (Y) adalah *Realibel*. Hal tersebut karena nilai *Alpha Cronbach* ( $\alpha$ )  $0,752 \geq 0,60$ .

#### 4.5 Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif yang terdapat dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan hasil dari pada penelitian ini yaitu dengan menggambarkan obyek penelitian yang terdiri dari gambaran lokasi penelitian, keadaan responden yang diteliti, serta item-item yang didistribusikan dari masing-masing variabel. “Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia atau objek,

suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun peristiwa pada masa sekarang dengan kondisi sesuai dengan keadaan yang sebenarnya ”. (Nazir, 2003).

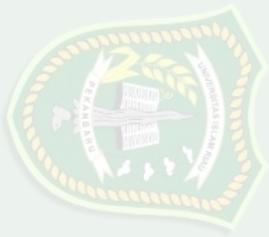
Manfaat yang diperoleh dari penggunaan analisis deskriptif adalah mendapatkan gambaran lengkap dari data baik dalam bentuk verbal atau numerik yang berhubungan dengan data yang kita teliti. Adapun penjabaran terhadap masing – masing analisis deskriptif yaitu sebagai berikut :

#### **4.5.1 Variabel Kualitas Produk (X)**

Variabel pertama yang terdapat dalam penelitian ini yaitu Variabel Kualitas Produk yang merupakan variabel bebas dalam penelitian ini. Pada dasarnya terdapat beberapa indikator didalam Variabel Kualitas Produk tersebut yang diperlukan sebagai alat ukur untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Variabel Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Nirwana Kabupaten Indragiri Hulu Kecamatan Pasir Penyu Airmolek. Adapun jumlah indikator dari pada Variabel Kualitas Produk dalam penelitian ini adalah sebanyak 10 indikator. Maka berikut merupakan deskripsi penjabaran hasil tanggapan responden penelitian pada seluruh indikator yang ada pada Variabel Kualitas Produk (X) dalam penelitian, yaitu :

##### **1) Produk Kopi Sangat Aman Di Kosumsi**

Atribut atau indikator pertama yang terdapat didalam Variabel Kualitas Produk yaitu pernyataan “*Produk Kopi Sangat Aman di Kosumsi*”. Maka berikut merupakan uraian hasil tanggapan responden didalam penelitian ini, yaitu sebagaimana yang terlampir pada tabel dibawah ini.



**Tabel 4.7**  
**Produk Kopi Sangat Aman Di Kosumsi**

No	X1		
	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	24	24%
2	Setuju	35	35%
3	Cukup Setuju	26	26%
4	Tidak Setuju	12	12%
5	Sangat Tidak Setuju	3	3%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Olahan Data, 2022

Berdasarkan lampiran hasil tanggapan responden penelitian terhadap pernyataan “*Produk Kopi Sangat Aman di Kosumsi*” sebagaimana pada tabel diatas.

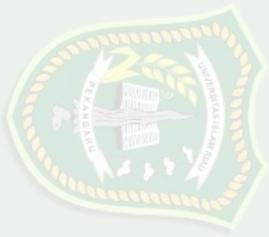
Maka dapat dideskripsikan yaitu : responden dengan tanggapan sangat tidak setuju sebanyak 3 orang (3%), responden dengan tanggapan tidak setuju sebanyak 12 orang (12%), cukup setuju 26 orang (26%), setuju 35 orang (35%) dan sangat setuju 24 orang (24%). Artinya secara umum tanggapan responden banyak pada kategorisasi cukup setuju, setuju dan sangat setuju. Sehingga dapat dinyatakan bahwa rata-rata konsumen pada Kedai Kopi Nirwana merasa bahwa produk kopi yang dijual pada Kedai Kopi Nirwana tersebut sudah aman untuk di kosumsi.

## 2) Menawarkan Menu Produk Dengan Banyak Varian dan Pilihan

Atribut atau indikator kedua yang terdapat didalam Variabel Kualitas Produk yaitu pernyataan “*Menawarkan Menu Produk Dengan Banyak Varian dan Pilihan*”.

Maka berikut merupakan uraian hasil tanggapan responden didalam penelitian ini, yaitu sebagaimana yang terlampir pada tabel dibawah ini.

UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU



**Tabel 4.8**  
**Menyajikan Menu Produk Dengan Banyak Varian Dan Pilihan**

No	X2		
	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	31	31%
2	Setuju	33	33%
3	Cukup Setuju	22	22%
4	Tidak Setuju	9	9%
5	Sangat Tidak Setuju	5	5%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

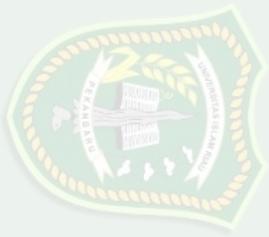
Sumber : Hasil Olahan Data, 2022

Berdasarkan lampiran hasil tanggapan responden penelitian terhadap pernyataan “*Menawarkan Menu Produk Dengan Banyak Varian dan Pilihan*” sebagaimana pada tabel diatas. Maka dapat dideskripsikan yaitu : responden dengan tanggapan sangat tidak setuju sebanyak 5 orang (5%), responden dengan tanggapan tidak setuju sebanyak 9 orang (9%), cukup setuju 22 orang (22%), setuju 33 orang (33%) dan sangat setuju 31 orang (31%). Artinya secara umum tanggapan responden banyak pada kategorisasi cukup setuju, setuju dan sangat setuju. Sehingga dapat dinyatakan bahwa rata-rata konsumen pada Kedai Kopi Nirwana setuju bahwa Kedai Kopi Nirwana menawarkan produk dengan banyak varian dan pilihan.

### 3) Produk Kopi Memiliki Rasa Yang Enak

Atribut atau indikator ketiga yang terdapat didalam Variabel Kualitas Produk yaitu pernyataan “*Produk Kopi Memiliki Rasa Yang Enak*”. Maka berikut merupakan uraian hasil tanggapan responden didalam penelitian ini, yaitu sebagaimana yang terlampir pada tabel dibawah ini.

**UNIVERSITAS**  
**ISLAM RIAU**



**Tabel 4.9**  
**Produk Kopi Memiliki Rasa Yang Enak**

No	X3		
	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	22	22%
2	Setuju	51	51%
3	Cukup Setuju	20	20%
4	Tidak Setuju	5	5%
5	Sangat Tidak Setuju	2	2%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Olahan Data, 2022

Berdasarkan lampiran hasil tanggapan responden penelitian terhadap pernyataan “*Produk Kopi Memiliki Rasa Yang Enak*” sebagaimana pada tabel diatas.

Maka dapat dideskripsikan yaitu : responden dengan tanggapan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2%), responden dengan tanggapan tidak setuju sebanyak 5 orang (5%), cukup setuju 20 orang (20%), setuju 51 orang (51%) dan sangat setuju 22 orang (22%). Artinya secara umum tanggapan responden banyak pada kategorisasi cukup setuju, setuju dan sangat setuju. Sehingga dapat dinyatakan bahwa rata-rata konsumen setuju bahwa produk kopi yang dijual pada Kedai Kopi Nirwana tersebut memiliki rasa yang enak.

#### **4) Menyajikan Pesanan Produk Dengan Porsi Yang Pas**

Atribut atau indikator pertama yang terdapat didalam Variabel Kualitas Produk yaitu pernyataan “*Menyajikan Pesanan Produk Dengan Porsi Yang Pas*”.

Maka berikut merupakan uraian hasil tanggapan responden didalam penelitian ini, yaitu sebagaimana yang terlampir pada tabel dibawah ini.

**UNIVERSITAS**  
**ISLAM RIAU**



**Tabel 4.10**  
**Menyajikan Pesanan Produk Dengan Porsi Yang Pas**

No	X4		
	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	32	32%
2	Setuju	37	37%
3	Cukup Setuju	28	28%
4	Tidak Setuju	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Olahan Data, 2022

Berdasarkan lampiran hasil tanggapan responden penelitian terhadap pernyataan “*Menyajikan Pesanan Produk Dengan Porsi Yang Pas*” sebagaimana pada tabel diatas. Maka dapat dideskripsikan yaitu : responden dengan tanggapan tidak setuju sebanyak 3 orang (3%), cukup setuju 28 orang (28%), setuju 37 orang (37%) dan sangat setuju 32 orang (32%). Artinya secara umum tanggapan responden banyak pada kategorisasi cukup setuju, setuju dan sangat setuju. Sehingga dapat dinyatakan bahwa rata-rata konsumen setuju bahwa produk yang dipesan di Kedai Kopi Nirwana disajikan dalam porsi yang pas.

#### 5) Aroma Produk Kopi Sangat Harum dan Khas

Atribut atau indikator pertama yang terdapat didalam Variabel Kualitas Produk yaitu pernyataan “*Aroma Produk Kopi Sangat Harum dan Khas*”. Maka berikut merupakan uraian hasil tanggapan responden didalam penelitian ini, yaitu sebagaimana yang terlampir pada tabel dibawah ini.

**UNIVERSITAS**  
**ISLAM RIAU**



DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :  
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

**Tabel 4.11**  
**Aroma Produk Kopi Sangat Harum dan Khas**

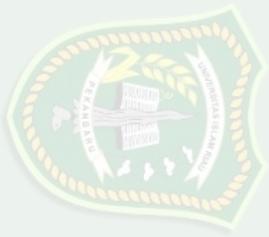
No	X5		
	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	37	37%
2	Setuju	33	33%
3	Cukup Setuju	22	22%
4	Tidak Setuju	5	5%
5	Sangat Tidak Setuju	3	3%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Olahan Data, 2022

Berdasarkan lampiran hasil tanggapan responden penelitian terhadap pernyataan “Aroma Produk Kopi Sangat Harum dan Khas” sebagaimana pada tabel diatas. Maka dapat dideskripsikan yaitu : responden dengan tanggapan sangat tidak setuju sebanyak 3 orang (3%), responden dengan tanggapan tidak setuju sebanyak 5 orang (5%), cukup setuju 22 orang (22%), setuju 33 orang (33%) dan sangat setuju 37 orang (37%). Artinya secara umum tanggapan responden banyak pada kategorisasi cukup setuju, setuju dan sangat setuju. Sehingga dapat dinyatakan bahwa rata-rata konsumen setuju bahwa produk kopi pada Kedai Kopi Nirwana memiliki aroma yang sangat harum dan khas.

#### 6) Warna Produk Kopi Sangat Kental dan Menarik

Atribut atau indikator pertama yang terdapat didalam Variabel Kualitas Produk yaitu pernyataan “Warna Produk Kopi Sangat Kental dan Menarik”. Maka berikut merupakan uraian hasil tanggapan responden didalam penelitian ini, yaitu sebagaimana yang terlampir pada tabel dibawah ini.



**Tabel 4.12**  
**Warna Produk Kopi Sangat Kental dan Menarik**

No	X6		
	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	26	26%
2	Setuju	42	42%
3	Cukup Setuju	18	18%
4	Tidak Setuju	22	22%
5	Sangat Tidak Setuju	3	3%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Olahan Data, 2022

Berdasarkan lampiran hasil tanggapan responden penelitian terhadap pernyataan “Warna Produk Kopi Sangat Kental dan Menarik” sebagaimana pada tabel diatas. Maka dapat dideskripsikan yaitu : responden dengan tanggapan sangat tidak setuju sebanyak 3 orang (3%), responden dengan tanggapan tidak setuju sebanyak 11 orang (11%), cukup setuju 18 orang (18%), setuju 42 orang (42%) dan sangat setuju 26 orang (26%). Artinya secara umum tanggapan responden banyak pada kategorisasi cukup setuju, setuju dan sangat setuju. Sehingga dapat dinyatakan bahwa rata-rata konsumen setuju bahwa warna produk kopi pada Kedai Kopi Nirwana sangat kental dan menarik.

#### 7) Menyajikan Produk Yang Masih Sangat Hangat

Atribut atau indikator pertama yang terdapat didalam Variabel Kualitas Produk yaitu pernyataan “Menyajikan Produk Yang Masih Sangat Hangat”. Maka berikut merupakan uraian hasil tanggapan responden didalam penelitian ini, yaitu sebagaimana yang terlampir pada tabel dibawah ini.



**Tabel 4.13**  
**Menyajikan Produk Yang Masih Sangat Hangat**

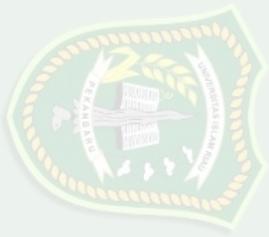
No	X7		
	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	23	23%
2	Setuju	36	36%
3	Cukup Setuju	30	30%
4	Tidak Setuju	8	8%
5	Sangat Tidak Setuju	3	3%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Olahan Data, 2022

Berdasarkan lampiran hasil tanggapan responden penelitian terhadap pernyataan “*Menyajikan Produk Yang Masih Sangat Hangat*” sebagaimana pada tabel diatas. Maka dapat dideskripsikan yaitu : responden dengan tanggapan sangat tidak setuju sebanyak 3 orang (3%), responden dengan tanggapan tidak setuju sebanyak 8 orang (8%), cukup setuju 30 orang (30%), setuju 36 orang (36%) dan sangat setuju 23 orang (23%). Artinya secara umum tanggapan responden penelitian banyak pada kategorisasi cukup setuju, setuju dan sangat setuju. Sehingga dapat dinyatakan bahwa rata-rata konsumen setuju bahwa produk kopi yang disajikan pada Kedai Kopi Nirwana masih terasa sangat hangat.

#### **8) Topping Tambahan Sangat Menggoda Selera**

Atribut atau indikator pertama yang terdapat didalam Variabel Kualitas Produk yaitu pernyataan “*Topping Tambahan Sangat Menggoda Selera*”. Maka berikut merupakan uraian hasil tanggapan responden didalam penelitian ini, yaitu sebagaimana yang terlampir pada tabel dibawah ini.



**Tabel 4.14**  
**Topping Tambahan Sangat Menggoda Selera**

No	X8		
	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	24	24%
2	Setuju	41	41%
3	Cukup Setuju	22	22%
4	Tidak Setuju	11	11%
5	Sangat Tidak Setuju	2	2%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Olahan Data, 2022

Berdasarkan lampiran hasil tanggapan responden penelitian terhadap pernyataan “*Topping Tambahan Sangat Menggoda Selera*” sebagaimana pada tabel diatas. Maka dapat dideskripsikan yaitu : responden dengan tanggapan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2%), responden dengan tanggapan tidak setuju sebanyak 11 orang (11%), cukup setuju 22 orang (22%), setuju 41 orang (41%) dan sangat setuju 24 orang (24%). Artinya secara umum tanggapan responden banyak pada kategorisasi cukup setuju, setuju dan sangat setuju. Sehingga dapat dinyatakan bahwa rata-rata konsumen pada Kedai Kopi Nirwana merasa bahwa topping tambahan yang ditawarkan oleh Kedai Kopi Nirwana sangat menggoda selera.

#### **9) Tampilan Produk Sangat Baik dan Menarik**

Atribut atau indikator pertama yang terdapat didalam Variabel Kualitas Produk yaitu pernyataan “*Tampilan Produk Sangat Baik dan Menarik*”. Maka berikut merupakan uraian hasil tanggapan responden didalam penelitian ini, yaitu sebagaimana yang terlampir pada tabel dibawah ini.

**UNIVERSITAS**  
**ISLAM RIAU**



**Tabel 4.15**  
**Tampilan Produk Sangat Baik dan Menarik**

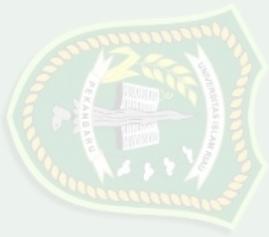
No	X9		
	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	14	14%
2	Setuju	29	29%
3	Cukup Setuju	28	28%
4	Tidak Setuju	14	14%
5	Sangat Tidak Setuju	11	11%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Olahan Data, 2022

Berdasarkan lampiran hasil tanggapan responden penelitian terhadap pernyataan “*Tampilan Produk Sangat Baik dan Menarik*” sebagaimana pada tabel diatas. Maka dapat dideskripsikan yaitu : responden dengan tanggapan sangat tidak setuju sebanyak 11 orang (11%), responden dengan tanggapan tidak setuju sebanyak 18 orang (18%), cukup setuju 28 orang (28%), setuju 29 orang (29%) dan sangat setuju 14 orang (14%). Artinya secara umum tanggapan responden banyak pada kategorisasi cukup setuju, setuju dan sangat setuju. Sehingga dapat dinyatakan bahwa rata-rata konsumen setuju bahwa tampilan produk yang disajikan oleh Kedai Kopi Nirwana tersebut sangat menarik.

#### **10) Kedai Kopi Menawarkan Banyak Varian Rasa dan Topping Tambahan**

Atribut atau indikator pertama yang terdapat didalam Variabel Kualitas Produk yaitu pernyataan “*Kedai Kopi Menawarkan Banyak Varian Rasa dan Topping Tambahan*”. Maka berikut merupakan uraian hasil tanggapan responden didalam penelitian ini, yaitu sebagaimana yang terlampir pada tabel dibawah ini.



**Tabel 4.16**  
**Kedai Kopi Menawarkan Banyak Varian Rasa dan Topping Tambahan**

No	X10		
	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	28	28%
2	Setuju	37	37%
3	Cukup Setuju	20	20%
4	Tidka Setuju	9	9%
5	Sangat Tidak Setuju	6	6%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Olahan Data, 2022

Berdasarkan lampiran hasil tanggapan responden penelitian terhadap pernyataan “Kedai Kopi Menawarkan Banyak Varian Rasa dan Topping Tambahan” sebagaimana pada tabel diatas. Maka dapat dideskripsikan yaitu : responden dengan tanggapan sangat tidak setuju sebanyak 6 orang (6%), responden dengan tanggapan tidak setuju sebanyak 9 orang (9%), cukup setuju 20 orang (20%), setuju 37 orang (37%) dan sangat setuju 28 orang (28%). Artinya secara umum tanggapan responden banyak pada kategorisasi cukup setuju, setuju dan sangat setuju. Sehingga dapat dinyatakan bahwa rata-rata konsumen setuju bahwa Kedai Kopi Nirwana menawarkan banyak varian rasa produk dan varian pilihan topping tambahan.

#### 4.5.2 Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel kedua yang terdapat dalam penelitian ini yaitu Variabel Kepuasan Konsumen yang merupakan variabel terikat dalam penelitian ini. Pada dasarnya terdapat beberapa indikator didalam Variabel Kepuasan Konsumen tersebut yang diperlukan sebagai alat ukur untuk mengetahui bagaimana pengaruh Variabel Kualitas Produk terhadap Variabel Kepuasan Konsumen di Kedai Kopi Nirwana



Kabupaten Indragiri Hulu Kecamatan Pasir Peny Airmolek. Adapun jumlah indikator dari pada variabel kepuasan konsumen dalam penelitian ini adalah sebanyak 10 indikator. Maka berikut merupakan deskripsi penjabaran hasil tanggapan responden penelitian pada seluruh indikator yang ada pada Variabel Kepuasan Konsumen (Y) dalam penelitian ini, yaitu :

### 1) Kepuasan Terhadap Kebersihan dan Kehigenisan Produk

Atribut atau indikator pertama yang terdapat didalam Variabel Kualitas Produk yaitu pernyataan “*Kepuasan Terhadap Kebersihan dan Kehigenisan Produk*”. Maka berikut merupakan uraian hasil tanggapan responden didalam penelitian ini, yaitu sebagaimana yang terlampir pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.17**  
**Kepuasan Terhadap Kebersihan dan Kehigenisan Produk**

No	Y1		
	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	36	36%
2	Setuju	38	38%
3	Cukup Setuju	17	17%
4	Tidak Setuju	5	5%
5	Sangat Tidak Setuju	4	4%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Olahan Data, 2022

Berdasarkan lampiran hasil tanggapan responden penelitian terhadap pernyataan “*Kepuasan Terhadap Kebersihan dan Kehigenisan Produk*” sebagaimana pada tabel diatas. Maka dapat dideskripsikan yaitu : responden dengan tanggapan sangat tidak setuju sebanyak 4 orang (4%), responden dengan tanggapan tidak setuju sebanyak 5 orang (5%), cukup setuju 17 orang (17%), setuju 38 orang (38%) dan

sangat setuju 36 orang (36%). Artinya secara umum tanggapan responden banyak pada kategorisasi cukup setuju, setuju dan sangat setuju. Sehingga dapat dinyatakan bahwa rata-rata konsumen merasa puas terhadap produk kopi yang disajikan oleh Kedai Kopi Nirwana karena terjamin secara kebersihan dan ke higienisannya.

## 2) Kepuasan Terhadap Banyaknya Varian Menu

Atribut atau indikator pertama yang terdapat didalam Variabel Kualitas Produk yaitu pernyataan “*Kepuasan Terhadap Banyaknya Varian Menu*”. Maka berikut merupakan uraian hasil tanggapan responden didalam penelitian ini, yaitu sebagaimana yang terlampir pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.18**  
**Kepuasan Terhadap Banyaknya Varian Menu**

No	Y2		
	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	39	39%
2	Setuju	35	35%
3	Cukup Setuju	18	18%
4	Tidak Setuju	6	6%
5	Sangat Tidak Setuju	2	2%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Olahan Data, 2022

Berdasarkan lampiran hasil tanggapan responden penelitian terhadap pernyataan “*Kepuasan Terhadap Banyaknya Varian Menu*” sebagaimana pada tabel diatas. Maka dapat dideskripsikan yaitu : responden dengan tanggapan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2%), responden dengan tanggapan tidak setuju sebanyak 6 orang (6%), cukup setuju 18 orang (18%), setuju 35 orang (35%) dan sangat setuju 39 orang (39%). Artinya secara umum tanggapan responden banyak pada kategorisasi



cukup setuju, setuju dan sangat setuju. Sehingga dapat dinyatakan bahwa rata-rata konsumen merasa puas terhadap banyaknya varian menu yang ditawarkan oleh bahwa Kedai Kopi Nirwana.

### 3) Kepuasan Terhadap Topping Tambahan

Atribut atau indikator pertama yang terdapat didalam Variabel Kualitas Produk yaitu pernyataan “*Kepuasan Terhadap Topping Tambahan*”. Maka berikut merupakan uraian hasil tanggapan responden didalam penelitian ini, yaitu sebagaimana yang terlampir pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.19**  
**Kepuasan Terhadap Topping Tambahan**

No	Y3		
	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	21	21%
2	Setuju	41	41%
3	Cukup Setuju	28	28%
4	Tidak Setuju	8	8%
5	Sangat Tidak Setuju	2	2%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Olahan Data, 2022

Berdasarkan lampiran hasil tanggapan responden penelitian terhadap pernyataan “*Kepuasan Terhadap Topping Tambahan*” sebagaimana pada tabel diatas. Maka dapat dideskripsikan yaitu : responden dengan tanggapan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2%), responden dengan tanggapan tidak setuju sebanyak 8 orang (8%), cukup setuju 28 orang (28%), setuju 41 orang (41%) dan sangat setuju 21 orang (21%). Artinya secara umum tanggapan responden banyak pada kategorisasi cukup setuju, setuju dan sangat setuju. Sehingga dapat dinyatakan bahwa rata-rata



konsumen merasa puas terhadap topping tambahan yang disajikan oleh Kedai Kopi Nirwana.

#### 4) Kepuasan Terhadap Banyaknya Varian Topping

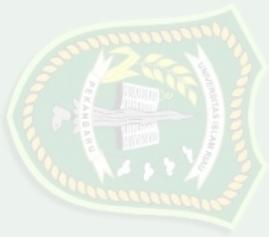
Atribut atau indikator pertama yang terdapat didalam Variabel Kualitas Produk yaitu pernyataan “*Kepuasan Terhadap Banyaknya Varian Topping*”. Maka berikut merupakan uraian hasil tanggapan responden didalam penelitian ini, yaitu sebagaimana yang terlampir pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.20**  
**Kepuasan Terhadap Banyaknya Varian Topping**

No	Y4		
	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	33	33%
2	Setuju	37	37%
3	Cukup Setuju	21	21%
4	Tidak Setuju	7	7%
5	Sangat Tidak Setuju	2	2%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Olahan Data, 2022

Berdasarkan lampiran hasil tanggapan responden penelitian terhadap pernyataan “*Kepuasan Terhadap Banyaknya Varian Topping*” sebagaimana pada tabel diatas. Maka dapat dideskripsikan yaitu : responden dengan tanggapan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2%), responden dengan tanggapan tidak setuju sebanyak 7 orang (7%), cukup setuju 21 orang (21%), setuju 37 orang (37%) dan sangat setuju 33 orang (33%). Artinya secara umum tanggapan responden banyak pada kategorisasi cukup setuju, setuju dan sangat setuju. Sehingga dapat dinyatakan



bahwa rata-rata konsumen merasa puas terhadap banyaknya varian topping tambahan yang ditawarkan oleh Kedai Kopi Nirwana.

#### 5) Kepuasan Terhadap Cita Rasa Produk yang Dihidangkan

Atribut atau indikator pertama yang terdapat didalam Variabel Kualitas Produk yaitu pernyataan “*Kepuasan Terhadap Cita Rasa Produk yang Dihidangkan*”. Maka berikut merupakan uraian hasil tanggapan responden didalam penelitian ini, yaitu sebagaimana yang terlampir pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.21**  
**Kepuasan Terhadap Cita Rasa Produk yang Dihidangkan**

No	Y5		
	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	31	31%
2	Setuju	40	40%
3	Cukup Setuju	18	18%
4	Tidak Setuju	8	8%
5	Sangat Tidak Setuju	3	3%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Olahan Data, 2022

Berdasarkan lampiran hasil tanggapan responden penelitian terhadap pernyataan “*Kepuasan Terhadap Cita Rasa Produk yang Dihidangkan*” sebagaimana pada tabel diatas. Maka dapat dideskripsikan yaitu : responden dengan tanggapan sangat tidak setuju sebanyak 3 orang (3%), responden dengan tanggapan tidak setuju sebanyak 8 orang (8%), cukup setuju 18 orang (18%), setuju 40 orang (40%) dan sangat setuju 31 orang (31%). Artinya secara umum tanggapan responden banyak pada kategorisasi cukup setuju, setuju dan sangat setuju. Sehingga dapat dinyatakan



bahwa rata-rata konsumen merasa puas terhadap cita rasa produk yang dihidangkan oleh Kedai Kopi Nirwana.

#### 6) Kepuasan Terhadap Porsi Produk Yang Dihidangkan

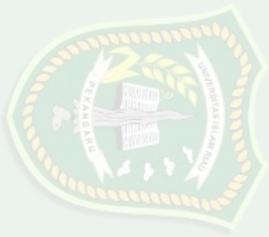
Atribut atau indikator pertama yang terdapat didalam Variabel Kualitas Produk yaitu pernyataan “*Kepuasan Terhadap Porsi Produk Yang Dihidangkan*”. Maka berikut merupakan uraian hasil tanggapan responden didalam penelitian ini, yaitu sebagaimana yang terlampir pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.22**  
**Kepuasan Terhadap Porsi Produk Yang Dihidangkan**

No	Y6		
	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	27	27%
2	Setuju	43	43%
3	Cukup Setuju	16	16%
4	Tidak Setuju	10	10%
5	Sangat Tidak Setuju	4	4%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Olahan Data, 2022

Berdasarkan lampiran hasil tanggapan responden penelitian terhadap pernyataan “*Kepuasan Terhadap Porsi Produk Yang Dihidangkan*” sebagaimana pada tabel diatas. Maka dapat dideskripsikan yaitu : responden dengan tanggapan sangat tidak setuju sebanyak 4 orang (4%), responden dengan tanggapan tidak setuju sebanyak 10 orang (10%), cukup setuju 16 orang (16%), setuju 43 orang (43%) dan sangat setuju 27 orang (27%). Artinya secara umum tanggapan responden banyak pada kategorisasi cukup setuju, setuju dan sangat setuju. Sehingga dapat dinyatakan



bahwa rata-rata konsumen merasa puas terhadap porsi produk yang dihidangkan oleh Kedai Kopi Nirwana.

#### 7) Kepuasan Terhadap Aroma Harum Produk Kopi

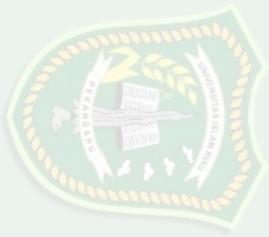
Atribut atau indikator pertama yang terdapat didalam Variabel Kualitas Produk yaitu pernyataan “*Kepuasan Terhadap Aroma Harum Produk Kopi*”. Maka berikut merupakan uraian hasil tanggapan responden didalam penelitian ini, yaitu sebagaimana yang terlampir pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.23**  
**Kepuasan Terhadap Aroma Harum Produk Kopi**

No	Y7		
	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	24	24%
2	Setuju	42	42%
3	Cukup Setuju	25	25%
4	Tidak Setuju	6	6%
5	Sangat Tidak Setuju	3	3%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Olahan Data, 2022

Berdasarkan lampiran hasil tanggapan responden penelitian terhadap pernyataan “*Kepuasan Terhadap Aroma Harum Produk Kopi*”. sebagaimana pada tabel diatas. Maka dapat dideskripsikan yaitu : responden dengan tanggapan sangat tidak setuju sebanyak 3 orang (3%), responden dengan tanggapan tidak setuju sebanyak 6 orang (6%), cukup setuju 25 orang (25%), setuju 42 orang (42%) dan sangat setuju 24 orang (24%). Artinya secara umum tanggapan responden banyak pada kategorisasi cukup setuju, setuju dan sangat setuju. Sehingga dapat dinyatakan



bahwa rata-rata konsumen merasa puas terhadap aroma harum produk kopi yang di hidangkan oleh Kedai Kopi Nirwana.

#### 8) Kualitas Produk Selalu Sesuai Harapan Konsumen

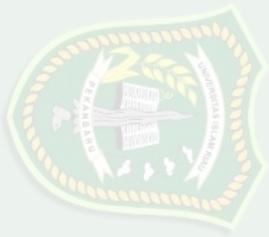
Atribut atau indikator pertama yang terdapat didalam Variabel Kualitas Produk yaitu pernyataan “*Kualitas Produk Selalu Sesuai Harapan Konsumen*”. Maka berikut merupakan uraian hasil tanggapan responden didalam penelitian ini, yaitu sebagaimana yang terlampir pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.24**  
**Kualitas Produk Selalu Sesuai Harapan Konsumen**

No	Y8		
	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	25	25%
2	Setuju	45	45%
3	Cukup Setuju	18	18%
4	Tidak Setuju	8	8%
5	Sangat Tidak Setuju	4	4%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Olahan Data, 2022

Berdasarkan lampiran hasil tanggapan responden penelitian terhadap pernyataan “*Kualitas Produk Selalu Sesuai Harapan Konsumen*” sebagaimana pada tabel diatas. Maka dapat dideskripsikan yaitu : responden dengan tanggapan sangat tidak setuju sebanyak 4 orang (4%), responden dengan tanggapan tidak setuju sebanyak 8 orang (8%), cukup setuju 18 orang (18%), setuju 45 orang (45%) dan sangat setuju 25 orang (25%). Artinya secara umum tanggapan responden banyak pada kategorisasi cukup setuju, setuju dan sangat setuju. Sehingga dapat dinyatakan



bahwa rata-rata konsumen merasa puas karena produk yang dipesan di Kedai Kopi Nirwana selalu sesuai harapan para konsumen.

#### 9) Suasana Nyaman Membuat Betah dan Selalu Ingin Kembali Membeli Produk

Atribut atau indikator pertama yang terdapat didalam Variabel Kualitas Produk yaitu pernyataan “*Suasana Nyaman Membuat Betah dan Selalu Ingin Kembali Membeli Produk*”. Maka berikut merupakan uraian hasil tanggapan responden didalam penelitian ini, yaitu sebagaimana yang terlampir pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.25**  
**Suasana Nyaman Membuat Betah dan Selalu Ingin Kembali Membeli Produk**

No	Y9		
	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	25	25%
2	Setuju	48	48%
3	Cukup Setuju	17	17%
4	Tidak Setuju	25	25%
5	Sangat Tidak Setuju	7	7%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Olahan Data, 2022

Berdasarkan lampiran hasil tanggapan responden penelitian terhadap pernyataan “*Suasana Nyaman Membuat Betah dan Selalu Ingin Kembali Membeli Produk*” sebagaimana pada tabel diatas. Maka dapat dideskripsikan yaitu : responden dengan tanggapan sangat tidak setuju sebanyak 7 orang (7%), responden dengan tanggapan tidak setuju sebanyak 3 orang (3%), cukup setuju 17 orang (17%), setuju 48 orang (48%) dan sangat setuju 25 orang (25%). Artinya secara umum tanggapan responden banyak pada kategorisasi cukup setuju, setuju dan sangat setuju. Sehingga

dapat dinyatakan bahwa rata-rata konsumen merasa puas berada di Kedai Kopi Nirwana karena suasana kedai kopi tersebut membuat konsumen merasa nyaman sehingga para konsumen cenderung ingin mengulang kembali datang ke Kedai Kopi Nirwana.

#### 10) Merekomendasi Yang Lain Untuk Ikut Menikmati Kopi

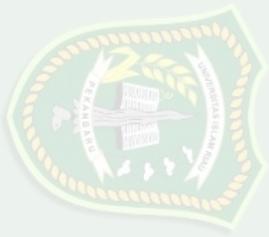
Atribut atau indikator pertama yang terdapat didalam Variabel Kualitas Produk yaitu pernyataan “*Merekomendasi Yang Lain Untuk Ikut Menikmati Kopi*”. Maka berikut merupakan uraian hasil tanggapan responden didalam penelitian ini, yaitu sebagaimana yang terlampir pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.26**  
**Merekomendasi Yang Lain Untuk Ikut Menikmati Kopi**

No	Y10		
	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	29	29%
2	Setuju	43	43%
3	Cukup Setuju	15	15%
4	Tidak Setuju	9	9%
5	Sangat Tidak Setuju	4	4%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Olahan Data, 2022

Berdasarkan lampiran hasil tanggapan responden penelitian terhadap pernyataan “*Merekomendasi Yang Lain Untuk Ikut Menikmati Kopi*” sebagaimana pada tabel diatas. Maka dapat dideskripsikan yaitu : responden dengan tanggapan sangat tidak setuju sebanyak 4 orang (4%), responden dengan tanggapan tidak setuju sebanyak 9 orang (9%), cukup setuju 15 orang (15%), setuju 43 orang (43%) dan sangat setuju 29 orang (29%). Artinya secara umum tanggapan responden banyak



pada kategorisasi cukup setuju, setuju dan sangat setuju. Sehingga dapat dinyatakan bahwa rata-rata kepuasan konsumen yang telah membeli produk yang di jual oleh Kedai Kopi Nirwana adalah tinggi, sehingga para konsumen juga cenderung merekomendasikan produk Kedai Kopi Nirwana kepada yang lain.

#### 4.5.3 Rekapitulasi Variabel Penelitian

Rekapitulasi adalah ringkasan isi atau ikhtisar pada akhir laporan atau akhir hitungan. Menurut mintorogo dan sedarmayanti (2001) Rekapitulasi adalah suatu kegiatan meringkaskan data sehingga menjadi lebih berguna dalam, bentuk, susunan, sifat, atau isinya dengan bantuan tenaga tangan atau bantuan suatu peralatan dan mengikuti rangkaian langkah, rumus, atau pola tertentu. Pada dasarnya rekapitulasi tanggapan responden tersebut dimaksudkan untuk mengetahui jumlah nilai skoring tanggapan responden penelitian ini, baik secara keseluruhan maupun terhadap masing-masing indikator.

##### 1) Rekapitulasi Variabel Kualitas Produk (X)

Adapun untuk mengetahui rekapitulasi tanggapan responden penelitian terhadap indikator atau pernyataan yang terdapat pada Variabel Kualitas Produk (X). Maka berikut ini merupakan lampiran data rekapitulasi variabel kualitas produk pada penelitian ini, yaitu sebagaimana yang terlampir pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.27**  
**Rekapitulasi Variabel Kualitas Produk (X)**

No	Kualitas Produk (X1)	STS	TS	R	S	SS	Rata-rata	Total
		1	2	3	4	5		

ISLAM RIAU



1	Produk Kopi Dari Kedai Kopi Nirwana sangat aman di konsumsi.	3	12	26	35	24	3,7	365	
	Bobot Nilai	3	24	78	140	120			
2	Kedai Kopi Nirwana menyajikan menu produk dengan banyak varian dan pilihan.	5	9	22	33	31	3,8	376	
	Bobot Nilai	5	18	66	132	155			
3	Produk kopi pada Kedai Kopi Nirwana Memiliki rasa yang enak.	2	5	20	51	22	3,9	386	
	Bobot Nilai	2	10	60	204	110			
4	Kedai Kopi Nirwana menyajikan pesanan produk dengan porsi yang pas.	0	3	28	37	32	4,0	398	
	Bobot Nilai	0	6	84	148	160			
5	Aroma produk minuman kopi di Kedai Kopi Nirwana sangat harum dan khas.	3	5	22	33	37	4,0	396	
	Bobot Nilai	3	10	66	132	185			
6	Warna produk minuman kopi Kedai Kopi Nirwana sangat kental dan menarik.	3	11	18	42	26	3,8	377	
	Bobot Nilai	3	22	54	168	130			
7	Kedai Kopi Nirwana menyajikan produk yang masih sangat hangat.	3	8	30	36	23	3,7	368	
	Bobot Nilai	3	16	90	144	115			
8	Topping tambahan produk minuman di Kedai Kopi Nirwana sangat menggoda selera.	2	11	22	41	24	3,7	374	
	Bobot Nilai	2	22	66	164	120			
9	Tampilan produk dikemas dengan sangat baik dan menarik.	11	18	28	29	14	3,9	317	
	Bobot Nilai	11	36	84	116	70			
10	Kedai Kopi Nirwana menawarkan banyak varian dan pilihan topping tambahan.	6	9	20	37	28	0,0	372	
	Bobot Nilai	6	18	60	148	140			
<b>Total Skor Keseluruhan</b>		<b>3729</b>							
<b>Skor Tertinggi</b>		<b>398</b>							
<b>Skor Terendah</b>		<b>317</b>							
<b>Kriteria Penilaian</b>		<b>Tinggi</b>							

Sumber : Hasil Olahan Data, 2022

Berdasarkan hasil rekapitulasi data tanggapan responden penelitian terhadap variabel kualitas produk (X), maka dapat diketahui hasil skoring tanggapan responden terhadap seluruh indikator yang ada didalam variabel kualitas produk adalah sebesar **3.729**. Selanjutnya untuk mengetahui kategorisasi dari pada hasil skoring tersebut maka diperlukan analisis untuk menentukan kelas interval nilai tertinggi hingga nilai terendah dengan menggunakan rumus dasar yang telah ditetapkan, yaitu sebagai dibawah ini :

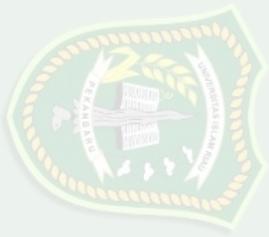
$$\text{Nilai Maksimal} = 5 \times 10 \times 100 = 5000$$

$$\text{Nilai Minimal} = 1 \times 10 \times 100 = 1000$$

$$\begin{aligned} \frac{\text{Skor Maksimal} - \text{Skor Minimal}}{\text{Item}} &= \\ &= \frac{5000 - 1000}{5} = 800 \end{aligned}$$

Dari hasil analisis diatas maka dapat diketahui bahwa skor tertinggi dari tanggapan responden penelitian terhadap variabel kualitas produk adalah sebesar 5.000 sedangkan skor terendah adalah sebesar 1000. Berikut merupakan penjabaran hasil terkait kategorisasi kelas interval terhadap nilai tertinggi dan nilai terendah dari Variabel Kualitas Produk.

Sangat Tinggi	4204	-	5000
Tinggi	3403	-	4203
Cukup Tinggi	2602	-	3402
Rendah	1801	-	2601
Sangat Rendah	1000	-	1800



Sebagaimana diketahui sebelumnya bahwa total skor keseluruhan tanggapan responden dalam penelitian ini adalah sebesar **3.729**. Berdasarkan total skor tersebut maka dapat ditarik kesimpulan kategorisasi kelas interval dari variabel kualitas produk dalam penelitian ini adalah **“Tinggi”**. Hal tersebut karena nilai total skor **3.729** yang diperoleh dalam penelitian ini berada diantara kelas interval 3404 – 4203. Selanjutnya berdasarkan lampiran tabel rekapitulasi tanggapan responden penelitian juga dapat diketahui bahwa indikator dengan nilai tertinggi diantaranya yaitu : Porsi Kopi yang disajikan ( $X^1$ ), Aroma kopi terasa harum ( $X^5$ ), Kualitas Rasa ( $X^3$ ). Sedangkan indikator dengan nilai terendah yaitu : Tampilan yang Menarik ( $X^9$ ).

Namun pada dasarnya secara umum, rata-rata nilai rekapitulasi tanggapan responden terhadap setiap indikator yang ada didalam Variabel Kualitas Produk adalah tinggi. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa rata-rata konsumen menanggapi kualitas produk kopi yang dijual Kedai Kopi Nirwana Kabupaten Indragiri Hulu Kecamatan Pasir Penyau Airmolek dengan nilai tanggapan yang tinggi.

## 2) Rekapitulasi Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Adapun untuk mengetahui rekapitulasi tanggapan responden penelitian terhadap indikator atau pernyataan yang terdapat pada Variabel Kepuasan Konsumen (Y). Maka berikut ini merupakan lampiran data rekapitulasi variabel kepuasan konsumen pada penelitian ini, yaitu sebagaimana yang terlampir pada tabel dibawah ini :

UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU



**Tabel 4.28**  
**Rekapitulasi Variabel Kepuasan Konsumen (Y)**

No	Kepuasan Konsumen (Y)	STS	TS	R	S	SS	Rata-rata	Total	
		1	2	3	4	5			
1	Merasa puas terhadap kebersihan produk yang dihidangkan karena terjamin secara ke higienisanya	4	5	17	38	36	4,0	397	
	Bobot Nilai	4	10	51	152	180			
2	Merasa puas terhadap banyaknya varian menu yang ditawarkan di Kedai Kopi Nirwana	2	6	18	35	39	4,0	403	
	Bobot Nilai	2	12	54	140	195			
3	Merasa puas terhadap topping tambahan yang ditawarkan Kedai Kopi Nirwana	2	8	28	41	21	3,7	371	
	Bobot Nilai	2	16	84	164	105			
4	Merasa puas terhadap banyaknya varian pilihan topping yang ditawarkan Kedai Kopi Nirwana	2	7	21	37	33	3,9	392	
	Bobot Nilai	2	14	63	148	165			
5	Saya merasa puas terhadap cita rasa produk yang dihidangkan	3	8	18	40	31	3,9	388	
	Bobot Nilai	3	16	54	160	155			
6	Saya merasa puas dengan porsi produk yang dihidangkan di Kedai Kopi Nirwana	4	10	16	43	27	3,8	379	
	Bobot Nilai	4	20	48	172	135			
7	Merasa puas terhadap aroma harum produk kopi yang disajikan Kedai Kopi Nirwana	3	6	25	42	24	3,8	378	
	Bobot Nilai	3	12	75	168	120			
8	Kualitas produk yang dihidangkan Kedai Kopi Nirwana selalu sesuai harapan konsumen	4	8	18	45	25	3,8	379	
	Bobot Nilai	4	16	54	180	125			
9	Suasana nyaman di Kedai Kopi Nirwana selalu membuat betah sehingga saya selalu ingin kembali membeli produk di Kedai Kopi Nirwana	7	3	17	48	25	3,8	381	
	Bobot Nilai	7	6	51	192	125			
10	Selalu merekomendasi yang lain untuk ikut menikmati kopi yang ada di Kedai Kopi Nirwana	4	9	15	43	29	3,8	384	
	Bobot Nilai	4	18	45	172	145			
<b>Total Skor Keseluruhan</b>		<b>3852</b>							
<b>Skor Tertinggi</b>		<b>403</b>							
<b>Skor Terendah</b>		<b>371</b>							
<b>Kriteria Penilaian</b>		<b>Tinggi</b>							

Sumber : Hasil Olahan Data, 2022



Berdasarkan hasil rekapitulasi data tanggapan responden penelitian terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y) maka dapat diketahui hasil skoring tanggapan responden terhadap seluruh indikator yang ada didalam variabel kualitas produk adalah sebesar **3.852**. Selanjutnya untuk mengetahui kategorisasi dari pada hasil skoring tersebut maka diperlukan analisis untuk menentukan kelas interval nilai tertinggi hingga nilai terendah dengan menggunakan rumus dasar yang telah ditetapkan, yaitu sebagai dibawah ini :

$$\text{Nilai Maksimal} = 5 \times 10 \times 100 = 5000$$

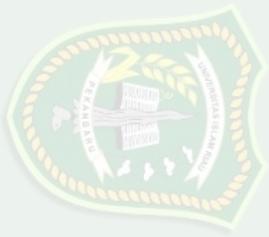
$$\text{Nilai Minimal} = 1 \times 10 \times 100 = 1000$$

$$\frac{\text{Skor Maksimal} - \text{Skor Minimal}}{\text{Item}} = \frac{5000 - 1000}{5} = 800$$

Dari hasil analisis diatas maka dapat diketahui bahwa skor tertinggi dari tanggapan responden penelitian terhadap Variabel Kepuasan Konsumen adalah sebesar 5.000 sedangkan skor terendah adalah sebesar 1000. Berikut merupakan penjabaran hasil terkait kategorisasi kelas interval terhadap nilai tertinggi dan nilai terendah dari Variabel Variabel Kepuasan Konsumen (Y).

Sangat Puas	4204	-	5000
Puas	3403	-	4203
Cukup Puas	2602	-	3402
Tidak Puas	1801	-	2601
Sangat Tidak Puas	1000	-	1800

Sebagaimana diketahui sebelumnya bahwa total skor keseluruhan tanggapan responden dalam penelitian ini adalah sebesar **3.852**. Berdasarkan total skor tersebut



maka dapat ditarik kesimpulan kategorisasi kelas interval dari Variabel Kepuasan Konsumen dalam penelitian ini adalah **“Puas”**. Hal tersebut karena nilai total skor **3.852** yang diperoleh dalam penelitian ini berada diantara kelas interval 3404 – 4203. Selanjutnya berdasarkan lampiran tabel rekapitulasi tanggapan responden penelitian juga dapat diketahui bahwa indikator dengan nilai tertinggi diantaranya yaitu : Kepuasan terhadap keragaman menu ( $X^2$ ), Kepuasan terhadap keragaman menu ( $X^1$ ), Kepuasan terhadap varian topping ( $X^4$ ). Sedangkan indikator dengan nilai terendah yaitu : Kepuasan terhadap keragaman menu ( $X^3$ ).

Namun pada dasarnya secara umum, rata-rata nilai rekapitulasi tanggapan responden terhadap setiap indikator yang ada didalam Variabel Kepuasan Konsumen adalah tinggi. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa rata-rata konsumen Kedai Kopi Nirwana Kabupaten Indragiri Hulu Kecamatan Pasir Penyau Airmolek merasa puas terhadap produk yang dijual Kedai Kopi Nirwana tersebut.

#### **4.6 Hasil Analisis Statistik**

##### **4.6.1 Regresi Linear Sederhana**

Analisis regresi linear sederhana merupakan salah satu metode regresi yang dapat dipakai sebagai alat inferensi statistik untuk menentukan pengaruh sebuah variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) yang terdapat dalam penelitian ini yaitu variabel kualitas produk (independen) dan variabel kepuasan konsumen (dependen), apakah variabel bebas berhubungan positif atau negatif.



Adapun persamaan yang digunakan untuk model regresi linier sederhana dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

$$Y = a + bX$$

Keterangan

Y = variabel terikat

a = Konstanta regresi

bX = variabel bebas

**Tabel 5.30**  
**Regresi Linear Sederhana**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.468	3.253		6.293	.000
	Kualitas Produk X	.484	.086	.494	5.618	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS 25, 2022

Berdasarkan lampiran hasil *Coefficients* diatas maka dapat dibuat persamaan regresi sederhana sebagai berikut :

$$Y = 20.468 + 0.484 X$$

1. Konstan ( $\beta_0$ ) = 20.468 ini menunjukkan nilai konstanta, dimana jika Kualitas Produk (X) = 0, maka nilai variabel dependen Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Nirwana Kabupaten Indragiri Hulu Kecamatan Pasir Penyau Air Molek adalah 20.468
2. Koefisien X ( $\beta_2$ ) = 0.484 artinya nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen Kedai

**ISLAM RIAU**



Kopi Nirwana Kabupaten Indragiri Hulu Kecamatan Pasir Penyau Air Molek akan meningkat sebesar 0.484.

#### 4.6.2 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Untuk mengujinya dapat digunakan normal probability plot yaitu apabila grafik menunjukkan penyebaran data yang berada disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tersebut telah memenuhi asumsi normalitas. Hasil pengujian normalitas data penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5.31**  
**Hasil Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.01444694
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.050
	Negative	-.068
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS 25, 2022

Berdasarkan hasil uji normalitas data penelitian sebagaimana yang terlampir diatas, maka dapat diketahui bahwa nilai signifikansi data penelitian ini adalah 0.200. artinya nilai tersebut yaitu  $0.200 > 0,05$ . sehingga berdasarkan hasil tersebut dapat di tarik pernyataan bahwa nilai residual dalam penelitian ini adalah berdistribusi normal.

### 4.6.3 Uji Koefisien Korelasi

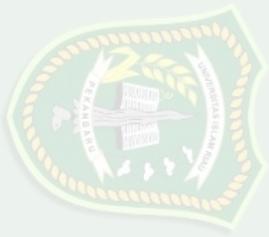
Pada dasarnya jenis pengujian koefisien korelasi yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kuatnya hubungan variabel *independen* kepuasan kerja terhadap variabel *dependen* yaitu komitmen organisasi. Jika koefisien korelasi positif, maka kedua variabel mempunyai hubungan searah. Artinya jika nilai variabel X tinggi, maka nilai variabel Y akan tinggi pula. Sebaliknya, jika koefisien korelasi negatif, maka kedua variabel mempunyai hubungan terbalik. Artinya jika nilai variabel X tinggi, maka nilai variabel Y akan menjadi rendah dan sebaliknya (Sarwono, 2006). Adapun yang menjadi dasar pengambilan keputusan dari hasil uji koefisien korelasi adalah dengan perbandingan nilai signifikansi dari hasil uji koefisien korelasi, yaitu :

- Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka terjadi korelasi antar variabel penelitian
- Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka tidak terjadi korelasi antar variabel penelitian

Sedangkan dasar yang digunakan untuk menentukan derajat hubungan yang terjadi antara variabel penelitian ini adalah sebagai berikut :

- |                               |   |                        |
|-------------------------------|---|------------------------|
| - Nilai korelasi 0 - 0,199    | = | Tidak Ada Korelasi     |
| - Nilai korelasi 0,20 - 0,399 | = | Korelasi Sangat Rendah |
| - Nilai korelasi 0,40 - 0,599 | = | Korelasi Rendah        |
| - Nilai korelasi 0,60 - 0,799 | = | Korelasi Kuat          |
| - Nilai korelasi 0,80 - 1,00  | = | Korelasi sangat kuat   |

**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**



Berikut merupakan lampiran hasil dari pada pengujian koefisien korelasi terhadap data-data dalam penelitian ini, yaitu sebagaimana yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

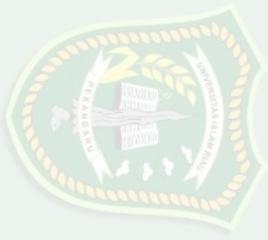
**Tabel 5.32**  
**Uji Koefisien Korelasi**

<b>Correlations</b>			
		<b>X</b>	<b>Y</b>
Kualitas Produk (X)	Pearson Correlationa	1	.737**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Kepuasan Konsumen (Y)	Pearson Correlation	.737**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS 25, 2022

Berdasarkan lampiran hasil uji koefisien korelasi data penelitian sebagaimana yang tertera pada tabel diatas, maka dapat diketahui nilai korelasi dan signifikansi dari variabel penelitian, yaitu : diketahui nilai korelasi variabel kualitas produk dan variabel kepuasan konsumen adalah sebesar 0,737. maka berdasarkan nilai korelasi 0,737 tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa hubungan antara kedua variabel adalah berkorelasi kuat serta selanjutnya diketahui nilai signifikansi dari kedua variabel adalah sebesar  $0,000 < 0,05$ . maka berdasarkan nilai signifikansi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat korelasi antara variabel kualitas dan variabel komitmen organisasi.

**UNIVERSITAS**  
**ISLAM RIAU**



### a. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

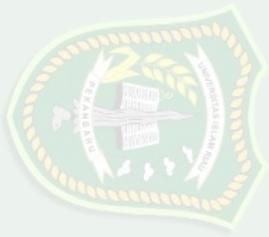
Pengujian data yang terdapat dalam penelitian ini yaitu uji Koefisien determinan ( $R^2$ ). Pada dasarnya pengujian koefisien determinan tersebut dimaksudkan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model penelitian dapat menerangkan variasi dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Selain itu, uji koefisien determinasi juga bisa digunakan untuk mengukur seberapa baik garis regresi yang terdapat dalam penelitian ini. Berikut merupakan hasil uji koefisien determinan dari variabel kepuasan kerja sebagai variabel bebas dan variabel kualitas produk dan variabel kepuasan konsumen.

**Tabel 5.33**  
**Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.737 <sup>a</sup>	.543	.533	3.520

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS 25, 2022

Berdasarkan lampiran hasil uji koefisien determinasi data penelitian sebagaimana yang tertera pada tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi atau R Square dalam penelitian ini adalah sebesar 0.543. Artinya berdasarkan nilai R Square tersebut menunjukkan bahwa sebesar 54,3 % variabel kualitas produk sebagai variabel bebas dapat berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Nirwana. Sedangkan 45,7 % dalam hal ini merupakan sisa dari persentase ( $100 - 54,3 = 45,7$  %) adalah faktor atau



variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini namun di asumsikan dapat berpengaruh atau menjelaskan juga terhadap variabel kepuasan konsumen.

#### 4.6.2 Uji Hipotesis (Uji t)

Adapun yang menjadi sebagai dasar pengambilan keputusan dalam uji hipotesis maupun regresi linear sederhana adalah mengacu pada dua hal, yaitu dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel, atau dengan membandingkan nilai signifikansi dengan nilai probabilitas 0,05.

- Jika nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel, artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
- Jika nilai t hitung tidak lebih besar dari nilai t tabel, artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
- Jika nilai signifikansi tidak lebih dari nilai probabilitas 0,05, artinya variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.
- Jika nilai signifikansi lebih dari nilai probabilitas 0,05, artinya variabel bebas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

Pada dasarnya model pengujian t tersebut dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari variabel kualitas produk sebagai variabel bebas terhadap variabel kepuasan konsumen sebagai variabel terikat serta juga dimaksudkan untuk mengetahui hasil dari pengujian hipotesis dalam penelitian ini yaitu apakah diterima atau ditolak. Maka untuk mendapatkan nilai t tabel dalam pengujian t tersebut digunakan rumus dasar t-tabel, yaitu sebagai berikut :

**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**



DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK:

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

$$\begin{aligned}
 t \text{ tabel} &= t (\alpha / 2 ; n-k-1) \\
 &= t (0,05 / 2 ; 100-2-1) \\
 &= t (0,025 ; 97) \\
 &= 1.984
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka diketahui bahwa nilai t-tabel dalam penelitian ini adalah 1,984. Maka selanjutnya merupakan lampiran hasil dari pengujian-t terhadap variabel yang terdapat dalam penelitian ini yang dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel kualitas produk terhadap variabel kepuasan konsumen, yaitu sebagaimana yang terlampir pada tabel dibawah ini.

**Tabel 5.34**  
**Uji Hipotesis (Uji t)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.468	3.253		6.293	.000
	Kualitas Produk X	.484	.086	.494	5.618	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS 25, 2022

Berdasarkan lampiran hasil Uji Hipotesis (uji-t) sebagaimana yang terlampir diatas. Maka dapat ditarik beberapa pernyataan yaitu sebagai berikut :

- Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis penelitian maka diketahui bahwa nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel dimana nilai t-hitung pada variabel kualitas produk (X) adalah sebesar  $5.618 > 1.984$ . Artinya hal tersebut menunjukkan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Sehingga dapat



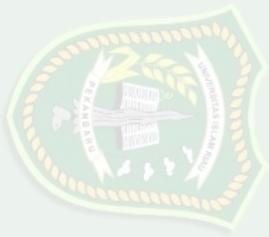
disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

- Selanjutnya diketahui bahwa nilai signifikansi dalam penelitian ini yaitu tidak lebih dari nilai probabilitas 0.05 dimana nilai signifikansi variabel X dan variabel Y dalam penelitian ini adalah  $0.000 < 0.05$ . Artinya hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X) dalam penelitian ini berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

#### **4.7 Pembahasan Hasil Penelitian**

Dalam pelaksanaan proses penelitian ini maka terdapat responden penelitian yang diperlukan sebagai sampel penelitian. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 sampel yang merupakan sebagian kecil dari pada konsumen yang datang kekedai kopi nirwana kabupaten Indragiri hulu kecamatan pasir penyu air molek. Secara umum para responden tersebut lebih didominasi oleh responden berjenis kelamin laki-laki. Selanjutnya jika dilihat berdasarkan tingkat umur maka diketahui bahwa rata-rata konsumen yang datang kekedai kopi nirwana lebih banyak dari para konsumen dengan rentang usia yang relatif masih sangat muda.

Selanjutnya jika dilihat karakteristik responden penelitian berdasarkan status pekerjaan, maka diketahui bahwa secara umum responden penelitian yang merupakan



konsumen dari pada kedai kopi nirwana rata-rata berstatus pekerjaan sebagai Mahasiswa/i, Pelajar, Pegawai Swasta serta Pegawai Keperintahan (PNS).

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

Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen yang membeli produk di Kedai Kopi Nirwana. Artinya hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tingginya tingkat kualitas produk maka akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen terhadap produk yang dijual oleh Kedai Kopi Nirwana tersebut. Menurut Lupiyoadi (2013), dalam menentukan tingkat kepuasan, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Faktor pertama adalah kualitas produk, dimana pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas (Afnina & Hastuti, 2018).

Maka selaras dengan hal tersebut Suyadi Prawirosentono dalam (Endriati E, 2015) mengemukakan bahwa : “kualitas produk adalah keadaan fisik, fungsi, dan sifat suatu produk bersangkutan yang dapat memenuhi selera dan kebutuhan konsumen dengan memuaskan sesuai nilai uang yang dikeluarkan”. Selanjutnya Afnina dalam penelitiannya (2018) juga menyebutkan bahwa Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan di mana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Produk berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk

kepuasan pelanggan. Semakin berkualitas produk yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi.

Pada dasarnya temuan dari pada penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel Kualitas Produk (X) dapat berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y) pada Kedai Kopi Nirwana Kabupaten Indragiri Hulu Kecamatan Pasir Penyau Air Molek. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian lain yang dilakukan oleh Feby Liany (2016) yaitu menunjukkan bahwa kualitas produk minuman kopi terutama dalam aspek aesthetics memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan konsumen di Yellow Truck Coffee Bandung.

Pada penelitian sejenis lainnya yang dilakukan oleh Walangitan (2017) dengan judul penelitian yaitu “*Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kopi Box Wanea Manado*”. Dimana penelitian tersebut juga dilakukan dengan pengumpulan data menggunakan kuisioner yang dibagikan kepada 100 orang responden. Hasil uji hipotesis dari pada penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Kopi Box Wanea Manado.

Pada dasarnya Produk merupakan peruntukkan bagi pemuasan akan kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Produsen harus memperhatikan secara hati-hati kebijakan akan produknya. Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Semakin tinggi Kualitas Produk yang ditawarkan maka akan semakin





tinggi pula kepuasan pelanggan. Hal tersebut diakibatkan oleh karena produk yang dibuat merupakan hand made serta menggunakan alat-alat khusus pembuat kopi serta pengelolaan serta adanya keunngulan produk yang diciptakan sendiri yang berbeda dari produk-produk pesaing.



# UNIVERSITAS ISLAM RIAU

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

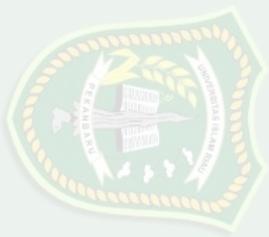
Berdasarkan hasil analisis serta pengujian hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka terdapat beberapa kesimpulan yang dapat dijabarkan oleh peneliti, diantaranya yaitu sebagai berikut :

1. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin tinggi tingkat kualitas produk yang disajikan oleh Kedai Kopi Nirwana maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen.
2. Tingkat kepuasan konsumen yang tinggi terhadap kualitas produk yang dijual oleh Kedai Kopi Nirwana adalah di karenakan beberapa faktor beberapa diantaranya seperti : varian menu, kebersihan produk, banyaknya varian pilihan dan cita rasa.
3. Para konsumen setuju bahwa Kedai Kopi Nirwana menyajikan produk dengan berkualitas baik, sehingga konsumen merasa puas terhadap kualitas produk yang disajikan tersebut.

#### 5.1 Saran

Selanjutnya terdapat beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti dengan berdasarkan dari hasil keseluruhan penelitian ini, diantaranya yaitu sebagai berikut :

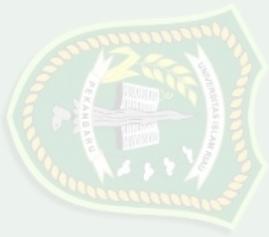
1. Bagi pihak pengelola Kedai Kopi Nirwana tentunya sangat penting untuk terus meningkatkan kepuasan para konsumen. Untuk itu pihak pengelola harus terus



melakukan inovasi dan evaluasi karena bagaimanapun kondisi pasar selalu berubah dan selalu menuntut perbedaan ditambah lagi ada banyak kompetitor lain yang juga bergerak pada jenis usaha yang sama. Sehingga sangat penting bagi pihak pengelola Kedai Kopi Nirwana untuk selalu menjalankan strategi bisnis yang terus berkembang, baik secara promosi produk, inovasi tempat penjualan maupun produk yang dijual.

2. Kedai Kopi Nirwana sebaiknya juga melakukan penambahan terhadap pilihan-pilihan topping yang ditawarkan kepada konsumen sehingga konsumen merasa puas dengan banyaknya ragam pilihan terhadap topping tambahan tersebut.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang berminat mengambil judul yang sama sebaiknya menambah variabel penelitian serta menambah beberapa objek penelitian sehingga mendapatkan perbandingan hasil dari beberapa objek penelitian yang berbeda.

**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**



DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

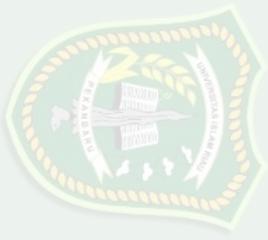
- Handi Irawan. (2009). 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Kotler, Philip, 2007, Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia, Jilid I, II, Edisi kesebelas, Indeks, Jakarta
- Swastha dan Handoko. 2012. Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. Edisi Pertama. BPFE, Yogyakarta.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta. 167
- Yamit, Zulian. (2005). Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Ed. 1, Cet. 4. Yogyakarta: Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta

### Jurnal dan Penelitian

- Anggraeni, D., Kumadji, S., & Sunarti, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan ( Survei Pada Pelanggan Nasi Rawon Di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 37 (1), 171–177.
- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9 (1), 21–30.
- Debby. (2020). “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Setia Alam Berjaya.” *Skripsi - Universitas Buddhi Dharma*.
- Diponegoro, U. (2009). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi PADA Perumahan Sembungharjo Permai Pengembang Pt. Sindur Graha Tama) *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Ariadi Wibowo. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, VIII (2), 173–186.
- E, T. E. (1967). Peningkatan Ekonomi Kerakyatan Melalui Desa Wisata. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., X, 313–321.



- Feby Liany (2016). Terhadap Kepuasan Konsumen Di Yellow Truck Coffee Bandung. *Skripsi*.
- Hizkia Jedia. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Maxxiklin Surabaya. *Journal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 53(9), 1689–1699.
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 72–78.
- Jayanti, N. D. (2016). Kualitas Pelayanan (Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangibles ) Di Legend Premium Coffee Yogyakarta. *Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta Untuk*, 1–97.
- Kusumawathi, N. W. G., Darmawan, D. P., & Suryawardani, I. G. . O. (2019). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen di Seniman Coffee Studio. *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata (Journal of Agribusiness and Agritourism)*, 8(1), 1.
- Runtuwu, J. G., Oroh, S., & Taroreh, R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe Dan Resto Cabana Manado. EMBA.
- Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 72–80.
- Rosanna, W. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT.Smartfren Telecom Tbk Cabang Sukabumi. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182.
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146.
- Umami, R., Rizal, A., & Sumartik, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Cafe. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 15(2), 250.
- Walangitan, M. D. (2017). Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kopi Box Wanea Manado. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 4(3), 162–167.



**LAMPIRAN**

**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**

**DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :**

**PERPUSTAKAAN SOEMAN HS**

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

## KUSIONER PENELITIAN

### 1. Pengantar

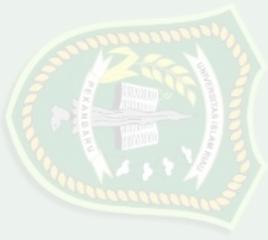
**Assalamualaikum. WR WB**

saya Dio Firmansyah memohon kesediaan waktu dari Bapak/Ibu/Saudara/I untuk dapat mengisi pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner penelitian ini. Kuesioner ini bertujuan untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam proses penyusunan tugas akhir atau skripsi saya dengan judul penelitian, yaitu **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Kedai Kopi Nirwana Kabupaten Indragiri Hulu Kecamatan Pasir Penyu Airmolek)”**. Yang merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi dari Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Islam Riau.

Mengingat hasil jawaban kuesioner Bapak/Ibu/Saudara/I menjadi sumber data untuk penelitian saya, maka diharapkan Bapak/Ibu/Saudara/I dapat mengisi kuesioner ini dengan jujur serta sesuai dengan keadaan sebenarnya. Demi untuk kenyamanan Bapak/Ibu/Saudara/I maka perlu saya sampaikan bahwa data pribadi yang diperoleh akan dijaga kerahasiannya dan kuesioner ini tidak berkaitan terhadap karier ataupun penilaian pelanggan Bapak/Ibu/Saudara/i. demikian saya ucapkan ribuan terimakasih kepada Bapak/Ibu/Saudara/i atas waktu dan kesediaannya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**





## 2. Pernyataan Penelitian

Berikut dibawah ini merupakan petunjuk dalam pengisian kuesioner, diantaranya yaitu :

1. Berilah tanda ( √ ) pada jawaban yang dipilih
2. Mohon mengisi kuesioner ini sesuai dengan / menurut yang bapak/ibu/saudara/I rasakan dengan kondisi sebenarnya.
3. Bila telah selesai mengisi, dimohon untuk memeriksa kembali kuesionernya, dan jangan sampai ada pengisian yang dilewatkan
4. Pengisian hanya memiliki salah satu alternatif jawaban yang ada sesuai dengan pernyataan yaitu :

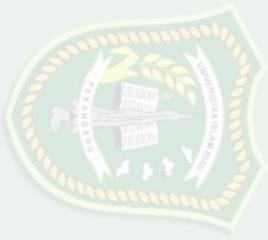
No	Alternatif Jawaban	Skala	Singkatan
1	Sangat Setuju	5	SS
2	Setuju	4	S
3	Ragu-ragu	3	R
4	Tidak Setuju	2	TS
5	Sangat Tidak Setuju	1	STS

**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU



### 3. Profil Responden

- Nama Responden : .....
- Jenis Kelamin :  Laki-laki  
 Perempuan
- Umur/usia : .....
- Pekerjaan/status :  Pegawai Keperintahan (PNS)  
 Pegawai Swasta  
 Pelajar  
 Mahasiswa/i  
 IRT (Ibu Rumah Tangga)  
 Wiraswastawan  
 Lainnya
- Pendidikan Terakhir :  SMP  
 SMA  
 Diploma  
 S1/Sederajat  
 S2/Pasca Sarjana

#### A. Kualitas Produk

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		(SS)	(S)	(R)	(TS)	(STS)
1.	Produk Kopi Dari Kedai Kopi Nirwana sangat aman di konsumsi.					
2.	Kedai Kopi Nirwana menyajikan menu produk dengan banyak varian dan pilihan.					
3.	Produk kopi pada Kedai Kopi Nirwana Memiliki rasa yang enak.					
4.	Kedai Kopi Nirwana menyajikan pesanan produk dengan porsi yang pas.					
5.	Aroma produk minuman kopi di Kedai Kopi Nirwana sangat harum dan khas.					
6.	warna produk minuman kopi Kedai Kopi Nirwana sangat kental dan menarik.					

7.	Kedai Kopi Nirwana menyajikan produk yang masih sangat hangat.					
8.	Topping tambahan produk minuman di Kedai Kopi Nirwana sangat menggoda selera.					
9.	Tampilan produk dikemas dengan sangat baik dan menarik.					
10.	Kedai Kopi Nirwana menawarkan banyak varian dan pilihan topping tambahan.					

### B. Kepuasan Konsumen

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		(SS)	(S)	(R)	(TS)	(STS)
1.	Merasa puas terhadap kebersihan produk yang dihidangkan karena terjamin secara ke higienisanya					
2.	Merasa puas terhadap banyaknya varian menu yang ditawarkan di Kedai Kopi Nirwana					
3.	Merasa puas terhadap topping tambahan yang ditawarkan Kedai Kopi Nirwana					
4.	Merasa puas terhadap banyaknya varian pilihan topping yang ditawarkan Kedai Kopi Nirwana					
5.	Saya merasa puas terhadap cita rasa produk yang dihidangkan					
6.	Saya merasa puas dengan porsi produk yang dihidangkan di Kedai Kopi Nirwana					
7.	Merasa puas terhadap aroma harum produk kopi yang disajikan Kedai Kopi Nirwana					
8.	Kualitas produk yang dihidangkan Kedai Kopi Nirwana selalu sesuai harapan konsumen					
9.	Suasana nyaman di Kedai Kopi Nirwana selalu membuat betah sehingga saya selalu ingin kembali membeli produk di Kedai Kopi Nirwana					
10.	Selalu merekomendasi yang lain untuk ikut menikmati kopi yang ada di Kedai Kopi Nirwana					



## TABULASI DATA PENELITIAN

### 1. Data Responden

Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan/Status	Pendidikan Terakhir
Laki-laki	32	Pegawai Keperintahan (PNS)	S1/Sederajat
Perempuan	35	Pegawai Keperintahan (PNS)	S1/Sederajat
Perempuan	15	Pelajar	SMP
Laki-laki	39	Pegawai Keperintahan (PNS)	S1/Sederajat
Laki-laki	16	Pelajar	SMP
Laki-laki	16	Pelajar	SMP
Perempuan	38	Pegawai Swasta	S1/Sederajat
Perempuan	31	Pegawai Swasta	S1/Sederajat
Perempuan	37	Pegawai Swasta	S1/Sederajat
Laki-laki	35	Lainnya	SMA
Laki-laki	36	Wiraswastawan	SMA
Perempuan	37	IRT (Ibu Rumah Tangga)	S1/Sederajat
Perempuan	21	Mahasiswa/i	SMA
Laki-laki	20	Mahasiswa/i	SMA
Laki-laki	36	Wiraswastawan	Diploma
Perempuan	19	Mahasiswa/i	SMA
Perempuan	20	Mahasiswa/i	SMA
Laki-laki	20	Mahasiswa/i	SMA
Laki-laki	22	Mahasiswa/i	SMA
Perempuan	32	IRT (Ibu Rumah Tangga)	Diploma
Laki-laki	15	Pelajar	SMP
Perempuan	50	IRT (Ibu Rumah Tangga)	SMA
Laki-laki	32	Lainnya	SMA
Perempuan	17	Pelajar	SMA
Laki-laki	42	Lainnya	Diploma
Laki-laki	18	Pelajar	SMP
Perempuan	39	Lainnya	S1/Sederajat
Laki-laki	36	Lainnya	S1/Sederajat
Perempuan	21	Mahasiswa/i	SMA
Laki-laki	24	Mahasiswa/i	SMA
Perempuan	22	Mahasiswa/i	SMA

# ISLAM RIAU





Laki-laki	33	Pegawai Swasta	Diploma
Laki-laki	32	Pegawai Swasta	S2/Pasca Sarjana
Laki-laki	22	Mahasiswa/i	SMA
Laki-laki	38	Pegawai Swasta	Diploma
Laki-laki	24	Mahasiswa/i	SMA
Laki-laki	24	Mahasiswa/i	SMA
Laki-laki	23	Mahasiswa/i	SMA
Laki-laki	43	Lainnya	Diploma
Perempuan	29	Mahasiswa/i	SMA
Laki-laki	21	Mahasiswa/i	SMA
Perempuan	19	Mahasiswa/i	SMA
Laki-laki	20	Mahasiswa/i	SMA
Laki-laki	34	Wiraswastawan	Diploma
Perempuan	46	Wiraswastawan	SMA
Perempuan	37	Wiraswastawan	Diploma
Perempuan	46	Wiraswastawan	SMA
Laki-laki	43	Wiraswastawan	S1/Sederajat
Perempuan	22	Mahasiswa/i	SMA
Perempuan	28	IRT (Ibu Rumah Tangga)	SMA
Laki-laki	21	Mahasiswa/i	SMA
Perempuan	31	Pegawai Keperintahan (PNS)	S1/Sederajat
Perempuan	29	Pegawai Keperintahan (PNS)	S1/Sederajat
Perempuan	29	Pegawai Keperintahan (PNS)	S2/Pasca Sarjana
Laki-laki	27	Pegawai Keperintahan (PNS)	S1/Sederajat
Laki-laki	29	Pegawai Keperintahan (PNS)	S1/Sederajat
Laki-laki	26	Pegawai Keperintahan (PNS)	S1/Sederajat
Perempuan	17	Pelajar	SMP
Perempuan	40	Pegawai Swasta	Diploma
Laki-laki	16	Pelajar	SMP
Perempuan	27	Pegawai Swasta	S1/Sederajat
Laki-laki	18	Pelajar	SMP
Perempuan	29	Pegawai Swasta	Diploma
Laki-laki	35	Pegawai Swasta	S1/Sederajat

# ISLAM RIAU

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU



Laki-laki	33	Pegawai Swasta	S1/Sederajat
Perempuan	31	Pegawai Keperintahan (PNS)	S2/Pasca Sarjana
Perempuan	26	Pegawai Keperintahan (PNS)	S1/Sederajat
Laki-laki	38	Lainnya	SMA
Perempuan	30	IRT (Ibu Rumah Tangga)	SMA
Perempuan	29	Wiraswastawan	S1/Sederajat
Perempuan	31	IRT (Ibu Rumah Tangga)	SMA
Perempuan	28	IRT (Ibu Rumah Tangga)	SMA
Laki-laki	32	Wiraswastawan	S2/Pasca Sarjana
Laki-laki	30	Wiraswastawan	S1/Sederajat
Laki-laki	31	Wiraswastawan	Diploma
Laki-laki	36	Wiraswastawan	SMA
Perempuan	35	Wiraswastawan	S2/Pasca Sarjana
Perempuan	28	IRT (Ibu Rumah Tangga)	SMA
Perempuan	16	Pelajar	SMP
Laki-laki	29	Wiraswastawan	Diploma
Perempuan	40	IRT (Ibu Rumah Tangga)	SMA
Laki-laki	18	Pelajar	SMP
Perempuan	36	IRT (Ibu Rumah Tangga)	SMA
Perempuan	34	IRT (Ibu Rumah Tangga)	S1/Sederajat
Laki-laki	17	Pelajar	SMP
Perempuan	29	IRT (Ibu Rumah Tangga)	S1/Sederajat
Laki-laki	36	Lainnya	SMA
Laki-laki	36	Lainnya	SMA
Laki-laki	18	Pelajar	SMP
Laki-laki	33	Pegawai Swasta	Diploma
Laki-laki	38	Pegawai Swasta	SMA
Laki-laki	36	Pegawai Keperintahan (PNS)	S1/Sederajat
Laki-laki	38	Pegawai Swasta	S1/Sederajat
Perempuan	36	Pegawai Swasta	SMA
Perempuan	29	Pegawai Keperintahan (PNS)	S2/Pasca Sarjana
Laki-laki	31	Pegawai Swasta	S1/Sederajat
Laki-laki	31	Pegawai Swasta	S1/Sederajat
Laki-laki	17	Pelajar	SMP

# ISLAM RIAU

Laki-laki	28	Lainnya	S1/Sederajat
Laki-laki	29	Pegawai Swasta	S2/Pasca Sarjana

## 2. Variabel Kualitas Produk (X)

Kualitas Produk (X)										Total
X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	
2	5	4	5	5	5	5	4	4	4	43
1	1	2	5	5	4	5	5	3	5	36
1	5	3	5	5	5	5	3	3	3	38
4	2	4	5	3	4	2	4	5	4	37
1	5	3	5	5	5	5	3	4	2	38
5	4	4	5	5	5	5	4	3	4	44
4	3	4	4	3	4	5	4	3	4	38
5	1	5	3	5	3	5	5	3	3	38
4	3	4	3	5	3	5	4	3	4	38
2	4	4	4	5	4	4	4	2	4	37
5	1	3	3	5	3	5	3	2	5	35
4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	41
2	4	3	4	5	5	4	3	3	2	35
4	1	4	4	3	5	3	4	2	2	32
4	3	5	3	5	3	3	4	5	5	40
3	5	3	4	4	2	3	4	3	3	34
4	4	5	5	5	5	5	5	2	5	45
5	5	4	5	3	4	5	4	5	4	44
5	3	4	4	4	5	4	5	4	4	42
4	4	4	3	3	3	4	4	5	4	38
3	3	5	4	4	2	3	3	3	5	35
4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	38
2	2	4	3	3	3	3	3	4	4	31
3	3	4	4	2	3	4	2	3	3	31
4	2	5	5	5	5	5	5	3	5	44
5	5	2	5	3	2	4	5	5	2	38
5	3	4	2	5	2	2	2	2	4	31
4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	37
4	2	4	5	4	4	4	2	4	4	37
3	3	4	3	5	4	3	4	3	3	35
4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	40
5	3	5	5	5	5	3	5	1	5	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	3	5	5	5	5	5	5	1	5	44

# ISLAM RIAU



4	4	3	3	4	4	3	3	4	5	37
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	5	5	4	3	1	3	4	1	5	33
2	4	3	4	1	4	2	4	4	4	32
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	3	4	4	4	4	4	5	1	4	37
3	3	1	3	1	1	2	2	1	1	18
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	4	2	4	4	4	1	4	4	4	33
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	48
5	5	4	4	5	4	4	3	1	5	40
3	5	4	5	4	4	3	4	2	4	38
5	5	4	5	5	5	4	1	1	5	40
3	4	4	4	4	4	3	4	1	4	35
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	29
3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	28
4	5	3	3	5	5	4	4	3	5	41
3	3	3	3	2	2	1	2	3	2	24
4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	38
5	4	5	5	4	4	4	5	2	5	43
4	4	4	4	4	4	3	2	2	4	35
4	5	4	5	4	4	4	4	2	2	38
3	3	4	3	5	4	3	4	3	3	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	48
4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	37
5	5	5	5	5	5	5	5	4	1	45
4	4	3	3	4	4	3	3	1	3	32
3	5	3	5	5	5	5	5	2	3	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	37
5	5	5	4	3	5	3	4	2	5	41
4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	37
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	4	4	3	4	4	5	4	3	39
3	1	1	3	1	1	2	2	1	1	16
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	37
5	5	5	5	5	3	3	3	3	1	38
3	5	5	3	3	5	3	3	5	1	36
3	5	4	4	3	4	4	3	4	3	37
4	5	4	5	4	4	3	4	5	4	42
5	5	4	5	5	3	4	1	4	5	41
2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	37
5	5	5	4	3	3	3	4	5	5	42
3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	29
4	5	3	3	5	5	4	4	3	5	41

# ISLAM RIAU

3	3	3	3	2	2	1	2	3	3	25
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	38
3	4	5	5	4	4	4	3	5	5	42
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	48
3	4	4	3	3	3	3	3	2	4	32
5	2	4	4	2	3	4	2	3	4	33
4	2	5	5	5	5	5	5	3	5	44
5	3	2	5	3	2	4	5	3	2	34
3	4	4	2	5	2	2	2	2	4	30
4	2	3	3	2	3	2	5	3	3	30
3	5	4	3	3	5	3	3	3	3	35
4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	43
4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	42
3	4	3	2	5	2	2	5	3	3	32
2	5	4	4	4	2	4	4	4	3	36
5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	47
3	3	2	5	4	2	5	5	2	2	33
5	4	4	3	4	4	3	4	2	4	37

### 3. Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan Konsumen (Y)										Total
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	
2	5	4	5	5	5	5	4	4	4	43
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	44
4	5	5	5	3	4	5	4	4	4	43
5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	41
5	4	3	3	3	3	4	4	5	4	38
4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	37
5	5	3	5	5	5	4	4	4	5	45
4	3	3	5	5	5	5	5	5	4	44
5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	39
5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	47
4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	34
5	4	3	2	2	5	5	5	5	5	41
4	5	5	2	4	4	4	4	4	4	40
4	3	5	5	2	5	5	4	5	5	43
3	5	3	4	4	4	4	4	4	3	38
4	4	2	3	3	3	3	3	3	5	33
5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	42
5	3	4	1	1	1	1	1	1	4	22

# ISLAM RIAU



4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	42
3	3	3	4	5	4	5	4	4	5	40
4	4	2	5	2	2	5	5	5	4	38
4	4	4	5	5	1	5	5	5	4	42
3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	38
4	2	3	5	5	4	5	4	5	5	42
5	5	5	5	5	4	5	5	1	2	42
5	3	2	4	5	4	4	4	5	4	40
4	4	4	3	4	3	5	3	3	4	37
1	5	4	2	2	3	3	4	2	4	30
3	3	3	5	3	4	3	4	4	3	35
4	4	3	2	2	4	4	3	3	5	34
5	5	3	4	4	2	4	4	4	5	40
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	37
2	2	5	5	5	3	5	3	5	5	40
1	4	5	3	4	4	3	3	3	5	35
5	5	4	3	3	5	2	1	1	5	34
4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	37
2	5	3	4	3	3	3	4	1	5	33
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
3	3	4	3	3	3	3	3	1	3	29
4	4	5	4	4	2	4	5	4	4	40
3	1	4	3	1	1	2	2	1	1	19
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	46
5	5	3	3	5	5	3	4	5	5	43
5	5	5	4	5	4	4	3	4	5	44
4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	42
5	5	2	5	5	2	4	1	4	5	38
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	32
4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	34
3	3	3	4	4	5	4	4	3	2	35
4	4	3	4	4	4	1	2	3	3	32
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
4	4	4	4	3	4	3	2	4	4	36
4	5	4	5	5	2	4	4	4	4	41
3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	33
5	5	2	5	5	5	4	2	3	3	39
5	4	4	4	4	4	3	5	5	2	40
5	5	5	5	4	2	4	4	4	4	42
4	4	4	4	4	4	5	5	5	2	41
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	29
4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	43
1	1	1	1	1	1	4	4	4	4	22
4	5	4	4	4	4	3	4	5	5	42

# ISLAM RIAU



4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	42
5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	42
5	5	2	5	5	5	4	5	4	4	44
5	4	4	4	4	4	2	2	1	1	31
5	5	4	3	4	5	4	4	4	4	42
5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	45
4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	46
3	4	3	5	3	3	5	5	5	5	41
2	2	3	3	4	5	4	3	4	5	35
5	3	4	3	4	4	3	4	4	4	38
4	4	4	4	3	3	4	1	4	2	33
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	41
5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	42
4	5	3	3	5	5	4	4	3	2	38
3	3	3	3	2	2	1	2	3	3	25
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	34
5	2	3	4	2	3	4	2	4	1	30
4	2	3	5	5	5	5	5	5	5	44
5	3	4	5	3	5	4	5	2	2	38
3	4	2	2	5	5	2	2	4	1	30
4	2	3	3	2	3	2	5	3	3	30
3	5	4	3	3	5	3	3	4	4	37
4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	43
4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	42
3	4	4	2	5	5	2	5	3	3	36
2	5	4	4	4	2	4	4	4	4	37
5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	47
3	3	4	5	4	2	5	5	2	2	35
5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	39

**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**

#### 4. Rekapitulasi Indikator Variabel Kualitas Produk (X)

No	X1		
	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	3	3%
2	Tidak Setuju	12	12%
3	Cukup Setuju	26	26%
4	Setuju	35	35%
5	Sangat Setuju	24	24%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

No	X2		
	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	5	5%
2	Tidak Setuju	9	9%
3	Cukup Setuju	22	22%
4	Setuju	33	33%
5	Sangat Setuju	31	31%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

No	X3		
	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	2	2%
2	Tidak Setuju	5	5%
3	Cukup Setuju	20	20%
4	Setuju	51	51%
5	Sangat Setuju	22	22%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

No	X4		
	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	3	3%
3	Cukup Setuju	28	28%
4	Setuju	37	37%
5	Sangat Setuju	32	32%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

No	X5		
	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	3	3%
2	Tidak Setuju	5	5%
3	Cukup Setuju	22	22%
4	Setuju	33	33%
5	Sangat Setuju	37	37%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

No	X6		
	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	3	3%
2	Tidak Setuju	11	11%
3	Cukup Setuju	18	18%

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

ISLAM RIAU



4	Setuju	42	42%
5	Sangat Setuju	26	26%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>
<b>X7</b>			
<b>No</b>	<b>Jawaban Alternatif</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
1	Sangat Tidak Setuju	3	3%
2	Tidak Setuju	8	8%
3	Cukup Setuju	30	30%
4	Setuju	36	36%
5	Sangat Setuju	23	23%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>
<b>X8</b>			
<b>No</b>	<b>Jawaban Alternatif</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
1	Sangat Tidak Setuju	2	2%
2	Tidak Setuju	11	11%
3	Cukup Setuju	22	22%
4	Setuju	41	41%
5	Sangat Setuju	24	24%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>
<b>X9</b>			
<b>No</b>	<b>Jawaban Alternatif</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
1	Sangat Tidak Setuju	11	11%
2	Tidak Setuju	18	18%
3	Cukup Setuju	28	28%
4	Setuju	29	29%
5	Sangat Setuju	14	14%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>
<b>X10</b>			
<b>No</b>	<b>Jawaban Alternatif</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
1	Sangat Tidak Setuju	6	6%
2	Tidak Setuju	9	9%
3	Cukup Setuju	20	20%
4	Setuju	37	37%
5	Sangat Setuju	28	28%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

### 5. Rekapitulasi Indikator Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No	Y1		
	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	4	4%
2	Tidak Setuju	5	5%
3	Cukup Setuju	17	17%
4	Setuju	38	38%
5	Sangat Setuju	36	36%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

No	Y2		
	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	2	2%
2	Tidak Setuju	6	6%
3	Cukup Setuju	18	18%
4	Setuju	35	35%
5	Sangat Setuju	39	39%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

No	Y3		
	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	2	2%
2	Tidak Setuju	8	8%
3	Cukup Setuju	28	28%
4	Setuju	41	41%
5	Sangat Setuju	21	21%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

No	Y4		
	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	2	2%
2	Tidak Setuju	7	7%
3	Cukup Setuju	21	21%
4	Setuju	37	37%
5	Sangat Setuju	33	33%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

No	Y5		
	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	3	3%
2	Tidak Setuju	8	8%
3	Cukup Setuju	18	18%
4	Setuju	40	40%
5	Sangat Setuju	31	31%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

No	Y6		
	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	4	4%
2	Tidak Setuju	10	10%
3	Cukup Setuju	16	16%

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

4	Setuju	43	43%
5	Sangat Setuju	27	27%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>
<b>Y7</b>			
<b>No</b>	<b>Jawaban Alternatif</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
1	Sangat Tidak Setuju	3	3%
2	Tidak Setuju	6	6%
3	Cukup Setuju	25	25%
4	Setuju	42	42%
5	Sangat Setuju	24	24%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>
<b>Y8</b>			
<b>No</b>	<b>Jawaban Alternatif</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
1	Sangat Tidak Setuju	4	4%
2	Tidak Setuju	8	8%
3	Cukup Setuju	18	18%
4	Setuju	45	45%
5	Sangat Setuju	25	25%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>
<b>Y9</b>			
<b>No</b>	<b>Jawaban Alternatif</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
1	Sangat Tidak Setuju	7	7%
2	Tidak Setuju	3	3%
3	Cukup Setuju	17	17%
4	Setuju	48	48%
5	Sangat Setuju	25	25%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>
<b>Y10</b>			
<b>No</b>	<b>Jawaban Alternatif</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
1	Sangat Tidak Setuju	4	4%
2	Tidak Setuju	9	9%
3	Cukup Setuju	15	15%
4	Setuju	43	43%
5	Sangat Setuju	29	29%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU



## HASIL ANALISIS SPSS 25

### 1. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X)

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	Kualitas Produk (X1)
X1	Pearson Correlation	1	0,013	.342	0,125	0,152	0,116	0,157	0,111	-	.208	.383
	Sig. (2-tailed)		0,895	0,000	0,214	0,131	0,249	0,119	0,270	0,813	0,038	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	0,013	1	.256	.297	.258	.291	0,134	0,059	.236	0,103	.477
	Sig. (2-tailed)	0,895		0,010	0,003	0,010	0,003	0,183	0,558	0,018	0,309	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3	Pearson Correlation	.342	.256	1	.290	.401	.430	.298	.229	.220	.467	.679
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,010		0,003	0,000	0,000	0,003	0,022	0,028	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X4	Pearson Correlation	0,125	.297	.290	1	.286	.445	.530	.334	0,180	.201	.624
	Sig. (2-tailed)	0,214	0,003	0,003		0,004	0,000	0,000	0,001	0,073	0,045	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X5	Pearson Correlation	0,152	.258	.401	.286	1	.474	.508	.289	0,038	.382	.660
	Sig. (2-tailed)	0,131	0,010	0,000	0,004		0,000	0,000	0,003	0,708	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X6	Pearson Correlation	0,116	.291	.430	.445	.474	1	.489	.323	0,190	.314	.710
	Sig. (2-tailed)	0,249	0,003	0,000	0,000	0,000		0,000	0,001	0,058	0,001	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X7	Pearson Correlation	0,157	0,134	.298	.530	.508	.489	1	.391	0,152	.235	.670
	Sig. (2-tailed)	0,119	0,183	0,003	0,000	0,000	0,000		0,000	0,130	0,019	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X8	Pearson Correlation	0,111	0,059	.229	.334	.289	.323	.391	1	0,152	0,172	.528
	Sig. (2-tailed)	0,270	0,558	0,022	0,001	0,003	0,001	0,000		0,130	0,087	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X9	Pearson Correlation	-	.236	.220	0,180	0,038	0,190	0,152	0,152	1	0,086	.416
	Sig. (2-tailed)	0,024	0,018	0,028	0,073	0,708	0,058	0,130	0,130		0,396	0,000

# ISLAM RIAU

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X10	Pearson Correlation	.208	0,103	.467	.201	.382	.314	.235	0,172	0,086	1	.564
	Sig. (2-tailed)	0,038	0,309	0,000	0,045	0,000	0,001	0,019	0,087	0,396		0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Kualitas Produk (X1)	Pearson Correlation	.383	.477	.679	.624	.660	.710	.670	.528	.416	.564	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).												
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).												

## 2. Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Kepuasan Konsumen (Y)
Y1	Pearson Correlation	1	.357**	0,102	.286**	.284	.245	0,102	0,059	0,166	0,041	.474**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,313	0,004	0,004	0,014	0,315	0,559	0,099	0,688	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.357**	1	.273	.255	.452**	.316	0,130	0,113	0,090	.241	.572**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,006	0,011	0,000	0,001	0,196	0,262	0,371	0,016	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	0,102	.273**	1	0,165	0,138	0,087	0,039	0,050	-0,074	0,023	.308**
	Sig. (2-tailed)	0,313	0,006		0,100	0,172	0,387	0,700	0,622	0,464	0,818	0,002
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.286**	.255	0,165	1	.515**	0,190	.506**	.324	.315	0,129	.653**
	Sig. (2-tailed)	0,004	0,011	0,100		0,000	0,058	0,000	0,001	0,001	0,200	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.284**	.452**	0,138	.515**	1	.457**	.341**	.267**	.316**	0,164	.703**
	Sig. (2-tailed)	0,004	0,000	0,172	0,000		0,000	0,001	0,007	0,001	0,102	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.245**	.316**	0,087	0,190	.457**	1	0,157	0,195	0,193	0,093	.531**

	Sig. (2-tailed)	0,014	0,001	0,387	0,058	0,000		0,119	0,051	0,054	0,356	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	0,102	0,130	0,039	.506	.341	0,157	1	.550	.508	.322	.649
	Sig. (2-tailed)	0,315	0,196	0,700	0,000	0,001	0,119		0,000	0,000	0,001	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y8	Pearson Correlation	0,059	0,113	0,050	.324	.267	0,195	.550	1	.473	.260	.589
	Sig. (2-tailed)	0,559	0,262	0,622	0,001	0,007	0,051	0,000		0,000	0,009	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y9	Pearson Correlation	0,166	0,090	-	.315	.316	0,193	.508	.473	1	.467	.625
	Sig. (2-tailed)	0,099	0,371	0,464	0,001	0,001	0,054	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y10	Pearson Correlation	0,041	.241	0,023	0,129	0,164	0,093	.322	.260	.467	1	.496
	Sig. (2-tailed)	0,688	0,016	0,818	0,200	0,102	0,356	0,001	0,009	0,000		0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Kepuasan Konsumen (Y)	Pearson Correlation	.474	.572	.308	.653	.703	.531	.649	.589	.625	.496	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,002	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.737 <sup>a</sup>	.543	.533	3.520

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X1)

UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU

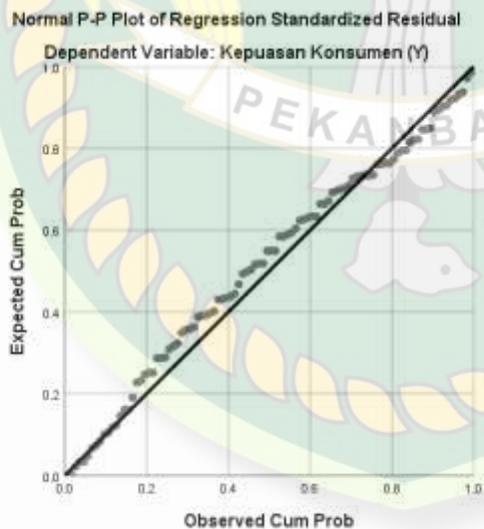
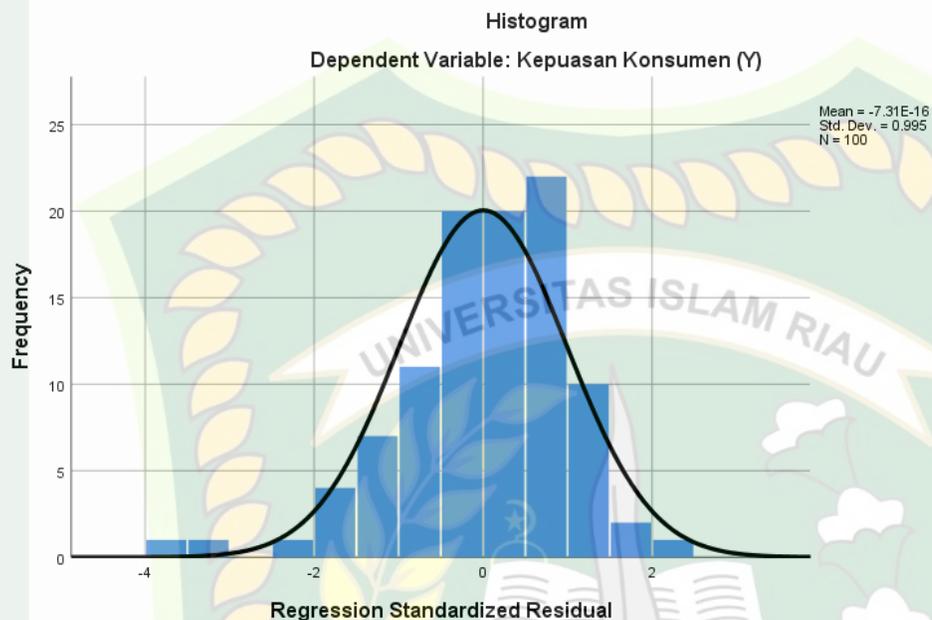
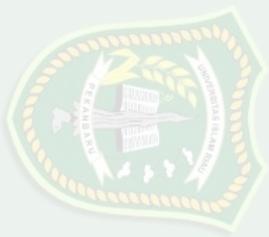
ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	801.637	1	801.637	31.559	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2489.323	98	25.401		
	Total	3290.960	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X1)						

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.468	3.253		6.293	.000
	Kualitas Produk (X1)	.484	.086	.494	5.618	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)						

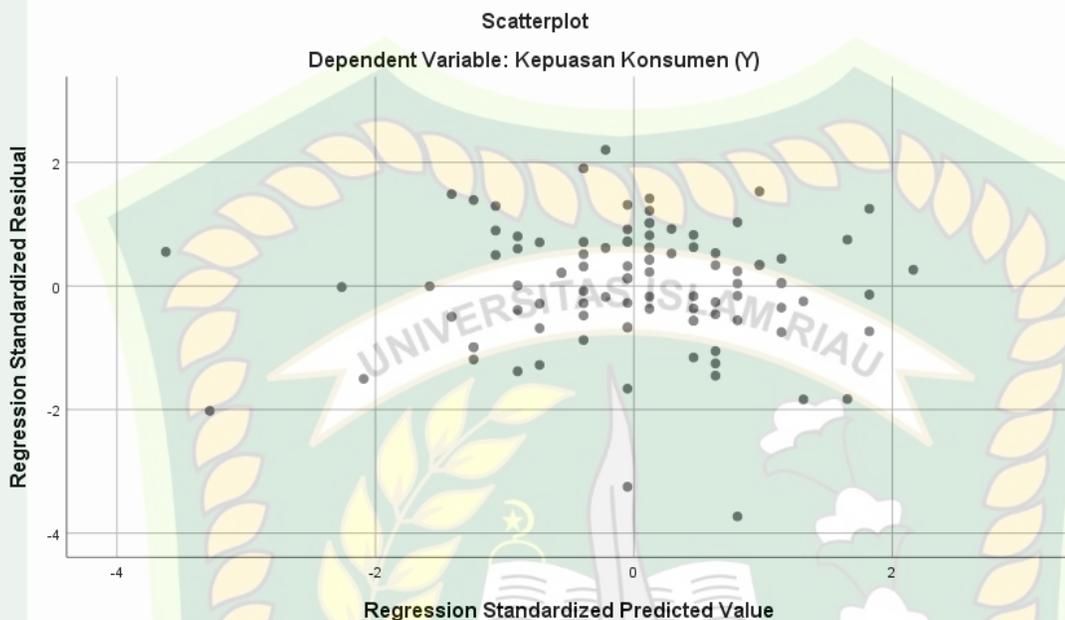
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.01444694
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.050
	Negative	-.068
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**





**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**



**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU



# UNIVERSITAS ISLAM RIAU

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU