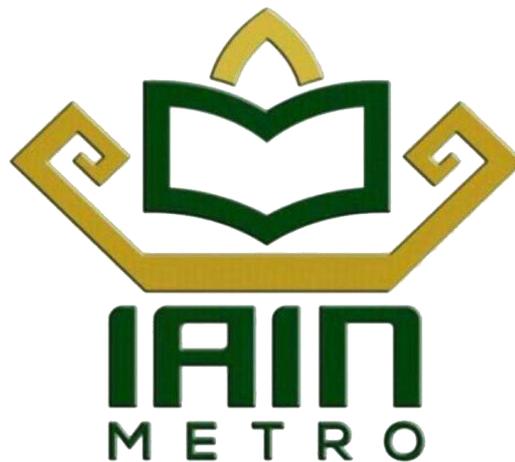


SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN
DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
Di Toko TOP Bakery Kota Metro**

Oleh :

**EVA YUSTIANA
NPM. 2003012017**



**Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAM ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1446 H/ 2024 M**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN
DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Kasus : Toko Top Bakery Kota Metro)**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat dan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)**

Oleh :

**EVA YUSTIANA
NPM. 2003012017**

Pembimbing : Agus Trioni Nawa, M.Pd

**Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAM ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1446 H/ 2024 M**

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (Satu) Berkas
Perihal : **Pengajuan Skripsi untuk di Munaqosyahkan**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Metro

Di
Tempat

Assalamu'alaikum, Wr.Wb

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya, maka Skripsi yang disusun oleh :

Nama : Eva Yustiana
NPM : 2003012017
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS
PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI Toko Top Bakery Kota Metro

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk di Munaqosyahkan.

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya saya ucapkan trima kasih.

Wassalamu'alaikum, Wr.Wb

Metro, 15 Oktober 2024
Pembimbing,


Agus Trioni Nawa, M.Pd
NIPN. 2012089001

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN
DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI Toko
Top Bakery Kota Metro

Nama : Eva Yustiana

NPM : 2003012017

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk di Munaqosyahkan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, 15 Oktober 2024
Pembimbing,


Agus Trioni Nawa, M.Pd
NIDN. 2012089001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki.Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id
E-mail: iainmetro@gmail.com

PENGESAHAN SKRIPSI

No. B-2033/n-20.3/D/PP-009/11/2024.....

Skripsi dengan Judul : PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN Di Toko Top Bakery Kota Metro, Disusun Oleh: EVA YUSTIANA, NPM. 2003012017, Jurusan Ekonomi Syariah (ESy) yang telah di Ujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/ tanggal : Kamis/ 24 Oktober 2024.

TIM PENGUJI

Ketua/ Moderator : Agus Trioni Nawa, M.Pd

Penguji I : Suraya Murcitaningrum, M.S.I

Penguji II : Anggoro Sugeng, M.Sh.,Ec

Sekretaris : Nur Syamsiyah, M.E

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Mat Jafil, M.Hum
NIP. 19620812 199803 1 001

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TOP BAKERY METRO

Oleh :

EVA YUSTIANA
NPM. 2003012017

Faktor penentu kepuasan konsumen diantaranya adalah kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga. Kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang secara konsisten dapat memenuhi harapan konsumen. Harga adalah sejumlah nilai yang dibebankan atas suatu produk yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen TOP Bakery Metro.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan data primer melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen TOP Bakery Metro dengan menggunakan responden sebanyak 100 responden. Untuk menguji hasil sebaran angket penelitian ini menggunakan uji instrument penelitian yang terdiri dari validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolonieritas, uji autokolerasi, uji heteroskedastisitas. Hasil analisis data peneliti menggunakan distribusi frekuensi dan uji regresi linier berganda. Hasil pembuktian hoipotesis penelitian ini menggunakan uji parsial (uji t), uji simultan (uji f) dan uji determinasi (R^2).

Hasil penelitian diperoleh persamaan regresi linear berganda $Y = 6,691 + 4,692x_1 + 14,265x_2 + 3,518x_3$ maka $Y = 29,166$. Dari hasil uji t membuktikan bahwa secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t-hitung $>$ t-tabel yaitu ($4,692 > 1,660$) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ hipotesis H_a^1 diterima H_o^1 ditola. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t-hitung $>$ t-tabel yaitu ($14,265 > 1,660$) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ hipotesis H_a^2 diterima dan H_o^2 ditolak. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t- hitung $>$ t-tabel yaitu ($3,518 > 1,660$) dengan nilai signifikansi $0,0001 < 0,05$ hipotesis H_a^3 diterima dan H_o^3 ditolak. Kemudian dari hasil uji F membuktikan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen TOP Bakery Metro dengan nilai F-hitung lebih besar dari F-tabel yaitu ($102,216 > 3,980$) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dapat dipahami bahwa H_a^4 diterima dan H_o^4 ditolak. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh yang positif signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen TOP Bakery Metro.

Kata Kunci: *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga.*

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : EVA YUSTIANA

NPM : 2003012017

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 15 Oktober 2024
Yang Menyatakan,



EVA YUSTIANA
NPM. 2003012017

MOTTO

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ° وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ

Artinya: *Barang siapa yang mengerjakan kebaikan seberat biji dzarrah, dia akan melihat (balasan)nya (7), dan barang siapa yang mengerjakan kejahatan sebesar biji dzarrah, niscaya ia akan melihat balasannya pula (8)*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur atas rahmat yang telah dianugerahkan Allah SWT. Sehingga satu tanggung jawab telah terselesaikan. Sebuah karya baru saja tercipta dengan sentuhan suka duka dan pengorbanan sangat luar biasa yang terbingkai dari cinta dan kasih sayang dari kesetiaan hati yang paling dalam.

1. Ayahanda Rojidi dan ibunda Lastiyah yang selalu memberikan dukungan, doa, dan semangat yang luar biasa, terima kasih sudah membersamai setiap perjalanan yang peneliti tempuh dan dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Kakak saya tercinta Tiya Farida dan Arif Budianto yang selalu support saya dan memberikan doa dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada sahabat saya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu dan telah menemani saya sejak awal merantau hingga sekarang selalu memberikan dukungan.
4. Bapak Agus Trioni Nawa, M.Pd selaku pembimbing skripsi terima kasih sudah mengajarkan dan membantu peneliti dalam mengerjakan tugas akhir memberikan dukungan dan arahnya.
5. Skripsi ini saya persembahkan kepada almamater saya Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi, dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SubhanahuwaTa'alla yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada umat manusia. Hanya kepada Allah SubhanahuwaTa'alla kami berlindung dan memohon pertolongan. Sholawat dan salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad Shallallahu `alaihi Wa Sallam, beserta keluarga, para sahabat, dan para pengikutnya. Peneliti merasa bersyukur yang tiada terhingga kepada Allah SubhanahuwaTa'alla. Yang telah memberikan hidayah-Nya kepada peneliti, sehingga dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini.

Keberhasilan yang peneliti peroleh ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan Skripsi ini. Secara khusus peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof.Dr.Hj.Siti Nurjanah, M.Ag, PIA selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Metro Lampung.
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro Lampung.
3. Bapak Yudistira Ardana, M.E.K selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Metro Lampung.
4. Bapak Agus Trioni Nawa, M.Pd selaku pembimbing skripsi yang dengan sabar telah membimbing, mengarahkan, dan memberikan saran dalam penelitian skripsi ini.

5. Bapak dan ibu dosen serta karyawan Institut Agama Islam Negeri Metro Lampung yang telah memberika ilmu dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan di terima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Ekonomi Syariah.

Metro, 15 Oktober 2024
Peneliti,



EVA YUSTIANA
NPM.2003012017

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Batasan Masalah.....	11
D. Rumusan Masalah	11
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	12
F. Penelitian Relevan.....	13
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kualitas Produk.....	16
1. Pengertian Kualitas Produk.....	16
2. Indikator Kualitas Produk	17
B. Kualitas Pelayanan	20
1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	20
2. Indikator Pelayanan yang Berkualitas.....	21
C. Harga.....	23
1. Pengertian Harga.....	23

2. Indikator Harga	25
3. Metode Penetapan Harga	26
4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Harga	28
D. Kepuasan Konsumen.....	29
1. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	29
2. Indikator Kepuasan Konsumen	30
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	31
E. Hipotesis Penelitian.....	32
F. Kerangka Berfikir.....	32

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian	36
B. Definisi Oprasional Variabel	36
C. Populasi, Sampel dan Teknik Penambilan Sampel.....	38
D. Teknik Pengumpulan Data.....	41
E. Instrumen Penelitian.....	42
F. Teknik Analisis Data.....	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Uji Instrumen Penelitian	53
1. Uji Validitas (n=30)	53
2. Uji Reliabilitas (n=30)	55
3. Uji Normalitas	56
4. Uji Multikolonieritas.....	56
5. Uji Autokolerasi	57
6. Uji Heteroskedasitas.....	57
B. Hasil Analisis Data.....	58
1. Distribusi Frekuensi	58
2. Uji Regresi Linier Berganda	61
3. Hasil Pembuktian Hipotesis	62
C. Pembahasan	64

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	74
B. Saran.....	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Outlet Toko Kue / Bakery di Kota Metro.....	4
Table 1.2	Daftar Jenis Kue yang di Jual di TOP Bakery	5
Tabel 1.3	Daftar Harga Kue Yang Di Jual Di TOP Bakery.....	6
Tabel 1.4	Jumlah Pembeli pada Toko Kue di Metro dalam Waktu 2 Jam	7
Tabel 1.5	Daftar Keluhan Konsumen terhadap Toko TOP Bakery	8
Table 1.6	Data Penjualan Toko TOP Bakery Metro Tahun 2023-2024	9
Tabel 1.7	Penelitian Relevan	13
Tabel 3.1	Indikator Variabel X dan Y	38
Tabel 3.2	Skor Skala Likert	43
Tabel 3.3	Butir Nomor Soal Pada Setiap Indikator	44
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas	54
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas	55
Tabel 4.3	Hasil Uji Normalitas	56
Tabel 4.4	Hasil Uji Multikolonieritas	56
Tabel 4.5	Hasil Uji Autokolerasi	57
Tabel 4.6	Hasil Uji Heteroskedastisitas	57
Tabel 4.7	Mean X	58
Tabel 4.8	Mean X2	59
Tabel 4.9	Mean X3	59
Tabel 4.10	Mean Y	60
Tabel 4.11	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	61
Tabel 4.12	Hasil Simultan	63
Tabel 4.13	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	64

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era bisnis saat ini dunia usaha berkembang dengan sangat pesat, salah satunya bisnis dibidang kuliner.¹ Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Maka untuk dapat menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, pengusaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikan dapat berkembang dengan baik pelaku usaha dituntut harus bias mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan.² Dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggan dan dapat bertahan dalam persaingan pasar.³

Kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah jenis produk berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah

¹ Wandu Zulkarnaen, Neneng Nurbaeti Amen "Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen" *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 2, no. 1 (2018): 2541-5255

² Nie Made Aries Sulistyawati "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar" *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4, no. 8, (2015): 2318-2332

³ Freddy Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction*, (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2000), 23.

ditetapkan. Semakin sesuai standar yang ditetapkan maka akan dinilai produk tersebut semakin berkualitas⁴

Kualitas pelayanan merupakan suatu *profit strategy* untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan konsumen merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya, dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung akan terwujud.⁵

Selain kualitas pelayanan, harga juga faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga tidak cocok, harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian, karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut. Menurut Walton harga dan kualitas memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan pelanggan, masih ada sedikit bukti empiris

⁴ Abdul Basith, dkk, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen De'Pans Pankue and Waffle Malang", *Jurnal Administrasi Bisnis* 11, no. 1 (2014) 2.

⁵ Maris Angipuro, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta, Raja Grafindo Persada, 2010), 16.

mengeksplorasi hubungan ini. Hal ini merupakan salah satu faktor yang kurang diperhatikan oleh perusahaan, sehingga konsumen akan berfikir lagi untuk menggunakan produk tersebut dan akan merasa tidak puas setelah membeli atau menggunakan barang atau jasa tersebut.⁶

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Semakin terpenuhi harapan-harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin puas. Sebuah usaha harus mempunyai strategi-strategi dalam menjualkan makanannya, agar konsumen dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya, jika konsumen merasa puas maka akan melakukan pembelian secara berulang-ulang.⁷

Toko TOP Bakery merupakan salah satu toko kue yang Terletak di Jl. Seminung, Imopuro, Kec Metro Pusat, Kota Metro, Lampung Metro, Indonesia 34124. Nama pemilik toko ini adalah Akhyar Mustofa, toko kue ini Menjual berbagai jenis kue, harga yang ditawarkan oleh toko TOP Bakery juga beragam. Selain jenis yang beragam, fasilitas juga diperhatikan oleh pemilik toko ini. Terdapat beberapa pilihan toko kue yang berada disekitar toko TOP Bakery, banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk sampai pada keputusan memilih beanja di TOP Bakery. Pihak manajemen toko berusaha untuk memenuhi kriteria yang menjadi bahan

⁶ Ai Lili Yulianti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Cabang Bandung", *Derema Jurnal Manajemen* 11, no. 2 (2016), 270.

⁷ Randy Christian Winarta Dan Yohanes Sondang Kunto, "Pengaruh Kualitas Layanan Rumah Makan Bromo Asri Terhadap Kepuasan", *Jurnal Manajemen Pemasaran* 1, no. 1 (2013) 1-10.

pertimbangan konsumen, baik itu kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga, sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya. Jika hal tersebut diabaikan, maka akan terjadi kesenjangan antar keinginan (harapan) konsumen terhadap kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga, karena itu berhasil tidaknya toko kue dalam berkomunikasi dengan para pelanggan tergantung pada kualitas produk yang baik, pelayanan yang terbaik, harga yang terjangkau.

Tabel 1.1
Daftar Outlet Toko Kue / Bakery di Kota Metro

No	Nama Toko	Alamat
1	Jaya Bakery	Jl Ahmad Yani no.56
2	YO Bakery	Jl Sudirman
3	Holland Bakery	Jl Sudirman No.867
4	TOP Bkery	Jl Seminung
5	Melita Bakery	Jl Jendral Sudirman
6	Si Oemar Bakery	Yosorejo
7	Amorfi cake & Bread	Jl Ahmad Nasution
8	Flamboyan Cake	Gg Lambang I
9	Sweet Land Bakery	Jl Praktik No.15A
10	Roti O Metro	Jl. Mayjen Riyachudu
11	Tata Cake Metro	Jl Wijaya Kusuma No.69
12	Kue Ci Ayang	Jl Gotong Royong No.21
13	Khadijah Bakery	Jl. Soekarno Hatta No.20-19
14	Salma Bakery	Jl Soekarno Hatta
15	Alya Cake	Jl. Semeru
16	Salwa Cake	Jl. Imam Bonjol
17	Rin's Cake	Yossomulyo Metro Pusat
18	Ninda Cake	Tejosari Metro Timur
19	Dol Patisserie	Jl. Jendral Sudirman No.48
20	Delfan Donuts	Jl. Ahmad Nasution
21	Barika Bakery	Jl. Mentawai No.5
22	SW Cake & Bakery	Jl. Wage Rudolf Supratman
23	Pie-U Metro	Yosodadi Metro Timur
24	Dhewa (Aurora) Cake	Jl. Kertajaya No.1
25	Athaya Cake	Jl. Semangka NO.31
26	Kays Bakery	Jl. Ahmad Yani No.43

No	Nama Toko	Alamat
27	Noon's Cake	Yosodadi Metro Timur
28	Mami Zi Cake Regel	Mulyojati Metro Barat
29	Yussy Akmal	Jl. Jendal Sudirman No.66
30	Toko Santi Cake	Jl. Cut Nyak Dien No.22
31	Mbak Atik Cakes and Cookies	Jl. Praktik No.8

Sumber: Data di Maps Toko Kue di Kota Metro

Table 1.2
Daftar Jenis Kue yang di Jual di TOP Bakery

No	Nama Kue
1	Bolu Lapis
2	Bolu Gulung kecil
3	Bolu Gulung besar
4	Bolu Banana
5	Brownies Kukus
6	Donat
7	Roti isi cokelat
8	Roti isi pisang cokelat
9	Roti phonek
10	Roti isi srikaya
11	Roti isi kacang merah
12	Pizza
13	Muffin
14	Roti kombinasi
15	Roti stik
16	Roti isi bulery
17	Roti isi nanas
18	Roti isi kelapa
19	Roti keju manis
20	Roti bisir mentega
21	Roti mesis
22	Roti isi kacang hijau
23	Roti isi cokelat keju
24	Roti mahkota
25	Kue tart small
26	Kue tart medium
27	Kue tart jumbo
28	Chiffon cake
29	Cup cake
30	Slice cake
31	Dorayaki

Sumber: Dokumrntasi Prasurevei

Tabel 1.3
Daftar Harga Kue Yang Di Jual Di TOP Bakery

No	Nama Kue	Harga
1	Bolu Lapis	Rp 30.000
2	Bolu Gulung kecil	Rp 25.000
3	Bolu Gulung besar	Rp 39.000
4	Bolu Banana	Rp 50.000
5	Brownies Kukus	RP 25.000
6	Donat	Rp 2.500
7	Roti isi coklat	Rp 5.000
8	Roti isi pisang coklat	Rp 6.000
9	Roti Phonek	Rp 14.000
10	Roti isi srikaya	Rp 5.000
11	Roti isi kacang merah	Rp 8.000
12	Pizza	Rp 10.000
13	Muffin	Rp 8.000
14	Roti kombinasi	Rp 12.000
15	Roti stik	Rp 5.000
16	Roti isi Bulery	Rp 5.000
17	Roti isi Nanas	Rp 5.000
18	Roti isi kelapa	Rp 5.000
19	Roti keju manis	Rp 8.000
20	Roti sisir mentega	Rp 10.000
21	Roti mesis	Rp 5.000
22	Roti isi kacang hijau	Rp 5.000
23	Roti isi coklat keju	Rp 6.000
24	Roti mahkota	Rp 14.000
25	Kue tart small	Rp 50.000
26	Kue tart medium	Rp 85.000
27	Kue tart jumbo	Rp 185.000
28	Chiffon cake	Rp 25.000
29	Cup cake	Rp 10.000
30	Slice cake	Rp 13.000
31	Dorayaki	Rp 5.000

Sumber: Dokumentasi Prasurvei

Berdasarkan rating bintang toko pada aplikasi google meps bintang menunjukkan angka 41 yang artinya TOP Bakery kurang diminati oleh konsumen, karena rating toko besar lainnya ada di angka 140-814. Berdasarkan hasil prasurvei peneliti menemukan faktor penyebab kurangnya minat

konsumen belanja di toko TOP Bakery yaitu adanya konsumen yang bernama ibu Jamilah yang mengatakan bahwa rasa kue kurang enak dan pelayanan kurang prima.

Berdasarkan temuan peneliti mengenai penyebab kurangnya minat konsumen maka peneliti melakukan prasurvei rasa produk, pembelian produk, pelayanan dan harga produk dari beberapa toko untuk melakukan perbandingan.

Pada hari Kamis tanggal 7 Maret 2024 pukul 10.00 – 11.00 WIB peneliti di bantu oleh rekan melakukan prasurvei ke 4 toko kue yaitu Jaya Bakery, Oemar Bakery, Holand Bakery dan TOP Bakery pada jam yang sama untuk mengamati jumlah pembeli dalam waktu 2 jam, hasil prasurvey menyatakan dalam waktu 2 jam konsumen yang berbelanja di toko kue tersebut menunjukkan jumlah yang berbeda, sebagai berikut:

Tabel 1.4
Jumlah Pembeli pada Toko Kue di Metro dalam Waktu 2 Jam

No	Nama Toko	Jumlah Pembeli
1.	Jaya Bakery	11 Pembeli
2.	Holand Bakery	6 pembeli
3.	Oemar Bakery	10 pembeli
4.	TOP Bakery	4 pembeli

Sumber : Observasi Penelitian

Pada Hari Jum'at 26 maret 2024 pukul 13.00 WIB peneliti melakukan wawancara kepada 4 konsumen tentang rasa, pelayanan dan harga ketika berbelanja di TOP Bakery di antaranya;

1. Konsumen inisial 'R' merasa terkesan belanja di TOP Bakery, ia merasa bahwa karyawan yang bekerja di TOP Bakery sangat ramah dan selalu

tersenyum saat melayani konsumen yang datang dan karyawan juga tanggap dalam merespons permintaan konsumen. Harga kue terjangkau untuk rasa sesuai dengan harga, cukup enak tekstur kue tidak keras.

2. Konsumen inisial 'M' merasa kecewa terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh TOP Bakery ia mengatakan bahwa ketika ia belanja kue karyawan TOP Bakery lambat dalam melayani. Harga kue terjangkau relatif murah untuk rasa kue enak.
3. Konsumen inisial 'E' merasa kurang puas dengan rasa kue di TOP Bakery karena masih berubah untuk jenis kue yang sama.
4. Konsumen inisial 'F' merasa kurang puas dengan harga yang ditetapkan TOP Bakery, terbilang mahal dengan rasa kue yang biasa saja.⁸

Tabel 1.5
Daftar Keluhan Konsumen terhadap Toko TOP Bakery

No.	Aspek Keluhan Kosumen	Keluhan Konsumen
1.	Harga	Pelanggan merasa harga yang ditawarkan mahal dengan kue yang rasanya biasa saja.
2.	Kualitas Produk	Pelanggan merasa rasa kue yang di jual kurang enak dan tekstur kue masih kurang lembut.
3.	Kualitas Layanan	Pelayan kurang tanggap dalam melayani pelanggan. Apabila konsumen menanyakan kue di jawab dengan iya tetapi tidak senyum sehingga kurang ramah.

Pada tanggal 23 Mei 2024 pukul 11.00 WIB peneliti bersama salah satu pelanggan TOP Bakery bernama Lala Ditria melakukan tester kue pada 4 toko dengan jenis yang sama, dari segi harga menunjukkan benar bahwa harga kue di TOP Bakery terjangkau peneliti membeli Roti keju di TOP Bakery Harga

⁸ Wawancara Peneliti Kepada Konsumen pada Kamis 2 Mei 2024

Rp 6.000 sedangkan di Jaya Bakery Rp 7.000, Oemar Bakery Rp 7.000, Holand Bakery Rp 7.500. saat kami mengunjungi toko dari segi pelayanan menunjukkan lebih ramah pelayan di Jaya Bakery dan Holand Bakery, Oemar Bakery terbilang biasa saja.⁹

Table 1.6
Data Penjualan Toko TOP Bakery Metro Tahun 2021-2022

Bulan	Penjualan	Kenaikan/ penurunan Penjualan
Agustus	Rp 30.796.000	
September	Rp 36.120.000	Rp 5.324.000
Oktober	Rp 27.510.000	-Rp 8.610.00
November	Rp 30.101.000	Rp 2.591.000
Desember	Rp 37.340.000	Rp 7.239.000
Januari	Rp 33.290.000	-Rp 4.050.000
Februari	Rp 30.990.000	-Rp 2.300.000
Maret	Rp 27.100.000	-Rp 3.890.000
April	Rp 37.769.000	Rp 10.669.000
Mei	Rp 35.710.000	-Rp 2.059.000
Juni	Rp 33.019.000	-Rp 2.691.000
Juli	Rp 38.670.000	Rp 5.651.000
Agustus 2021	Rp 41.595.000	Rp 3.289.000

Sumber: Data Omset TOP Bakery tahun 2022

Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Standarisasi yang dimaksud ialah upaya menjaga kualitas produk agar produk yang dihasilkan dapat memenuhi standar yang telah ditetapkan, sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Standarisasi kualitas produk yang ditetapkan ialah:

1. *Durability*¹⁰
2. *Estetik*

⁹ Wawancara Peneliti Kepada Konsumen pada Kamis 2 Mei 2024

¹⁰ Yousif, E., dan Alghazali, M, "Impact of Food Color on Consumer Purchase Decision". *International Journal of Business and Social Science* 9, no.1 (2015): 49-59.

3. *Preceived quality*
4. Tekstur
5. Kebersihan ¹¹

Sebuah toko harus bias memberikan pelayanan yang baik untuk konsumennya agar konsumen merasa puas belanja di toko tersebut, pelayanan yang baik harus memiliki indikator berikut :

1. Bukti fisik (*tangibles*).
2. Keandalan (*Reliability*).
3. Daya tanggap (*Resposiveness*).
4. Jminan kepastian (*Assurance*)
5. Kepedulian (*Empathy*).

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan sesuai apa yang diharapkan konsumen sampai mencapai batas maximal rasa puas. Kepuasan konsumen akan terwujud bilamana harga pada suatu produk sesuai dengan kualitasnya dan rasanya, nilai lebih terhadap konsumen dan mendapat pelayanan dirasakan cukup baik.¹² Karena pelayanan memiliki hubungan erat dengan kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di toko TOP Bakery mengenai “**Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di toko TOP Bakery**”.

¹¹ Wawancara pemilik toko TOP Bakery pada Minggu 5 Mei 2024

¹² Bambang Hartono, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta Rineka Cipta, 2010), 16.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini meliputi:

1. Adanya konsumen mengeluh terhadap kualitas produk yang masih kurang baik, rasa kue yang disajikan terkadang masih berubah-ubah untuk jenis yang sama dan dirasa kurang enak.
2. Kualitas pelayanan masih kurang baik karena adanya sikap kurang tanggap dan ramah dari karyawan kepada konsumen.
3. Adanya konsumen yang mengeluh bahwa harga mahal dengan rasa yang biasa saja.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, maka penelitian ini dibatasi agar dapat membahas lebih tuntas dan mencapai sasaran, yaitu sebagai berikut:

1. Fokus penelitian ini adalah kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga.
2. Penelitian ini dilakukan di toko TOP Bakery Metro.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kualitas produk, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen TOP Bakery?

2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen TOP Bakery?
3. Sejauh mana ketiga variabel mempengaruhi kepuasan konsumen TOP Bakery?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dan manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada toko TOP Bakery.
- b. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada toko TOP Bakery.
- c. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada toko TOP Bakery.
- d. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada toko TOP Bakery.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menjadi tolak ukur keberhasilan kinerja dalam meningkatkan pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam toko kue. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan wawasan dan referensi untuk penelitian berikutnya.

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi Pihak perusahaan dan Pengelola Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai salah satu dasar pertimbangan dalam menentukan langkah dan kebijakan perusahaan khususnya dalam penentuan strategi pemasaran yang berorientasi pada kepuasan pelanggan.
- 2) Bagi penulis Penelitian ini merupakan proses pembelajaran dalam penerapan antara teori dan praktek yang dituangkan dalam suatu karya ilmiah.

F. Penelitian Relevan

Penelitian Relevan ini di gunakan untuk menguji keoriginalitas suatu penelitian Karena di khawatirkan bahwa penelitian ini sudah ada yang melakukan penelitian. Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Peneliti menyadari tidak banyak di perbincangkan. Hasil pengamatan dan penelusuran peneliti bahwa ada penelitian yang berkaitan dan dapat dijadikan bahan telaah dari penelitian ini.

Tabel 1.7
Penelitian Relevan

No	Judul Penelitian	Variabel penelitian	Hasil Penelitian	Novelty	Persamaan	Perbedaan
1.	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap	Kualitas Produk, Kualitas pelayanan dan harga terhadap Kepuasan Konsume	kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh yang	Novelty pada penelitian ini ialah mengangkat masalah yang dimana toko	Terletak pada variable yang digunakan menggunakan 1 variabel	Terletak pada penggunaan uji instrument penelitian dan uji analisis data

No	Judul Penelitian	Variabel penelitian	Hasil Penelitian	Novelty	Persamaan	Perbedaan
	Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Mawar Bakery And Cake Shop Cabang Simalingkar Medan) Ayu Diah Shapira (2020)	n	signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan Mawar Bakery and Cake Shop Cabang Simalingkar Medan.	yang akan di teliti kurang diminati konsumen.	terikat dan 3 variabel bebas.	
2.	Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. (pada rumah makan taragung pecan baru) Hendra Egiarto 2021(2012)	Kualitas Produk, kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen	semua variabel independen yang diuji berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui uji F dan uji t,	Novelty pada penelitian ini terletak pada objek yang di teliti dimana penelitian ini akan meneliti tentang produk kue.	Terletak pada variable yang digunakan menggunakan 1 variabel terikat dan 3 variabel bebas.	Terletak pada penggunaan uji data yang digunakan
3.	Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen	Kualitas Produk, kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen	Kelima dimensi pembentuk kualitas layanan (reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangibility) berpengaruh positif terhadap kepuasan	Novelty penelitian ini yaitu objek yang di teliti , pada penelitian ini meneliti produk kue dan juga menggunakan variabel kualitas produk	Terletak pada variable yang digunakan menggunakan 1 variabel terikat dan 3 variabel bebas.	Terletak pada jumlah sampel yang digunakan

No	Judul Penelitian	Variabel penelitian	Hasil Penelitian	Novelty	Persamaan	Perbedaan
	Sim Card Gsm Prabayar Xl Di Kota Yogyakarta)		konsumen.			
4.	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Rahayu Demak Juwanto (2020)	Kualitas Produk, kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen	Kepuasan dan nilai konsumen secara simultan mempengaruhi terhadap loyalitas konsumen rumah makan rahayu demak.	Novelty penelitian ini terletak pada objek yang di teliti, penelitian ini meneliti produk kue dan penelitian ini menggunakan variabel kualitas produk, dan variabel harga.	Terletak pada variable yang digunakan menggunakan 1 variabel terikat dan 3 variabel bebas.	Terletak pada jumlah sampel dan metode yang digunakan
5.	Analisis Pengaruh Harga, Produk, Kebersihan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Restoran Mamamia Cabang Mrican Semarang)	Harga, Produk, Kebersihan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan .	keempat variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel dependen Kepuasan Pelanggan.	Novelty penelitian ini yaitu objek yang di teliti dalam penelitian ini meneliti produk kue .	Terletak pada penggunaan metode uji data	Terletak pada jumlah variable yang digunakan, penelitian ini menggunakan 4 variabel bebas dan 1 variabel terikat.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kualitas Produk

1. Pengertian Kualitas Produk

Seseorang akan memuaskan keinginan dan kebutuhannya melalui sesuatu produk. Pengertian produk menurut Kotler dan Amstrong ialah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar atau masyarakat luas yang tentu menarik perhatian, akuisisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan seseorang.¹

Kualitas adalah hal penting yang diikuti oleh sebuah produk, sehingga kualitas produk menjadi salah satu faktor seorang pelanggan dalam memutuskan membeli suatu produk. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa; oleh karena itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan.²

Kualitas produk adalah suatu proses penilaian fungsi-fungsi penting yang dimiliki oleh suatu produk mengenai beberapa aspek seperti ketetapan, daya tahan produk, keandalan, kemudahan pengoperasian, dan atribut penting lainnya sesuai dengan yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggan. Kualitas produk merupakan aspek penting yang akan

¹ Philip Kotler dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Ke12, (Jakarta: Erlangga, 2006), 266.

² Abdul Basith, dkk, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan De'Pans Pancake and Waffle Malang", *Jurnal Administrasi Bisnis* 11, no. 1, (2014): 2.

diperhatikan oleh pelanggan, sebelum mereka memutuskan untuk melakukan pembelian suatu produk.

2. Indikator Produk Kue Yang Berkualitas

Indikator produk kue yang berkualitas di antaranya:

- a. *Durability* (daya tahan), yang dimaksud durability adalah ketahanan kue berapa lama kue tersebut dapat terus dinikmati. Produk kue yang memiliki daya tahan 3-4 hari tanpa mengalami perubahan signifikan dalam rasa, aroma atau teksturnya menunjukkan kualitas bahan baku yang baik dan proses pembuatan yang tepat. Dalam kemasan sebuah produk, daya tahan kue juga harus tercantum dengan jelas, masa produksi dan masa kadaluarsa harus di cantumkan agar konsumen bisa menganalisis berapa lama produk bias dikonsumsi.
- b. *Aesthetics* (estetika), yaitu keindahan produk terhadap panca indera dan dapat di artikan seperti atribut yang melekat seperti warna yang menarik dan sesuai dengan jenisnya, model atau desain, bentuk, rasa dan aroma yang sedap dan khas dari bahan-bahan utama kue seperti (vanilla,cokelat/rempah). Kue yang estetik memiliki tampilan produk yang menarik dengan cara memberi warna, dsain, logo yang menarik pula pada kemasan agar konsumen tertarik membeli.
- c. *Perceived quality* (kesan kualitas), yaitu kualitas yang dirasakan, berhubungan dengan bagaimana konsumen merasakan puas atas produk yang di beli yaitu rasa yang enak serta kesesuaian produk

dengan tampilan yang diberikan.³ Rasa, adalah faktor penting dalam penilaian seseorang terhadap makanan, rasa yang seimbang antara manis, gurih atau rasa tertentu yang di inginkan (misalnya rasa asam atau lemon cake) menandakan kualitas kue yang baik.

- d. Tekstur, dibagi menjadi dua yaitu kekenyalan dan kerapuhan. Kekenyalan yaitu kue yang lembut atau kenyal sesuai dengan jenisnya (misalnya sponge cake harus ringan dan berongga). Sedangkan kerapuhan yaitu kue yang renyah atau berkerut pada bagian tertentu menunjukkan kualitas kue yang baik.⁴
- e. Kebersihan

Dalam sebuah toko kue memiliki standar kebersihan yang dibagi menjadi dua yaitu kebersihan dalam proses pembuatan kue dan penyajian kue.

Pertama kebersihan dalam proses pembuatan Peralatan yang digunakan untuk mengolah dan menyajikan kue harus sesuai dengan peruntukannya dan memenuhi persyaratan hygiene sanitasi. Untuk menjaga peralatan tersebut, maka peralatan yang sudah dipakai dicuci dengan air bersih dan dengan sabun, lalu dikeringkan dengan alat pengering atau lap yang bersih dan kemudian peralatan yang sudah bersih tersebut disimpan di tempat yang bebas pencemaran, alat yang digunakan sekali pakai maka tidak boleh digunakan kembali.

³ Kotler Keller, *Manajemen Pemasaran*, (London: Pearson Education, 2016), 149.

⁴ Frenfky dan Raymon, *Manajemen Kualitas Produk*, (Sukabumi : CV. Mineral Mutiara Bumi, 2022), 5.

Kebersihan dalam penyajian kue, kue yang disajikan harus dengan tempat atau alat perlengkapan yang bersih, dan aman bagi kesehatan. Kue yang dijual harus dalam keadaan terbungkus atau tertutup. Pembungkus yang digunakan harus dalam keadaan bersih dan tidak mencemari makanan.⁵

Kualitas adalah hal penting yang diikuti oleh sebuah produk, sehingga kualitas produk menjadi salah satu faktor seorang konsumen dalam memutuskan membeli suatu produk. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan konsumen.⁶

Kotler dan Armstrong mengatakan bahwa kualitas produk adalah salah satu sarana posisi utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada produk yang dijual oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan konsumen. Dalam arti sempit kualitas didefinisikan sebagai “bebas dari kerusakan”.⁷

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat di deskripsikan bahwa kualitas produk adalah suatu proses penilaian fungsi-fungsi penting yang dimiliki oleh suatu produk mengenai beberapa aspek seperti, daya tahan produk, ketahanan, rasa, estetika, kemudahan pengoperasian, dan atribut penting lainnya sesuai dengan yang diinginkan dan dibutuhkan oleh

⁵ Wawancara Pemilik TOP Bakery pada Minggu 5 Mei 2024

⁶ Abdul Basith, dkk, “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen De’Pans Pankue and Waffle Malang”, *Jurnal Administrasi Bisnis* 11, no. 1 (2014): 2.

⁷ Philip Kotler dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Ke12, (Jakarta: Erlangga, 2006), 272-273.

konsumen. Kualitas produk merupakan aspek penting yang akan diperhatikan oleh konsumen, sebelum mereka memutuskan untuk melakukan pembelian suatu produk.

B. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah suatu strategi dasar bisnis yang menghasilkan produk yang memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Strategi ini menggunakan kemampuan sumber daya manajemen, pengetahuan, kompetensi inti, modal, teknologi, peralatan dan sistem untuk menghasilkan produk yang bernilai.⁸

Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi toko. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

Jenis kualitas pelayanan yang baik adalah jenis pelayanan yang memuaskan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen. Sedangkan jenis kualitas yang buruk adalah jenis kualitas pelayanan yang tidak sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan oleh konsumen. Kualitas pelayanan ini menjadi penting karena akan berdampak langsung pada citra toko, jika toko sudah mendapat nilai positif di mata konsumen maka konsumen tersebut akan memberikan umpan balik atau feedback yang baik. Maka

⁸ Juharni, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)* (Makassar: Sah Media, 2017), 35.

dari itu, sangat penting untuk mempertimbangkan aspek kepuasan konsumen terkait kualitas pelayanan yang diberikan. Jenis pelayanan yang baik yang diberikan diantaranya :

- a. Penyambutan dengan memberikan senyum dan salam ketika konsumen memasuki toko.
- b. Kecepatan dan ketanggapan pelayan toko dalam melayani konsumen.
- c. Keramahan yang ditunjukkan melalui sikap dan tindakan langsung kepada konsumen.

Menurut Philip Kotler Layanan adalah suatu perbuatan atau penampilan yang dapat ditawarkan oleh suatu toko kepada konsumen yang tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.⁹

Berdasarkan pengertian di atas, dapat dideskripsikan bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan toko dalam melayani konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Artinya konsumen akan merasa puas dan terus menambah transaksi atau konsumsinya dari waktu ke waktu. Konsumen yang puas akan menceritakan kepada pihak lain, sehingga menjadi tempat promosi gratis bagi toko.

2. Indikator Pelayanan Yang Berkualitas

Lima dimensi kualitas pelayanan yang harus dipenuhi yaitu:

“Tangibles, Empathy, Reliability, Responsiveness, Assurance” :

- a. *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu sarana dan prasarana fisik toko dan keadaan lingkungan sekitarnya. Hal ini meliputi fasilitas fisik,

⁹ Philip Kotler, *Marketing Management : An Asian Perpektive* (Jakarta: Prenhallindo, 1999), 168.

perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Contohnya seperti fasilitas toko, kebersihan dan kenyamanan saat belanja di toko dan kerapiha penampilan karyawan.

- b. *Reliability*, atau kehandalan yaitu kemampuan toko untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua konsumen. Konsistensi produk, konsistensi dalam rasa, tekstur dan kualitas produk kue dari waktu ke waktu. Ketepatan waktu, menyediakan produk kue sesuai dengan jadwal yang di janjikan kepada konsumen.
- c. *Responsiveness*, atau daya tanggap yaitu memberikan pelayanan yang cepat terhadap pesanan kue atau pertanyaan konsumen. Memberikan informasi yang jelas dan lengkap tentang produk kue kepada pelanggan yang dapat meningkatkan rasa kepercayaan dan puas kepada konsumen.
- d. *Assurance*, atau jaminan dan kepastian, yaitu pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan para karyawan toko untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada toko. Dimensi ini sangat penting pada sebuah toko kue, rasa percaya yang dimiliki oleh konsumen nantinya akan membawa pengaruh untuk pembelian berulang.
- e. *Empathy*, atau kepedulian yaitu pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan berupa merespon kebutuhan khusus pelanggan terkait preferensi, memberikan perhatian khusus yang diberikan kepada konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Contoh

empati karyawan toko kue adalah menunjukkan kepada konsumen melalui layanan yang di berikan bahwa konsumen itu spesial dan kebutuhan kue yang mereka cari dapat terpenuhi.¹⁰

Apabila kelima dimensi diatas diperhatikan, diharapkan akan memberi kepuasan kepada konsumen. Jika produk yang dibeli sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen, maka akan terdapat kepuasan dan sebaliknya akan timbul rasa kecewa. Bila kenikmatan yang diperoleh konsumen melebihi harapannya, maka konsumen betul-betul puas, mereka akan mengacungkan jempol, dan mereka akan mengadakan pembelian ulang serta memberi rekomendasi kepada rekannya.

C. Harga

1. Pengertian Harga

Perhitungan harga pokok produksi merupakan hal yang penting untuk diperhatikan karena semakin meningkatnya persaingan antar toko dalam menghasilkan produk-produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing.

Menurut Kotler dan Amstrong harga adalah sejumlah uang yang dinominalkan atas suatu produk, atau jumlah semua nilai yang diberikan oleh pemilik toko kepada konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari menjual suatu produk.¹¹

¹⁰ Ismail Nurdin, *Kualitas Pelayanan Publik*, (Surabaya : Media Sahabat Cendikia, 2019), 20.

¹¹ Kotler, Philip dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Keduabelas Jilid Satu, (Jakarta: Erlangga, 2008), 345.

Menurut Basu Swastha harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.¹² Sudaryono menyebutkan harga adalah nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu.¹³

Menurut Indiryo Gitosudomo, harga itu sebenarnya merupakan nilai yang dibebankan pada suatu produk tertentu. pengertian harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah produk tertentu atau kombinasi antara barang dan jasa. Harga sebenarnya bukanlah hanya diperuntukkan bagi suatu produk yang sedang diperjual belikan di pasar saja tetapi disewakan atau dikontrakkan, konsultan, akuntan publik, pengacara, dokter melalui tarif yang ditentukan.¹⁴

Berdasarkan pengertian di atas, dapat dideskripsikan bahwa harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar untuk memperoleh suatu produk. Harga menjadi unsur penting dalam sebuah toko dimana dengan adanya harga maka toko akan mendapatkan income bagi keberlangsungan toko.

¹² Basu, Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2005), 185.

¹³ Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016), 216.

¹⁴ Indriyo Gitosudomo, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Caps, 2013), 130.

2. Indikator Harga

Harga barang atau jasa menjadi penentu bagi permintaan pasar. Harga juga dapat mempengaruhi program pemasaran suatu perusahaan karena dapat menghasilkan keuntungan. Tjiptono mengemukakan bahwa ada beberapa indikator harga antara lain¹⁵:

- a. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, yaitu penetapan harga yang dilakukan toko yang disesuaikan dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen. Dalam hal ini konsumen memiliki pandangan dimana harga yang mahal menggambarkan kualitas yang tinggi. Dengan kepuasan yang diterima konsumen walaupun harga yang mahal tetapi sesuai dengan yang didapatkan maka konsumen tidak keberatan
- b. Kesesuaian Harga dengan kualitas pelayanan yaitu penetapan harga yang dilakukan toko yang disesuaikan dengan pelayanan yang diperoleh konsumen. Dalam hal ini konsumen memiliki pandangan bahwa harga yang mahal akan mendapatkan produk yang berkualitas dan mendapatkan pelayanan yang prima. Pelayanan prima merupakan pelayanan maksimal dengan tujuan agar konsumen bisa mendapatkan kepuasan atas pelayanan yang dilakukan.

Berdasarkan kedua indikator di atas maka dalam menetapkan harga jual sebuah produk harus di sesuaikan dengan kualitas yang di dapatkan baik dari segi kualitas produk maupun kualitas pelayanan.

¹⁵ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi, 2002), 151.

3. Metode Penetapan Harga

Secara garis besar metode penetapan harga dapat dikelompokkan menjadi empat kategori utama yaitu metode penetapan harga berbasis permintaan di mana metode ini lebih memberikan faktor-faktor yang mempengaruhi selera dan referensi pelanggan dari pada faktor-faktor seperti biaya, laba, dan persaingan. Permintaan konsumen sendiri didasarkan pada berbagai pertimbangan, diantaranya ialah¹⁶:

- a. Kemampuan para pelanggan untuk membeli (daya beli)
- b. Posisi suatu produk dalam gaya hidup pelanggan, ialah menyangkut apakah produk tersebut merupakan simbol status atau hanya produk yang digunakan sehari-hari.
- c. Manfaat yang diberikan produk tersebut kepada pelanggan.
- d. Harga produk-produk substitusi.
- e. Pasar potensial bagi produk tersebut.
- f. Sifat persaingan non-harga.
- g. Perilaku konsumen secara umum.
- h. Segmen-segmen dalam pasar.

Salah satu metode penetapan harga pada produk baru yang berbasis permintaan, diantaranya sebagai berikut:

- a. Harga mengapung (*skimming pricing*) adalah menetapkan harga awal dengan harga tinggi ketika produk baru diluncurkan dan semakin lama produk akan terus turun harganya.

¹⁶ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi, 2007), 157.

- b. Harga penetrasi (*penetration pricing*) adalah menentukan harga awal yang rendah serendah-rendahnya atau murah dengan tujuan untuk penetrasi pasar dengan cepat dan juga membangun loyalitas merek dari pada konsumen.
- c. *Prestige pricing*, harga dapat digunakan oleh pelanggan sebagai ukuran kualitas atau prestise suatu barang atau jasa. Dengan demikian harga diturunkan sampai tingkat tertentu, maka permintaan terhadap barang atau jasa tersebut akan semakin turun.
- d. *Price lining* digunakan apabila perusahaan menjual produk lebih dari satu jenis harga untuk lini produk tersebut bisa bervariasi dan ditetapkan pada tingkat harga tertentu yang berbeda.
- e. *Odd-even pricing*. Bila kita masuk ke sebuah supermarket, kerap kali kita menjumpai barang-barang yang ditawarkan dengan harga yang ganjil.
- f. *Demand-Backward pricing*. Perusahaan kadangkala memperkirakan suatu tingkat harga yang bersedia dibayar konsumen untuk produk-produk yang relatif mahal.
- g. *Bundle pricing* adalah strategi pemasaran dua atau lebih produk dalam satu harga paket.

Berdasarkan metode penetapan harga diatas maka dalam penetapan harga harus memperhatikan hala-hal tersebut, dan juga disesuaikan dengan kualitas yang diperoleh konsumen baik produk maupun pelayanan.

4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Harga

Dalam kenyataan, tingkat harga yang terjadi dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Dharmesta dan Irawan dikemukakan sebagai berikut:

a. Keadaan perekonomian

Keadaan perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku.

b. Penawaran dan permintaan

Pada umumnya tingkat harga yang lebih rendah akan mengakibatkan jumlah yang di minta lebih besar, sedangkan harga yang tinggi mendorong jumlah yang ditawarkan lebih besar.

c. Elastisitas permintaan

Faktor lain yang dapat mempengaruhi penentuan harga adalah sifat permintaan pasar. Sebenarnya sifat penentuan pasar ini tidak hanya mempengaruhi penentuan harganya tetapi juga mempengaruhi volume yang dijual. Untuk beberapa jenis barang, harga dan volume ini berbanding terbalik.

d. Perbandingan.

Harga jual beberapa produk sering dipengaruhi oleh keadaan perbandingan harga yang ada. Banyaknya penjual dan pembeli ini akan

mempersulit penjual perseorangan untuk menjual dengan harga yang lebih tinggi kepada pembeli yang lain.¹⁷

Berdasarkan faktor-faktor tersebut maka secara keseluruhan Tingkat harga merupakan hasil interaksi kompleks antara berbagai faktor ekonomi, sosial dan politik.

D. Kepuasan Konsumen

1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan sendiri merupakan gambaran ataupun perasaan seseorang atau konsumen akan hal yang telah ia peroleh. Adanya rasa puas yang dialami oleh konsumen akan membuahkan makna yang baik, yaitu konsumen akan melakukan pembelian ulang. Kepuasan konsumen berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas konsumen, meningkatnya reputasi toko, meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan, juga dipandang sebagai salah satu indikator terbaik untuk laba masa depan.¹⁸

Menurut M. Suyanto menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa dari konsumen yang berasal dari perbandingan antara kualitas produk dengan harapannya. Jika kualitas produk sesuai dengan harapan maka konsumen puas atau senang. Sebaliknya, jika kualitas produk tidak sesuai dengan harapan maka

¹⁷ Dharmesta dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern Edisi Kedua*, (Yogyakarta: Liberty, 2005), 242-246.

¹⁸ Bambang Hariadi, *Strategi Manajemen, Strategi Memenangkan Perang Bisnis*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2005), 130.

konsumen kecewa. Jika kualitas melebihi harapan maka konsumen sangat puas atau sangat senang.¹⁹

Berdasarkan pengertian di atas, dapat diartikan bahwa kepuasan konsumen adalah respon atau penilaian dari evaluasi yang dilakukan oleh konsumen dengan membandingkan persepsi terhadap kualitas dengan harapan yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk.

2. Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Koller Indikator kepuasan konsumen terhadap produk kue dibagi menjadi beberapa faktor di antaranya :

a. Kualitas Produk

Kualitas produk mencakup rasa, tekstur dan penampilan kue. Kue yang enak, lembut dan menarik secara visual cenderung membuat konsumen puas.

b. Harga

Harga dalam hubungannya dengan kualitas produk sangat penting. Konsumen cenderung merasa puas jika harga yang mereka bayar sebanding dengan kualitas produk yang di terima.

c. Pelayanan Pelanggan

Pengalaman selama proses pembelian, termasuk kemudahan dalam memesan, kecepatan pengiriman, respon terhadap pertanyaan atau keluhan, mempengaruhi kepuasan konsumen.

¹⁹ M. Suyanto, *Marketing Strategy Top Brand Indonesia* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2007), 10.

d. Merek dan Reputasi

Konsumen seringkali mempercayai merek tertentu dengan merekomendasi berdasarkan pengalaman sebelumnya atau rekomendasi dari orang untuk melakukan pembelian.

e. Ketersediaan Produk

Kemampuan untuk mendapatkan kue yang diinginkan dengan mudah dan konsistensi kesediaan produk.²⁰

Berdasarkan kelima indikator di atas maka secara keseluruhan, indikator-indikator ini membantu perusahaan atau toko untuk memahami dan meningkatkan pengalaman konsumen, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas dan kinerja bisnis.

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

a. Kualitas produk atau layanan yang baik

b. Harga yang sesuai dengan nilai yang diberikan oleh produk atau layanan

c. Pelayanan konsumen yang baik termasuk responsive, ramah dan membantu

d. Citra merek atau toko yang positif dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan dan menghasilkan kepuasan bagi konsumen.²¹

²⁰ Kotler, P., dan Keller, K. L. *Marketing Management 15th ed.* (London: pearson education) 2016. 714.

²¹ Kaller, K.L, "Conceptualizing meansuring, and managing customer-based brand equity,". *Journal of Marketing*, 57 no.1(1993): 1-22.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara yang kebenarannya masih harus dilakukan pengujian. Berdasarkan tinjauan diatas maka hipotesis yang akan diuji dalam penelitian adalah:

H_{a1} : Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

H₀₁ : Tidak Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

H_{a2} : Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

H₀₂ : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

H_{a3} : Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.

H₀₃ : Tidak terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.

H_{a4} : Terdapat pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

H₀₄ : Tidak terdapat pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

F. Kerangka Berfikir

1. Hubungan antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen

Menurut Philip Kotler kualitas didefinisikan sebagai kesesuaian antara karakteristik produk dengan ekspektasi konsumen. Jika produk dapat memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi tersebut maka tingkat kepuasan konsumen akan lebih tinggi.²²

²² Jyoti, J., Sharma, J, *Journal of Marketing* 57 no.3 (2012): 53-70.

2. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen

Menurut Parasuarman dan Berry untuk mengevaluasi kualitas layanan tetapi prinsipnya juga bisa diterapkan pada produk fisik. Model ini menunjukkan bahwa kesenjangan antara harapan dan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen.²³

3. Hubungan Harga dengan Kepuasan Konsumen

Menurut pendekatan ekonomi hubungan antara harga dengan kepuasan konsumen dapat dijelaskan dengan konsep utilitas marjinal dan kurva permintaan. Utilitas marjinal adalah kepuasan tambahan yang diperoleh dari konsumsi tambahan suatu unit produk. Ketika harga suatu produk tinggi maka utilitas marjinal akan menurun karena konsumen akan mempertimbangkan biaya tambahan yang harus mereka keluarkan untuk setiap unit tambahan produk yang mereka beli. Dengan demikian semakin tinggi harga maka semakin rendah kepuasan yang diperoleh konsumen dari produk tersebut.

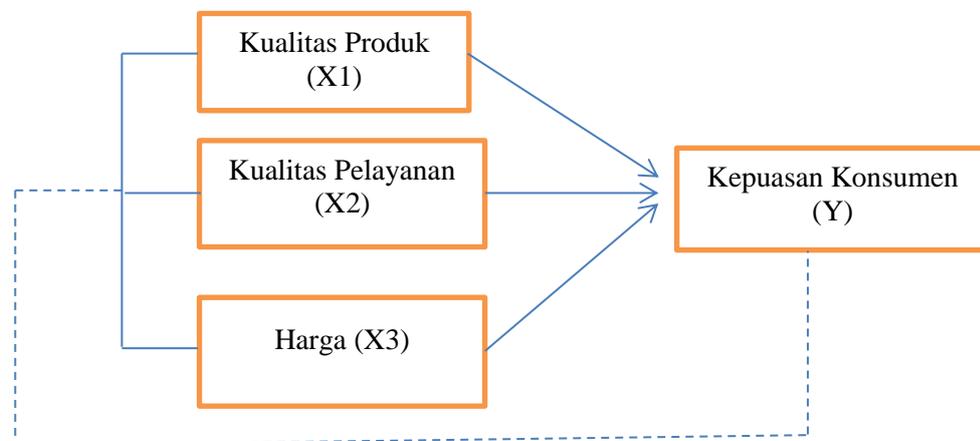
4. Hubungan Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Hubungan kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen dapat diuraikan dengan mempertimbangkan beberapa konsep ekonomi dan psikologi konsumen.

²³ Parasuarman, A., Zeithaml, V.A., dan Berry, L, "SERVQUAL :A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality," *Journal of Retailing*, 64 no.91 (1998): 112-140.

Kualitas produk yang baik cenderung meningkatkan kepuasan konsumen karena pproduk tersebut dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Pelayanan yang baik meningkatkan pengalaman konsumen dan dapat mengimbangi persepsi terhadap kualitas produk. Harga yang sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan dapat meningkatkan kepuasan konsumen, sementara harga yang terlalu tinggi atau rendah dibandingkan dengan nilai yang dirasakan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen secara negatif²⁴

Kerangka pemikiran yang baik akan menjelaskan secara teoritis hubungan antara vaiabel yang akan di teliti. Berikut adalah kerangka pikir yang diinginkan dalam penelitian ini :



Variabel penelitian ini yaitu variabel bebas atau independen dan variabel terikat atau dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk sebagai (X1) yang mempunyai lima indikator yaitu: Kinerja (*Perfomce*), Daya tahan (*Durability*), Kesesuaian (*Conformance*),

²⁴ Zeithaml, Valarie A,A Parasuarman, and Leonard L. Berry “The behavioral consequences of service quality”. *The Journal of Marketing* 60,no.2 (1996): 31-46.

Fitur (*Features*), Reliabilitas (*Reliability*), Estetika (*Aesthetics*), Kesan Kualitas (*Perceived Quality*). Kualitas pelayanan sebagai (X2) yang mempunyai lima indikator, yaitu Keandalan (*Reability*), jaminan (*Assurance*), Bukti Nyata (*Tangibles*), Empati (*Empathy*), dan Ketanggapan (*Responsiveness*). Dan harga sebagai (X3) memiliki empat indikator yaitu : Keterjangkauan harga, Ksesuaian harga dengan kualitas produk, Daya saig harga dan Kesesuaian harga dengan manfaat. Variabel dependent atau terkait dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y) yang memiliki 3 indikator, yaitu Konfirmasi Harapan (*Confirmation Of Expectation*), Minat membeli ulang (*RepurChase Intent*), Kesiediaan untuk merekomendasi (*willingness to recommendation*).

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya¹

Penelitian ini untuk menguji pengaruh variabel X1 (Kualitas Produk), X2 (Kualitas pelayanan), X3 (Harga) terhadap variabel Y (kepuasan konsumen). Alasan dipilihnya jenis penelitian ini karena peneliti ingin mengetahui adakah pengaruh kualitas produk, kualitas harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasa konsumen.

Penelitian ini bersifat deskriptif. Penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasikan objek sesuai dengan apa adanya.² Dalam penelitian ini peneliti tidak melakukan apa-apa terhadap objek atau wilayah yang diteliti. Artinya bahwa dalam penelitian, peneliti tidak mengubah, menambah atau mengadakan manipulasi terhadap objek atau wilayah penelitian.

B. Definisi Oprasional Variabel

Variabel adalah gejala yang bervariasi,yang menjadi objek penelitian.

Dan definisi operasional variabel adalah suatu yang berguna untuk

¹ Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 17.

² Elidawaty Purba, dkk., *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021), 54.

menjelaskan variabel-variabel yang diteliti, serta penjabaran variabel menjadi subvariabel beserta indicator-indikatornya.

Adapun variabel yang akan dioperasionalkan adalah pengaruh kualitas produk (variabel X1), kualitas pelayanan (variabel X2), harga (X3) sebagai variabel bebas (variabel X) dan kepuasan konsumen, sebagai variabel terikat (Variabel Y). Berikut penjelasan mengenai variabel bebas (variabel X1,X2,X3) dan variabel terikat (Variabel Y)³:

1. Variabel Bebas atau Independen

Variabel bebas atau yang disebut dengan variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen atau variabel terikat. Sejalan dengan pengertian tersebut maka yang disebut variabel bebas pada penelitian ini adalah kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), harga (X3)

2. Variabel Terikat atau Dependen

Variabel terikat atau dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Sejalan dengan pengertian tersebut maka yang disebut variabel terikat pada penelitian ini adalah. Sesuai dengan pengertian tersebut, variabel bebas pada penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y).

³ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 38.

Tabel 3.1
Indikator Variabel X dan Y

No	Variabel	Definisi	Indikator	Pengumpulan Data
1	Kualitas Produk (X1)	Kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil/kinerja yang sesuai atau melebihi dari apa yang diinginkan konsumen.	a. <i>Durability</i> (daya tahan) b. <i>Aesthetics</i> (estetika) c. <i>Perceivedquality</i> (kesan kualitas) d. Tekstur e. Kebersihan	Kuesioner
2	Kualitas Pelayanan (X2)	Sebagai ukuran Seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen.	a. Bukti fisik (<i>tangibles</i>) b. Keandalan (<i>reability</i>) c. Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>) d. Jaminan (<i>Assurance</i>) e. Kepedulian (<i>Emphaty</i>)	Kuesioner
3	Harga (X3)	Persepsi dari sebuah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sebuah kombinasi dari barang beserta pelayanannya	a. kesesuaian harga dengan kualitas produk b. Kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan	Kuesioner
4	Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk/jasa yang ia rasakan dengan harapannya	a. Kualitas produk b. Harga c. Pelayanan konsumen d. Merek dan persepsi e. Ketersediaan produk	Kuesioner

C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh

peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.⁴ Berdasarkan wawancara owner TOP Bakery rata rata dalam satu bulan ada 600 konsumen, maka dari itu peneliti mengambil Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen TOP Bakery yang rata - rata sebanyak 600 orang perbulan.⁵

2. Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Pada penelitian ini menggunakan teknik nonprobability sampling, non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam teknik non probability sampling dibagi menjadi beberapa teknik dalam pengambilan sampel, pada penelitian ini menggunakan salah satu teknik non probability sampling, yaitu sampling insidental.

Sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui cocok sebagai sumber data.⁶

⁴ Sandu Siyoto, M.Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 63.

⁵ Wawancara Pemilik Toko TOP Bakery

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D Cet. 16*, (Bandung : Alfabeta 2012), 156.

3. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Berdasarkan pernyataan tersebut maka dapat dipahami bahwa pengambilan sampel merupakan suatu proses pemilihan, penentuan dan penghitungan jenis sampel yang akan menjadi obyek penelitian sampel yang akan diteliti.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan rumus slovin.⁷ Yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Perkiraan Tingkat kesalahan 0,1 atau 10%

Jumlah populasi dari penelitian ini adalah 600 konsumen diambil dari data bulan Desember 2023. Maka berdasarkan perhitungan rumus slovin dengan nilai kesalahan sampel yang dapat ditolerir sebesar 10% diperoleh:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{600}{1 + 600(0,1)^2}$$

$$n = \frac{600}{1 + 600(0,01)}$$

$$n = \frac{600}{1 + 6}$$

⁷ Budi Trianto, *Riset Modeling: Teori, Konsep dan Prosedur Melakukan Penelitian*, (Pekanbaru: Adh-Dhuha Institute, 2016), 55.

$$n = \frac{600}{7}$$

$$n = 85,71$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diketahui jumlah responden sebesar 85,71 atau dibulatkan menjadi 86 responden. Agar penelitian ini menjadi lebih generalisasi maka sampel di ambil menjadi 100 responden dengan ketentuan jumlah sampel tidak kurang dari sampel yang telah di tentukan. Semakin banyak sampel yang digunakan maka peluang kesalahan generalisasi semakin kecil.⁸

Cara penyebaran agket yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara penyebaran offline menggunakan slebaran kuisisioner dan online melalui grub whatshap, untuk mengetahui apakah responden merupakan konsumen TOP Bakery peneliti akan memastikan terlebih dahulu sebelu responden mengisi kuisisioner.

D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengetahui data yang berkaitan dengan pengaruh kualitas peoduk kualitas harga dan kualitas pelayanan pada toko TOP Bakery Metro, maka peneliti menggunakan beberapa metode, diantaranya:

1. Kuisisioner

Kuesioner yang digunakan berupa sejumlah pernyataan tertulis untuk memperoleh informasi dari responden. Kuesioner merupakan alat pengumpul data dalam bentuk pernyataan tertulis yang disusun secara sistematis, baik berupa pilihan jawaban pernyataan maupun pertanyaan

⁸ Imam Machali "*Penelitian Kuantitatif*" 2021, 76

essai dan diberikan langsung kepada responden untuk memperoleh informasi yang terkait dengan hal-hal mengenai tanggapan terhadap variabel yang diteliti jawaban sehingga responden tinggal memilih jawaban yang sesuai.⁹ Daftar pernyataan dalam kuesioner ini harus sesuai dengan permasalahan yang diteliti dan memperoleh data berkaitan dengan kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen.

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan untuk menelusuri data historis. Sebagian besar data yang tersedia adalah berbentuk surat, catatan, kenang-kenangan, laporan, foto dan sebagainya.¹⁰ Dokumentasi juga digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian sebagai alat atau fasilitas yang dipergunakan dalam pengumpulan data. Instrumen adalah alat pada waktu penelitian menggunakan suatu metode.¹¹ Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan peneliti dalam melaksanakan pengumpulan data yang diperlukan untuk penelitian.

⁹ Ibid, h. 33

¹⁰ Burhan Bungin, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Perdana Media Group) 2018, 154

¹¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 121.

Bobot penilaian angka kuisioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert yaitu metode yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dimana variabel yang akan diukur akan dijabarkan menjadi indikator variable dan kemudian dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun sistem pernyataan atau pertanyaan..¹²

Tabel 3.2
Skor Skala Linkert

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Skor (1) minimal menunjukkan penilaian tanggapan paling negatif yang dipilih oleh respondedn. Sedangkan skor (5) maksimal menunjukkan tanggapan paling positif yang dipilih oleh responden.¹³

1. Kuesioner

Kuesioner yang digunakan berupa sejumlah pernyataan tertulis untuk memperoleh informasi dari responden. Kuisisioner sendiri merupakan Teknik pengumpulan data yang sifatnya dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan tertulis kepada responden atau

¹² ibid, 63

¹³ Ibid, 64

narasumber untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini angket ini akan disebar kepada konsumen yang berbelanja di TOP Bakery.

Tabel 3.3
Butir Nomor Soal Pada Setiap Indikator

No	Variabel	Definisi	Indikator	Butir Soal
1	Kualitas Produk (X1)	Kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil/kinerja yang sesuai atau melebihi dari apa yang diinginkan konsumen.	a. <i>Durability</i> (daya tahan)	1
			b. <i>Aesthetics</i> (estetika)	2, 3
			c. <i>Perceivedquality</i> (kesan kualitas)	4, 5
			d. Tekstur	6
			e. Kebersihan	8
2	Kualitas Pelayanan (X2)	Sebagai ukuran Seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen.	a. Bukti fisik (<i>tangibles</i>)	10, 11
			b. Keandalan (<i>reability</i>)	9
			c. Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>)	14, 16
			d. Jaminan (<i>Assurance</i>)	12
			e. Kepedulian (<i>Emphaty</i>)	13, 17
3	Harga (X3)	Persepsi dari sebuah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sebuah kombinasi dari barang beserta pelayanannya	a. Keterjangkauan harga	18
			b. Kesesuaian kualitas dengan harga	19
4	Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk/jasa yang ia rasakan dengan harapannya	a. Kualitas produk	1, 2, 3, 4
			b. Harga	7
			c. Pelayanan konsumen	8, 10, 11
			d. Merek dan persepsi	4, 9
			e. Ketersediaan produk	6

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan untuk menelusuri data historis. Sebagian besar data yang tersedia adalah berbentuk dokumen laporan pendapatan, dokumen sejarah TOP Bakery, dokumentasi berupa foto toko.

3. Uji Prasyarat Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur itu benar-benar mengukur apa yang hendak diukur.¹⁴ Jadi, validitas digunakan untuk mengukur apakah pertanyaan dalam kuisisioner yang sudah dibuat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur pada penelitian ini,

Uji validitas membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk mencari *degree of freedom* (df)= $n-2$ dengan α 0,05. Dasar yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah :

- 1) Jika r hitung $>$ r tabel maka butir pertanyaan atau variable tersebut valid
- 2) Jika r hitung $<$ r tabel maka butir pertanyaan atau variable tersebut tidak valid.

$$\text{Rumus uji validitas : } r_{xy} = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

Keterangan :

R_{xy} : koefisien korelasi

n : jumlah responden uji coba

¹⁴ Ibid, 113

- X : skor tiap item
 Y : skor seluruh item uji coba

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas di gunakan untuk menguji tingkat kekonsistenan kuisisioner.¹⁵ Pengukuran reliabilitas pada penelitian ini adalah dengan menggunakan alat analisis SPSS, Adapun teknik yang peneliti gunakan untuk mengukur reliabilitas suatu instrumen penelitian adalah dengan teknik Cronbach Alpha. Variable di nyatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60. Kriteria dalam pengambilan keputusan adalah :

- 1) Apabila hasil koefisien alpha lebih besar dari taraf signifikan 60 % atau 0,60 maka kuesioner tersebut reliabel.
- 2) Apabila hasil koefisien alpha lebih kecil dari taraf signifikan 60 % atau 0,60 maka kuesioner tersebut tidak reliabel.

$$\text{Rumus uji Reliabilitas : } r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

- r_{11} : nilai reliabilitas yang dicari
 n : jumlah item pertanyaan yang di uji
 $\sum \sigma_t^2$: jumlah skor varian tiap-tiap item
 σ_t^2 : varian total

4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk melihat atau menguji suatu model yang termasuk layak atau tidak digunakan dalam penelitian. Adapun

¹⁵ Ibid, 115

kriteria persyaratan asumsi klasik yang harus dipenuhi model regresi linier berganda sebelum data tersebut dianalisis adalah sebagai berikut¹⁶:

a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. . Pada penelitian ini uji normalitas data menggunakan program SPSS 22 dengan *kolmogorov smirnov*. Kriteria dalam uji *kolmogorov smirnov* untuk menentukan hasil salah satunya melihat nilai signifikansi atas *Monte Carlo (2-tailed)*. Apabila *Monte Carlo (2-tailed)* yang dihasilkan lebih dari 0,05 maka residual terdistribusi normal, jika *Monte Carlo (2-tailed)* yang dihasilkan kurang dari 0,05 dapat dikatakan residual tidak terdistribusi secara normal.

b) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan atau korelasi diantara variabel independen yaitu kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), harga (X3) terhadap variable dependen kepuasan konsumen (Y). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dapat dilihat dari besaran VIF (*Variance Infaltion Factor*) dan *tolerance*. . Asumsi dari *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dapat dinyatakan sebagai berikut:

¹⁶ Ibid, 119

- 1) Jika $VIF > 10.00$ dan nilai $Tolerance < 0.10$ maka terjadi multikolinearitas.
- 2) Jika $VIF < 10.00$ dan nilai $Tolerance > 0.10$ maka tidak terjadi multikolinearitas.

c) Uji Autokolerasi

Uji autokolerasi digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ada kolerasi antara kesalahan pengganggu pada periode 1 dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Pada uji ini peneliti menggunakan uji autokolerasi metode *Run Test*. Dasar pengambilan keputusan, yaitu:

- 1) Jika nilai asymp. Sig. (2-tailed) < 0.05 maka terdapat gejala autokolerasi.
- 2) Jika nilai asymp. Sig. (2-tailed) > 0.05 maka tidak terdapat gejala autokolerasi.

d) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan model regresi. Dasar pengambilan keputusan, yaitu :

- 1) Jika nilai signifikansi $> 0,05$. Tidak terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai signifikansi $< 0,05$. Terjadi heteroskedastisitas.

F. Teknik Analisa Data

1. Distribusi Frekuensi

Distribusi frekuensi adalah susunan atau dalam satu tabel yang telah di klasifikasikan menurut kelas-kelas atau kategori tertentu. Kategori kelas pada tabel distribusi frekuensi kuantitatif, terdapat dua macam, yaitu kategori data tunggal dan data kelompok. Rata-rata (mean) hitung merupakan jumlah dari seluruh nilai data dibagi dengan banyaknya data. Rata-rata hanya dapat digunakan bila skala pengukuran datanya minimal interval. Rata-rata untuk data yang sudah dikelompokkan dirumuskan dihitung dengan rumus :

$$x = \frac{\sum F_i \cdot X_i}{100}$$

keterangan :

x : Populasi

F_i : Frekuensi masing-masing kelas

X_i : Titik tengah masing-masing kelas.¹⁷

2. Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda dimaksudkan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen.¹⁸ Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas produk (X1) kualitas harga (X2) kualitas pelayanan (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y). Model persamaannya adalah sebagai berikut:

¹⁷ Ibid, 27

¹⁸ Ibid, 139

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y : Peningkatan pendapatan

a : Konstanta

b_1 : Koefesien Regresi Variabel X1 (kualitas produk)

b_2 : Koefesien Regresi Variabel X2 (kualitas pelayanan)

b_3 : Koefesien Regresi Variabel X3 (harga)

X_1 : Kualitas Produk

X_2 : Kualitas Pelayanan

X_3 : Harga

e : Error / Residual

3. Uji Hipotesis

Sebuah model regresi sudah memenuhi syarat asumsi klasik, maka akan digunakan untuk menganalisis melalui pengujian hipotesis yaitu¹⁹:

a. Uji t Hitung (Uji Parsial)

Uji parsial bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen yaitu kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2) harga (X_3) terhadap variabel dependen kualitas pelayanan (Y). Langkah-langkah pengujian adalah sebagai berikut:

- 1) Jika t hitung $<$ t tabel maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

¹⁹ Ibid, 149

2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen. Berdasarkan signifikan:

a) Jika signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

b) Jika signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

$$\text{Rumus uji } t = t_{hitung} = R\sqrt{n-2}$$

Keterangan :

R = Koefisien Korelasi

R² = Koefisien Determinan

n = Jumlah Sampel

b. Uji F Hitung (Uji Simultan)

Uji Simultan digunakan untuk menguji variabel-variabel bebas kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) harga (X3) secara bersama-sama terhadap variabel regresi linier yang digunakan sudah tepat atau belum, labelisasi halal dan harga terhadap satu variabel dependen yaitu : keputusan pembelian produk kue. Secara bebas dengan signifikansi sebesar 0,05 dapat disimpulkan sebagai berikut:

1) Jika nilai signifikan $< 0,05$ menolak H_0 dan menerima H_a

2) Jika nilai signifikan $> 0,05$ menerima H_0 dan menolak H_a

c. Uji koefisien determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur kemampuan variabel independen yaitu kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) harga (X3) dalam menjelaskan variabel dependen yaitu kualitas pelayanan (Y). Nilai koefisien determinasi (R^2) untuk

menunjukkan presentase tingkat kebenaran prediksi dari pengujian regresi yang dilakukan. Nilai R^2 , memiliki range antara 0 sampai 1. Jika nilai R^2 semakin mendekati 1 maka berarti semakin besar variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, diukur dengan koefisien korelasi (R). Jika angka R diatas 0,5 maka korelasi atau hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen adalah kuat. Sebaliknya, jika R di bawah 0,5 korelasi atau hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen adalah lemah.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Uji Instrumen Penelitian

Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui jawaban responden terhadap variable factor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam belanja di TOP Bakery. Berdasarkan hasil jawaban dari 100 responden terhadap variable penelitian yang dikelompokkan menjadi satu kategori yang digunakan dalam jawaban yang diberikan dalam skala likert. Dari 31 Pertanyaan yang diajukan menghasilkan skor paling sering muncul (modus) untuk setiap pertanyaan.

1. Uji Validitas (n=30)

Uji validitas ini digunakan untuk mengukur tingkat kevalidan atau keabsahan suatu kuesioner. Uji Validitas dilakukan dengan membandingkan r_{hitung} dari hasil output dengan r_{tabel} yang penyelesaiannya dilakukan dengan menggunakan program SPSS 22, dimana suatu pernyataan kuesioner dikatakan valid jika $R_{hitung} > R_{tabel}$ maka dinyatakan valid, jika $R_{hitung} < R_{tabel}$ maka dikatakan tidak valid.

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan Valid
1	Kualitas Produk (X1)	a1	0,762	0,361	Valid
		a2	0,815	0,361	Valid
		a3	0,647	0,361	Valid
		a4	0,797	0,361	Valid
		a5	0,716	0,361	Valid
		a6	0,591	0,361	Valid
		a7	0,774	0,361	Valid
		a8	0,855	0,361	Valid
2	Kualitas Pelayanan (X2)	b1	0,753	0,361	Valid
		b2	0,773	0,361	Valid
		b3	0,748	0,361	Valid
		b4	0,815	0,361	Valid
		b5	0,695	0,361	Valid
		b6	0,753	0,361	Valid
		b7	0,702	0,361	Valid
		b8	0,85	0,361	Valid
		b9	0,864	0,361	Valid
3	Harga (X3)	c1	0,862	0,361	Valid
		c2	0,800	0,361	Valid
4	Kepuasan Konsumen (Y)	p1	0,84	0,361	Valid
		p2	0,821	0,361	Valid
		p3	0,813	0,361	Valid
		p4	0,751	0,361	Valid
		p5	0,760	0,361	Valid
		p6	0,750	0,361	Valid
		p7	0,761	0,361	Valid
		p8	0,773	0,361	Valid
		p9	0,775	0,361	Valid
		p10	0,674	0,361	Valid
		p11	0,778	0,361	Valid

Sumber : Data Primer, Agustus 2024 (diolah)

Berdasarkan table 4.1 hasil yang diberikan kepada 100 responden dengan 30 item pertanyaan yang dibagi menjadi 3 variabel bebas dan 1 variabel terikat yaitu variable kualitas produk (X1) sebanyak 8 pertanyaan,

variable kualitas pelayanan (X2) sebanyak 9 pertanyaan, variable harga (X3) sebanyak 2 pertanyaan dan variable kepuasan konsumen (Y) sebanyak 11 pertanyaan. Hasil uji validitas setiap indikator variable untuk $R_{hitung} > R_{table}$ yaitu 0,361, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan untuk variable X dan Y dinyatakan Valid.

2. Uji Reliabilitas (n=30)

Uji reliabilitas digunakan dengan menentukan seberapa konsisten hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan dua kali atau lebih pada kelompok yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama. Butir pertanyaan kuesioner dikatakan reliabel (layak) jika *Cronbach's alpha* $> 0,6$ dan dikatakan tidak reliabel jika *Cronbach's alpha* $< 0,6$. Adapun hasil uji reliabilitas instrument pertanyaan menggunakan SPSS 22 dapat dilihat pada table 4.2

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,885	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,916	Reliabel
Harga (X3)	0,853	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,932	Reliabel

Sumber data: Primer, Agustus 2024 (diolah)

Berdasarkan hasil analisis data diatas memberikan hasil nilai Cronbach's Alpha pada masing-masing variabel X1, X2, X3 dan Y lebih besar dari ketentuan yakni 0,6. Maka, dari hasil tersebut peneliti mendapatkan kesimpulan bahwa item kuesioner dapat diandalkan.

3. Uji Normalitas

Tabel 4.3
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.93536991
Most Extreme Differences	Absolute		.121
	Positive		.116
	Negative		-.121
Test Statistic			.121
Asymp. Sig. (2-tailed)			.001 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.098 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.090
		Upper Bound	.105

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.

Sumber : data primer, Agustus 2024 (diolah)

Berdasarkan hasil uji normalitas *monte carlo p-values* mendapatkan nilai sebesar $0,098 > 0,05$, dimana peneliti dapat menyimpulkan bahwa hasil ini menunjukkan data primer berdistribusi dengan normal.

4. Uji Multikolonieritas

Tabel 4.4
Hasil Uji Multikolonieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.332	2.308		2.743	.007		
Kualitas Produk	.257	.134	.187	1.924	.057	.264	3.792
Kualitas Pelayanan	.714	.122	.626	5.848	.000	.217	4.615
Harga	.475	.329	.106	1.442	.152	.460	2.172

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : data primer, Agustus 2024 (diolah)

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas diketahui nilai *tolerance* sebesar $0,264 > 0.10$ dan nilai FIF sebesar $3,792 < 10.00$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

5. Uji Autokolerasi

Tabel 4.5
Hasil Uji Autokolerasi
Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.13109
Cases < Test Value	50
Cases \geq Test Value	50
Total Cases	100
Number of Runs	50
Z	-.201
Asymp. Sig. (2-tailed)	.841

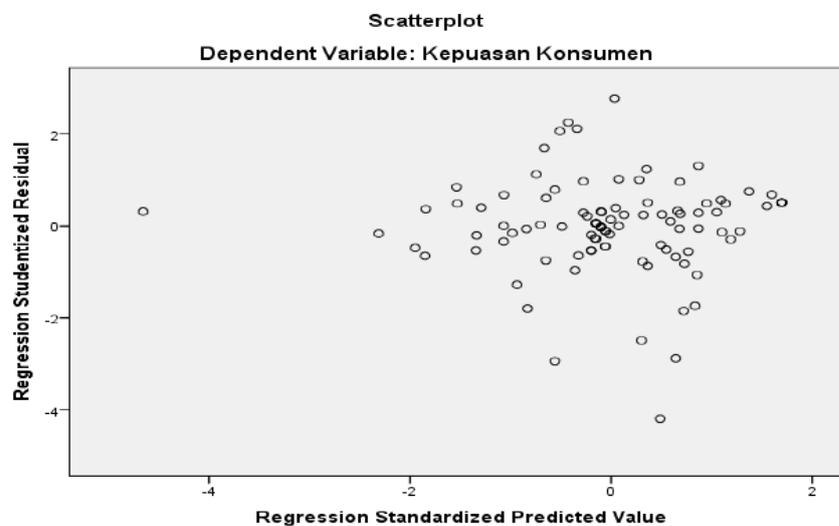
a. Median

Sumber : data primer, Agustus 2024 (diolah)

Berdasarkan hasil uji autokolerasi mendapatkan Asymp nilai sig. (2-tailed) sebesar $0,841 > 0,05$. Dimana peneliti dapat memberikan bahwa hasil ini menunjukkan tidak terjadi gejala Autokolerasi.

6. Uji Heteroskedasitas

Tabel 4.6
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan hasil analisis grafik di atas menunjukkan terdapat gambar scatterplot tersebut bahwa terdapat titik-titik yang tidak teratur atau tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian peneliti dapat menyimpulkan bahwa tidak terjadi persamaan regresi memenuhi asumsi heteroskedastisitas.

B. Hasil Analisis Data

1. Distribusi Frekuensi

a. Mean X1

Tabel 4.7
Mean X1

Nilai	Fi	Xi	Fi.Xi
8 - 14,4	-	11,2	-
14,4 - 20,9	1	17,7	17,7
21 - 27,4	9	24,2	217,8
27,5 - 33,9	46	30,7	1,412,2
34 - 40	44	37	1,628
Jumlah	100		3,276

$$\begin{aligned} x &= \sum F_i \cdot X_i / F_i \\ &= 3,276 / 100 \\ &= 32,76 \end{aligned}$$

Dari tabel di atas dapat dilihat dari perhitungan nilai rata-rata (mean) X berjumlah 32,76 hal ini dapat diperhatikan bahwa 32,76 jawaban responden berada di angka setuju pada interval 4 yang artinya setuju bahwa TOP Bakery memiliki produk yang berkualitas.

b. Mean X2

Tabel 4.8
Mean X2

Nilai	Fi	Xi	Fi.Xi
9 – 16,2	1	12,6	12,6
16,3 – 23,5	-	19,9	-
23,6 – 30,8	9	27,2	244,8
30,9 – 38,1	53	34,2	1,812,6
38,2 – 45	37	41,6	1,539,2
Jumlah	100		3,609,2

$$\begin{aligned}x &= \sum Fi . X.i / Fi \\ &= 3,609,2 / 100 \\ &= 36,09\end{aligned}$$

Dari tabel di atas dapat dilihat dari perhitungan nilai rata-rata (mean) X berjumlah 36,09 hal ini dapat diperhatikan bahwa 36,09 jawaban responden berada di angka sangat setuju pada interval 4 yang artinya setuju bahwa pelayanan yang diberikan TOP Bakery berkualitas.

c. Mean X3

Tabel 4.9
Mean X3

Nilai	Fi	Xi	Fi.Xi
2 -4,6	1	3,3	3,3
4,7 - 5,5	-	5,1	-
5,6 - 6,2	8	5,9	47,2
6,3 - 7,9	15	7,1	106,5
8,7 – 10	76	9,35	710,6
Jumlah	100		867,6

$$\begin{aligned}x &= \sum Fi . X.i / Fi \\ &= 867,6 / 100 \\ &= 8,67\end{aligned}$$

Dari tabel di atas dapat dilihat dari perhitungan nilai rata-rata (mean) X berjumlah 8,67 hal ini dapat diperhatikan bahwa 8,67 jawaban responden berada di angka sangat setuju pada interval 5 yang artinya sangat setuju, konsumen merasa puas dengan harga kue di TOP Bakery.

d. Mean Y

Tabel 4.10
Mean Y

Nilai	Fi	Xi	Fi.Xi
11 – 18	-	14,5	-
19 – 26	1	22,5	22,5
27 – 34	3	15,5	46,5
35 – 42	22	38,5	847
43 – 55	74	49	3,626
Jumlah	100		4,542

$$\begin{aligned} x &= \sum F_i \cdot X_i / F_i \\ &= 4,542 / 100 \\ &= 45,42 \end{aligned}$$

Dari tabel di atas dapat dilihat dari perhitungan nilai rata-rata (mean) X berjumlah 45,42 hal ini dapat diperhatikan bahwa 45,42 jawaban responden berada di angka sangat setuju pada interval 5 yang artinya sangat puas dengan pelayanan yang di berikan TOP Bakery.

2. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4.11
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.332	.946		6.691	.000
	Kualitas Produk	.257	.055	.209	4.692	.000
	Kualitas Pelayanan	.714	.050	.699	14.265	.000
	Harga	.475	.135	.118	3.518	.001

Sumber : data primer, Agustus 2024 (diolah)

Berdasarkan tabel 4.14 yang diperoleh dari hasil pengolahan dengan menggunakan program SPSS 22 maka diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut :

$$Y = 6,691 + 4,692 + 14,265 + 3,518$$

$$Y = 6,691 + 22,475$$

$$Y = 29,166$$

Model persamaan pada tabel 4.15 dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Nilai konstanta yaitu 6,332 angka ini menunjukkan bahwa jika variable kualitas produk (X1) Kualitas pelayanan (X2) Harga (X3) konstantan maka variable Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 6,332
- Besarnya koefisien regresi bX_1 yaitu 0,257, hal ini menunjukkan bahwa meningkatnya variable kualitas produk (X1) sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan minat kepuasan konsumen TOP Bakery sebesar 2,57 %

- c. Besarnya koefisien regresi bX_2 yaitu 0,714, hal ini menunjukkan bahwa meningkatnya variable kualitas pelayanan (X2) sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan minat kepuasan konsumen TOP Bakery sebesar 7,14 %
- d. Besarnya koefisien regresi bX_3 yaitu 0,475 hal ini menunjukkan bahwa meningkatnya variable harga (X3) sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan minat kepuasan konsumen TOP Bakery sebesar 4,75 %

Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi linear berganda diatas dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

3. Hasil Pembuktian Hipotesis

a. Uji Parsial t

Uji t dilakukan untuk mengukur ada atau tidaknya sebuah pengaruh parsial variable bebas terhadap variable terikat. Variable bebas pada penelitian ini adalah kualitas produk (X1) kualitas pelayanan (X2) harga (X3) dan variable terikat adalah kepuasan konsumen (Y)

Pada penelitian ini t tabel pada taraf signifikan 0,05 dengan menggunakan uji 1 sisi dan angka df residual sebesar 99 pada tabel anova kolom df dan baris residual, sehingga didapatkan nilai signifikansi 0,000.

Berdasarkan tabel 4.14 halaman 59 variable kualitas produk (X1) diperoleh nilai t hitung $4,692 > 1,660$ dan nilai signifikansi yang

diperoleh adalah ($0,000 < 0,05$) yang peneliti dapat di pahami bahwa H_a^1 diterima dan H_0^1 ditolak, yang berarti ada pengaruh positif antara variable kualitas produk dengan kepuasan konsumen.¹

Berdasarkan tabel 4.14 halaman 59 variable kualitas pelayanan (X2) diperoleh nilai t hitung $14,265 > 1,660$ dan nilai signifikansi yang diperoleh adalah ($0,000 < 0,05$) yang peneliti dapat di pahami bahwa H_a^2 diterima dan H_0^2 ditolak, yang berarti ada pengaruh positif antara variable kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

Berdasarkan tabel 4.14 halaman 59 variabel harga (X3) diperoleh nilai t hitung $3,518 > 1,660$ dan nilai signifikansi yang diperoleh adalah ($0,001 < 0,05$) yang peneliti dapat di pahami bahwa H_a^3 diterima dan H_0^3 ditolak, yang berarti terdapat pengaruh positif antara variable harga dengan kepuasan konsumen.

b. Uji Simultan

Tabel 4.12
Hasil Simultan
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2724.767	3	908.256	102.216	.000 ^b
	Residual	853.023	96	8.886		
	Total	3577.790	99			

Sumber : data primer, Agustus 2024 (diolah)

Berdasarkan hasil pemaparan perhitungan tabel diatas uji simultan (uji f) didapatkan nilai f sebesar $102,216 > 3,980$ f tabel Kemudian dengan melihat nilai sig. pada tabel anova diatas dapat diketahui nilai sig ($0,000$) $< 0,05$. Dengan demikian penelitian ini

¹ Junaidi (<http://junaidichaniago.wordpress.com>), 2010

dapat dipahami bahwa H_0^4 ditolak dan H_a^4 diterima yang artinya pada variable kualitas produk (X1) kalitas pelayanan(X2) harga (X3) secara simultan berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

c. Uji Determinasi R^2

Tabel 4.13
Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.873 ^a	.762	.754	2.981

Sumber : data primer, Agustus 2024 (diolah)

Berdasarkan tabel 4.16 di atas menunjukkan bahwa nilai *koefisien determinasi Adjusted R Square* 0,754. Hal ini dapat diartikan bahwa secara simultan Kualitas produk (X1) kualitas pelayanan (X2) harga (X3) mempengaruhi kepuasan konsumen (Y) sebesar 75,4 %. Sedangkan 24,6 % kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variable yang tidak di teliti pada penelitian ini. Adapun nilai koefisien korelasi dari pengujian ini sebesar 0,873 yang berarti memiliki tingkat kekuatan koefisien tinggi.

C. Pembahasan

Penelitian ini membahas tentang hasil penelitian yang telah dilakukan guna untuk menjawab rumusan masalah yaitu: Bagaimana kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen TOP Bakery, bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen TOP Bakery, bagaimana pengaru harga terhadap kepuasan konsumen TOP Bakery, bagaimana

pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Untuk menjawab pada rumusan masalah tersebut peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan data primer dengan cara mengambil data sampel secara Quota Sampling yang dilakukan melalui penyebaran Kuesioner pada 100 responden konsumen yang berbelanja di TOP Bakery.

Selanjutnya untuk mengolah data peneliti menggunakan IBM SPSS 22 yang berguna untuk memudahkan peneliti dalam memperoleh hasil penelitian. Adapun tahapan Analisa data pada penelitian ini yaitu: Uji Validitas dan Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik yang terdiri dari Uji Normalitas dengan metode Kolmogorov Smirnov atas *Monte Carlo*, Uji Multikolinieritas, Uji Autokolerasi, dan Heteroskedastisitas. Untuk analisis data menggunakan Distribusi Frekuensi, Uji Linier Berganda. Dan melalui uji tahapan hipotesis diantaranya: Uji Parsial (Uji T), Uji Simultan (Uji f), Uji Koefisien Determinasi (R^2).

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen TOP Bakery Metro

Pada tabel 4.14 halaman 59 pada variable kualitas produk (X1) diperoleh nilai t hitung > t tabel ($4,692 > 1,660$) dan nilai signifikansi yang diperoleh adalah ($0,000 < 0,05$) maka hipotesis H_a^1 diterima sedang H_0^1 ditolak. Artinya ada pengaruh positif antara variable kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

Hasil dari penelitian ini sesuai penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Shapira² dimana penelitian tersebut menunjukkan hasil nilai t hitung > t tabel yaitu ($3,822 > 1,986$) dengan nilai signifikansi sebesar ($0,000 < 0,05$), maka hipotesis H_a^1 diterima dan H_0^1 ditolak, menerangkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil dari penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wicaksono³ dimana penelitian tersebut menunjukkan hasil nilai t hitung $2,868 > t$ tabel ($2,868 > 1,984$) dengan nilai signifikansi sebesar ($0,005 < 0,05$) maka hipotesis H_a^1 diterima dan H_0^1 ditolak, menerangkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Namun perlu diperhatikan bagi TOP Bakery, karena berdasarkan kajian yang dilakukan oleh peneliti, ditemukan bahwa representasi tentang daya tahan kue di TOP Bakery mendapat nilai paling kecil yaitu 384 dari 100 responden, hal ini menunjukkan bahwa responden kurang puas dengan daya tahan kue TOP Bakery. Hal ini selaras dengan penelitian yang disebutkan oleh Pradini⁴ mengenai daya tahan kue bahwa ternyata daya tahan kue menyesuaikan dengan jenisnya, umur simpan kue kering cenderung lebih lama dari pada kue basah, hal ini disebabkan karena kadar

² Diah Ayu Shapira, *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan*, [Skripsi Program Studi Ekonomi Islam]. Medan, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, 2010, 83.

³ Aditya Wicaksono, *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*, [Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah]. Surakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2020, 52.

⁴ Cinta Amelia Pradini, *Eksperimen Pembuatan Nastar Tepung Kacang Merah*, [Skripsi Pengelolaan Perhotelan]. Yogyakarta, Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta, 2011

air kue kering lebih rendah dari pada kue basah. Kadar air yang rendah dapat menghambat pertumbuhan mikroorganisme pembusuk, sehingga pemilik usaha kue harus bisa mengklasifikasikan daya tahan kue berdasarkan jenisnya.

Kemudian representasi paling tinggi diperoleh pertanyaan tentang kebersihan produk kue TOP Bakery mendapat nilai 416. Hal ini sejalan dengan penelitian yang ditulis oleh Harjanto⁵ menyatakan bahwa faktor kebersihan memiliki pengaruh yang sangat besar, karena pelanggan memiliki keinginan dimana makanan yang dia makan, yang memasak, bahan makanan, pengolahan, serta tempatnya harus benar-benar bersih, sehat dan terbebas dari kuman penyakit.

Kualitas produk merupakan kondisi yang dinamis yang berhubungan dengan produk yang memenuhi atau melibahi harapan. Jika kualitas produk yang dirasakan konsumen memenuhi harapan mereka, maka konsumen akan puas dan diharapkan kembali membeli produk tersebut.⁶

Kualitas produk harus mampu melaksanakan fungsi dan kinerjanya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kualitas produk menjadi hal penting yang harus dimiliki oleh sebuah produk, sehingga produsen dituntut untuk menghasilkan produk yang berkualitas agar dapat menarik perhatian konsumen.

⁵ Ryan Nur Harjanto, *Analisis Pengaruh Harga, Produk, Kebersihan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*, [Skripsi Program Studi Ekonomi]. Semarang, Fakultas Ekonomi, 2010, 24

⁶ Abdul Basith, dkk, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan De'Pans Pancake and Waffle Malang", *Jurnal Administrasi Bisnis* 11 no. 1, (2014): 2.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen TOP Bakery Metro

Pada tabel 4.14 halaman 59 pada variabel kualitas pelayanan (X₂) diperoleh nilai t hitung > t tabel (14,265 > 1,660) dan nilai signifikansi yang diperoleh adalah (0,000 < 0,05) maka hipotesis H_a² diterima sedang H₀² ditolak. Artinya ada pengaruh positif antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil dari penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sari⁷ dimana penelitian tersebut menunjukkan hasil nilai t hitung > t tabel (5,494 > 1,660) dengan nilai signifikansi sebesar (0,000 < 0,05) maka hipotesis H_a² diterima sedang H₀² ditolak. Artinya ada pengaruh positif antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ergianto⁸ dimana penelitian tersebut menunjukkan hasil nilai t hitung > t tabel (6,582 > 1,660) dengan nilai signifikansi sebesar (0,000 < 0,05) maka hipotesis H_a² diterima sedang H₀² ditolak. Artinya ada pengaruh positif antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

⁷ Dessica Dinar Sari, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*, [Skripsi Program Studi Manajemen]. Yogyakarta , Fakultas Ilmu Ekonomi, 2016, 88.

⁸ Hendra Erginto, *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*, [Skripsi Program Studi Manajemen]. Riau, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2021, 116.

Namun perlu diperhatikan bagi TOP Bakery, karena berdasarkan kajian yang dilakukan oleh peneliti, ditemukan bahwa representasi lahan parkir di TOP Bakery mendapat nilai paling kecil yaitu 392 dari 100 responden, hal ini menunjukkan bahwa responden kurang nyaman belanja di TOP Bakery karena lahan parkir yang sempit dan harus membayar parkir. Hal ini selaras dengan penelitian yang disebutkan oleh Putarto⁹ mengenai lahan parkir, bahwa ternyata ketersediaan lahan parkir yang sempit sangat kurang efektif karena menyebabkan konsumen parkir sembarangan dan bisa mengganggu pengguna jalan lainnya, maka dibutuhkan penataan lahan parkir sehingga konsumen dapat parkir di lahan yang telah disediakan oleh pihak toko dengan teratur dan tertib.

Kemudian representasi paling tinggi diperoleh tentang belanja kue di TOP Bakery bisa melalui media sosial mendapat nilai 418, hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang ditulis oleh Marcellina¹⁰ bahwa ternyata ulasan, foto dan video dalam media sosial akan berpengaruh terhadap konsumen untuk membeli produk. 61,5% termotivasi dari ulasan teman, 51% termotivasi dari foto/video produk, 38,5% termotivasi dari comment konsumen. Motivasi yang dimiliki tiap konsumen akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kualitas pelayanan adalah suatu tingkat keunggulan yang diharapkan mampu memenuhi keinginan konsumen. Hal ini dapat menggambarkan

⁹ Puriyadi Argo Putarto, dkk “Analisis Kebutuhan Dan Penataan Lahan Parkir Di Pasar Pegandon, Kabupaten Kendal” *Journal Teknik dan Rekayasa*,” 05 no.1 (2021).

¹⁰ Marcellina Rifani, dkk “ Pengaruh Media Sosial Dalam Strategi Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)” *Journal Sahmiyya*,” 01. no 2. (2022).

bahwa kualitas pelayanan yang baik tergantung pada kemampuan produsen dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Kosumen yang merasa puas secara tidak langsung akan menciptakan loyalitas, dan mendorong terjadinya rekomendasi dari mulut kemulut, bahkan dapat memperbaiki citra toko dimata konsumen.¹¹

3. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen TOP Bakery Metro

Pada tabel 4.14 halaman 59 pada varibel Harga (X3) diperleh nilai t hitung $> t$ tabel ($3,518 > 1,660$) dan nilai signifikansi yang diperoleh adalah ($0,001 < 0,05$) maka hipotesis H_a^3 diterima sedang H_0^3 ditolak. Yang artinya terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.

Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh oleh Ergianto¹² dimana penelitian tersebut menunjukkan hasil nilai t hitung yang diperoleh sebesar $2,213 > 1,660$ dengan nilai signifikansi sebesar ($0,029 < 0,05$) maka hipotesis H_a^3 diterima sedang H_0^3 ditolak yang artinya harga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Hasil dari penelitian ini juga sesuai dedidukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sari¹³ mana penelitian tersebut menunjukkan hasil nilai t hitung yang diperoleh $5,074 > 1,660$ dengan nilai signifikansi

¹¹ Didin Fatihuddin dan Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019) 195.

¹² Hendra Erginto, *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*, [Skripsi Program Studi Manajemen]. Riau, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2021, 117.

¹³ Dessica Dinar Sari, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*, [Skripsi Progam Studi Manajemen]. Yogyakarta , Fakultas Ilmu Ekonomi, 2016, 90.

sebesar ($0,000 < 0,05$) maka hipotesis H_a^3 diterima sedang H_0^3 ditolak yang artinya harga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Namun perlu diperhatikan bagi TOP Bakery, karena berdasarkan kajian yang didapatkan oleh peneliti, ditemukan bahwa pertanyaan tentang representasi tentang kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan yang didapatkan di TOP Bakery memperoleh nilai paling kecil yaitu 399 dari 100 responden, hal ini menunjukkan bahwa kesesuaian harga produk kue di TOP Bakery perlu di pertimbangkan kembali untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Hal ini selaras dengan penelitian yang disebutkan oleh Kurriawati¹⁴ mengenai harga dan kualitas bahwa ternyata harga yang ditawarkan oleh sebuah toko harus sesuai dengan kualitas yang didapatkan, karena konsumen memiliki persepsi bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi dan harga yang murah mencerminkan kualitas yang rendah sehingga konsumen menilai harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas yang didapatkan, maka dalam menentukan harga pokoknya, perusahaan harus melihat situasi pasar dan kualitas yang diberikan.

Kemudian respon paling tinggi diperoleh pada butir pertanyaan kesesuaian harga dengan produk kue di TOP Bakery yaitu mendapat nilai

¹⁴ Nirma Kurriawati, "Harga Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian", *Journal Ilmiah*, No. 2, (2019): 71.

418. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Parmiami¹⁵ bahwa ternyata harga menjadi salah satu faktor penentu konsumen dalam menentukan suatu keputusan pembelian terhadap suatu produk. Sebagian konsumen menganggap bahwa harga yang mahal menandakan bahwa produk memiliki kualitas yang baik, harga yang murah menandakan bahwa produk memiliki kualitas rendah. Artinya kesesuaian harga dengan kualitas produk menjadi faktor penting yang harus diperhatikan.

Dalam menentukan harga pokoknya, perusahaan harus melihat situasi pasar dan kualitas yang ditetapkan pesaing bisa lebih rendah dengan kualitas yang sama atau bahkan dengan kualitas yang lebih baik. Hal ini menyebabkan dalam penentuan harga produk atau jasa yang dijual, baik perusahaan besar maupun usaha kecil sekalipun harus memperhatikan konsumen dan para pesaingnya

Harga ialah sejumlah uang dimana seseorang harus membayar untuk mendapatkan produk. Harga sering dianggap sebagai sinyal mutu. Harga produk yang murah dipersepsikan produk yang memiliki kualitas rendah dan sebaliknya harga produk yang mahal dipersepsikan produk yang memiliki kualitas yang tinggi.¹⁶

Harga yang ditetapkan oleh TOP Bakery Metro sesuai dengan keadaan kantong masyarakat, harga dan kualitas memiliki pengaruh yang

¹⁵ Parmiami, *Pengaruh Kesesuaian Harga Dan Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Philips Di Ud Cemerlang Depok*, [Skripsi Progra Studi Manajemen]. Jakarta, Fakultas Ilmu Ekonomi, 2020, 23.

¹⁶ J. Supranto, 23 dan Nandan Limakrisna, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2007), 12.

tinggi terhadap kepuasan konsumen. Oleh sebab itu harga yang ditetapkan harus seimbang dengan kualitas yang diberikan pada konsumen.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen TOP Bakery hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar $4,692 > 1,660$ dengan nilai signifikansi sebesar $(0,000 < 0,05)$ maka hipotesis H_a^1 diterima dan H_0^1 ditolak. Dari hasil tersebut, berarti semakin tinggi kualitas produk maka konsumen akan semakin puas.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen TOP Bakery Metro. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar $14,265 > 1,660$ dengan nilai signifikansi sebesar $(0,000 < 0,05)$ maka hipotesis H_a^2 diterima dan H_0^2 ditolak. Dari hasil tersebut, berarti semakin baik pelayanan yang diberikan, maka konsumen akan semakin puas.
3. Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen TOP Bakery Metro. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar $3,518 > 1,660$ dengan nilai signifikansi sebesar $(0,001 < 0,05)$ maka hipotesis H_a^3 diterima dan H_0^3 ditolak. Dari hasil tersebut, berarti jika harga yang ditawarkan TOP Bakery sesuai dengan kualitas yang diperoleh, maka konsumen akan semakin puas.

4. Secara simultan Kualitas produk (X1) kualitas pelayanan (X2) harga (X3) mempengaruhi kepuasan konsumen (Y) sebesar 75,4 %. Sedangkan 24,6 % kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti pada penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis menyampaikan beberapa saran untuk TOP Bakery sebagai berikut:

1. Sebaiknya TOP Bakery menyediakan kue dengan daya tahan yang baik sesuai dengan jenisnya. Kemudian TOP Bakery harus bisa mempertahankan dan meningkatkan tekstur kue yang dijual karena banyak konsumen yang menyukai tekstur kue TOP Bakery.
2. Sebaiknya TOP Bakery menyediakan lahan parkir yang lebih luas, cukup untuk parkir mobil, parkir motor bila perlu parkir gratis tidak berbayar agar konsumen lebih nyaman belanja di TOP Bakery. Kemudian TOP Bakery juga perlu meningkatkan fokus penjualan melalui media sosial.
3. Sebaiknya TOP Bakery memperhatikan harga yang ditetapkan berbanding lurus dengan kualitas pelayanan. Kemudian agar TOP Bakery bisa mempertahankan kualitas produk yang dijual karena pelanggan merasa puas dengan harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis menyampaikan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya dapat:

Dalam kajian ini peneliti hanya berfokus pada 100 responden dari 600 populasi, oleh karena itu disarankan kepada peneliti selanjutnya agar bisa menggunakan seluruh populasi sebagai responden untuk mengetahui lebih rinci bagaimana pengaruh dari ketiga variable independen (kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga) terhadap variable dependen (kepuasan konsumen).

DAFTAR PUSTAKA

- Angipuro, Maris *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta, Raja Grafindo Persada, 2010)
- Apparel Products”. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 42 no.2 (2018)
- Asri, Makan, Bromo, Terhadap Kepuasan”, *Jurnal Manajemen Pemasaran* 1, no. 1 (2013)
- B., Dodds, W. Monroe, K. B., dan Grewal, D, “Effects of Price, Brand, and Store Information on
- Basith, Abdul dkk, “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan
- Basith, Abdul, dkk, “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan De’Pans Pancake and Waffle Malang”, *Jurnal Administrasi Bisnis* 11, no. 1, (2014)
- Burhan Bungin, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Perdana Media Group, 2018)
- Buyers' Product Evaluations,” *Journal of Marketing Research*, 28 no.3 (1991),
- Dharmesta dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern Edisi Kedua*, (Yogyakarta: Liberty, 2005)
- E., Bigne, Mattila, A. S., dan Andreu, L, “The Impact of Experiential Consumption Cognitions and Emotions on Behavioral Intentions”. *Journal of Services Marketing*, 22 no.4 (2008)
- Erginto, Hendra, *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*, [Skripsi Program Studi Manajemen]. Riau, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2021
- Fatihuddin, Didin, dan Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019) 195.
- Gitosudomo, Indriyo, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Caps, 2013), 130.
- G., Bhaduri, dan Ha-Brookshire, J. E., “Exploring Consumer Demand For Sustainable Apparel Products: An Empirical Investigation Of Willingness To Pay For Organic Cotton Clothing,” *Clothing and Textiles Research Journal*, 29 no.3 (2011)

- H.,Hagtvedt, dan Brasel, S. A, “Emotional Branding Effects on Consumer Choice for High and
- Hariadi, Bambang, *Strategi Manajemen, Strategi Memenangkan Perang Bisnis*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2005)
- Harjanto, Ryan, Nur, *Analisis Pengaruh Harga, Produk, Kebersihan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*, [Skripsi Program Studi Ekonomi]. Semarang, Fakultas Ekonomi, 2010, 24
- Hartono, Bambang, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta Rineka Cipta, 2010), 16
- Irawan, Basu dan Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2005), 185.
- Ismail Nurdin, *Kualitas Pelayanan Publik*, (Surabaya : Media Sahabat Cendikia, 2019)
- Juharni, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*, (Makassar: Sah Media, 2017)
- Junaidi (<http://junaidichaniago.wordpress.com>), 2010
- K.L, Kaller, “Conceptualizing meansuring, and managing customer-based brand equity,”. *Journal of Marketing*, 57 no.1(1993): 1-22.
- Konsumen dan Loyalitas Konsumen De’Pans Pankue and Waffle Malang”, *Jurnal Administrasi Bisnis* 11, no. 1 (2014) 2.
- Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (London: Pearson Education, 2016)
- ., dan Keller, K. L. *Marketing Management 15th ed.* (London: pearson education) 2016).
- dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Keduabelas Jilid Satu, (Jakarta: Erlangga, 2008), 345.
- , dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Ke12, (Jakarta: Erlangga, 2006)
- , dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Ke12, (Jakarta: Erlangga, 2006)
- , *Marketing Management : An Asian Perpektive* (Jakarta: Prenhallindo, 1999)

- Kurriawati, Nirma, "Harga Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian", *Journal Ilmiah* ,” No. 2, (2019): 71.
- Low Involvement Products,” *Journal of Business Research*, 69 no.9 (2016)
- Parasuarman, Zeithaml, Valarie A, and Leonard L. Berry “The behavioral consequences of service quality”. *The Journal of Marketing* 60,no.2 (1996): 31-46.
- Pradini, Cinta, Amelia, *Eksperimen Pembuatan Nastar Tepung Kacang Merah*, [Skripsi Pengelolaan Perhotelan]. Yogyakarta, Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta, 2011
- Purba, Elidawaty, dkk., *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021),
- Putarto, Puriyadi, Argo, dkk “Analisis Kebutuhan Dan Penataan Lahan Parkir Di Pasar Pegandon, Kabupaten Kendal” *Journal Teknik dan Rekayasa*,” 05 no.1 (2021).
- Rangkuti, Freddy, *Measuring Costumer Satisfaction*, (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2000)
- Raymon, Frenfky, *Manajemen Kualitas Produk*, (Sukabumi : CV. Mineral Mutiara Bumi, 2022)
- Rifani, Marcellina, dkk “ Pengaruh Media Sosial Dalam Strategi Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)” *Journal Sahmiyya*,” 01. no 2. (2022).
- S., Lee, dan Kim, H, “Market Segmentation and Product Pricing Strategies for Eco-friendly
- Sari, Dessica, Dinar, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*, [Skripsi Progam Studi Manajemen]. Yogyakarta , Fakultas Ilmu Ekonomi, 2016
- Shapira, Diah, Ayu, *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan*, [Skripsi Program Studi Ekonomi Islam]. Medan, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, 2010
- Sharma, Jyoti, J., *Journal of Marketing* 57 no.3 (2012): 53-70
- Siyoto, Sandu, dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 17.
- Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016), 216.

- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 38.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D Cet. 16*, (Bandung : Alfabeta 2012)
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta:Rineka Cipta, 2010)
- Sulistiyawati, Nie, Made Aries “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar” *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4, no. 8, (2015)
- Supranto,J, dan Nandan Limakrisna, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2007)
- Suyanto, M, *Marketing Strategy Top Brand Indonesia* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2007)
- T., Chi, dan Tang, Z, Labor Cost, Labor Quality, and the Development of the Private Manufacturing Sector in China. *China Economic Review Journal*, 27 (2013): 155-169.
- Trianto, Budi, *Riset Modeling: Te ori, Konsep dan Prosedur Melakukan Penelitian*, (Pekanbaru: Adh-Dhuha Institute, 2016), 55.
- Wicaksono, Aditya, *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*, [Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah].Surakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2020
- Widodo, T. “Pengaruh Brand Image, Atribut Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario di Kulon Progo”, *Skripsi*, Universitas Negeri Yogyakarta, 2016
- Winarta, Randy, Christian dan Yohanes Sondang Kunto, “Pengaruh Kualitas Layanan Rumah
- Yousif, E, dan Alghazali, M, “Impact of Food Color on Consumer Purchase Decision”. *International Journal of Business and Social Science* 9, no.1 (2015)
- Yulianti, Ai Lili, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Cabang Bandung”, *Derema Jurnal Manajemen* 11, no. 2 (2016)

Zeithaml, Parasuraman, A., dan Berry, L, "SERVQUAL :A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality," *Journal of Retailing*, 64 no.91 (1998)

Zulkarnaen, Wandu, Neneng Nurbaeti Amen "Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen" *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 2, no. 1 (2018)

LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : /In.28.1/J/TL.00//2024
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Agus Trioni Nawa (Pembimbing 1)
Agus Trioni Nawa (Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **Eva Yustiana**
NPM : 2003012017
Semester : 9 (Sembilan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syari'ah
Judul : **PENGARUH KUALITAS PRODUK KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro,
Ketua Jurusan,



Yudhistira Ardana
NIP 198906022020121011

OUTLEN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOKO TOP BAKERY METRO

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

NOTA DINAS

PERSETUJUAN

PENGESAHAN

ABSTRAK

ORISINALITAS PENELITIAN

MOTTO

PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Identifikasi Masalah
- C. Batasan Masalah
- D. Rumusan Masalah
- E. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- F. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Kualitas Produk
 - 1. Pengertian Kualitas Produk
 - 2. Indikator Produk Kue Yang Berkualitas

- B. Kualitas Pelayanan
 - 1. Pengertian Kualitas Pelayanan
 - 2. Indikator Pelayanan yang Berkualitas
- C. Harga
 - 1. Pengertian Harga
 - 2. Indikator Harga
 - 3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembentuk Harga
 - 4. Metode Penetapan Harga
- D. Kepuasan Konsumen
 - 1. Pengertian Kepuasan Konsumen
 - 2. Indikator Kepuasan Konsumen
 - 3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen
- E. Hipotesis Penelitian
- F. Kerangka Berfikir

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Rancangan Penelitian
- B. Definisi Operasional Variabel
- C. Populasi, Sampel dan Teknik Penambilan Sampel
- D. Teknik Pengumpulan Data
- E. Instrumen Penelitian
- F. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Deskripsi Lokasi Penelitian
- B. Deskripsi Hasil Tanggapan Responden
- C. Deskripsi Data Hasil Penelitian
 - 1. Uji Validitas
 - 2. Uji Reabilitas
 - 3. Uji Asumsi Klasik
 - 4. Analisis Regresi Linier Sederhana
 - 5. Analisis Regresi Linier Berganda

6. Uji Koefisien Kolerasi (R)
 7. Uji Koefisien Determinasi (R²)
 8. Pengujian Hipotesis
- D. Pembahasan

BAB V PENUTUP

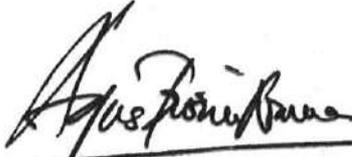
- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



Agus Trioni Nawa, M.Pd
NIDN. 2012089001

Metro, 29 Juli 2024
Penulis



Eva Yustiana
NPM.2003012017

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

PENGARUH KUALITAS PRODUK KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI TOKO TOP BAKERY METRO

A. Identitas Responden

Nama :

Usia :

B. Petunjuk Pengisian

Beri tanda (√) pada kolom jawaban yang sesuai dengan apa yang Saudara/I alami.

C. Keterangan Pengisian

Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

N = Netral

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

Kepuasan Konsumen

STP = Sangat Tidak Puas

TP = Tidak Puas

N = Netral

P = Puas

SP = Sangat Puas

Rekomendasi

STM = Sangat Tidak Mungkin

TM = Tidak Mungkin

M = Mungkin

KB = Kemungkinan Besar

SM = Sangat Mungkin

Saran dan Masukan

Tuliskan saran dan masukan anda pada kolom yang telah disediakan!

Kualitas Produk						
No	Pertanyaan	Respon				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Kue yang dijual di TOP Bakery memiliki daya tahan yang baik sesuai dengan jenisnya					
2.	Kue yang dijual TOP Bakery bervariasi					
3.	Kue yang dijual TOP Bakery dikemas dengan kemasan yang di desain menarik					
4.	Belanja di TOP Bakery puas karena rasa kue yang dijual enak					
5.	Rasa kue yang dijual TOP Bakery sesuai dengan tampilan produk yang di sajikan					
6.	Kue yang dijual di TOP Bakery memiliki tekstur yang sesuai dengan jenisnya					
7.	TOP Bakery memiliki lingkungan toko yang bersih dan nyaman					
8.	Kue yang dijual di sajikan di etalase yang bersih dan tertata rapih					
Kualitas Pelayanan						
No	Pertanyaan	Respon				
		STS	TS	N	S	SS
9.	Mememsan kue di TOP Bakery bisa melalui Media Sosial					
10.	TOP Bakery memberikan fasilitas meja dan kursi untuk bersantai					
11.	TOP Bakery memberikan fasilitas lahan parkir yang memadai					
12.	Produk kue TOP Bakery memiliki konsistensi rasa, tekstur dan kualitas produk kue dari waktu ke waktu					
13.	TOP Bakery memberikan pelayanan yang sama kepada semua konsumen					

14.	TOP Bakery memberikan pelayanan yang cepat					
15.	Karyawan TOP Bakery mampu memberikan informasi yang jelas terhadap produk kue yang dijual					
16.	Karyawan TOP Bakery melayani konsumen dengan sopan santun dan ramah					
17.	Belanja kue di TOP Bakery bisa request sesuai keinginan konsumen					
Harga						
No	Pertanyaan	Respon				
		STS	TS	N	S	SS
18.	Harga kue di TOP Bakery sesuai dengan kualitas produk yang di jual					
19.	Harga kue di TOP Bakery sesuai dengan kualitas pelayanan yang didapatkan					

Kepuasan Konsumen						
No	Pertanyaan	Respon				
		STP	TP	N	P	SP
1.	Seberapa puas Anda dengan rasa kue di TOP Bakery?					
2.	Seberapa puas Anda dengan kualitas bahan yang digunakan dalam kue TOP Bakery?					
3.	Seberapa puas Anda dengan tekstur kue di TOP Bakery (misalnya, kelembutan atau kerenyahan)?					
4.	Seberapa puas Anda dengan penampilan dan presentasi kue di TOP Bakery?					
5.	Seberapa puas Anda dengan aroma kue di TOP Bakery?					

6.	Seberapa puas Anda dengan ukuran dan porsi kue TOP Bakery?					
7.	Seberapa puas Anda terhadap harga kue di TOP Bakery?					
8.	Seberapa puas Anda dengan pelayanan yang Anda terima saat membeli kue di TOP Bakery?					
9.	Seberapa puas Anda terhadap kemasan kue TOP Bakery?					
10.	Jika Anda memesan kue secara online, seberapa puas Anda dengan proses pengiriman TOP Bakery?					
11.	Secara keseluruhan, seberapa puas Anda dengan produk dan layanan kue di TOP Bakery?					

Rekomendasi

Pertanyaan	Respon	
Seberapa besar kemungkinan Anda akan merekomendasikan kue TOP Bakery kepada teman atau keluarga?	STM	
	TM	
	M	
	KB	
	SM	

Saran dan Masukan

Apakah Anda memiliki saran atau masukan untuk meningkatkan produk dan layanan di TOP Bakery?

D. Dokumentasi

1. Buku induk, E-book dan jurnal yang berkaitan dengan penelitian
2. Data-data yang bersumber dari lokasi penelitian
 - a. Profil toko TOP Bakery Metro
 - b. Data pemasukan TOP Bakery Metro
 - c. Data daftar harga toko TOP Bakery Metro
 - d. Data daftar menu toko TOP Bakery
 - e. Data jumlah konsumen TOP Bakery Metro

**Mengetahui,
Dosen Pembimbing**



Agus Trioni Nawa, M.Pd
NIDN. 2012089001

**Metro, 29 Juli 2024
Penulis**



Eva Yustiana
NPM.2003012017



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-2250/In.28/D.1/TL.00/08/2024
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
PIMPINAN TOP BAKERY
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-2251/In.28/D.1/TL.01/08/2024,
tanggal 07 Agustus 2024 atas nama saudara:

Nama : **Eva Yustiana**
NPM : 2003012017
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada PIMPINAN TOP BAKERY bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di TOP BAKERY, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH KUALITAS PRODUK KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Bapak/Ibu untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 07 Agustus 2024
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-2251/In.28/D.1/TL.01/08/2024

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **Eva Yustiana**
NPM : 2003012017
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syaria`h

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di TOP BAKERY, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH KUALITAS PRODUK KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 07 Agustus 2024

Mengetahui,
Pejabat Setempat

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001

DATA SEBARAN ANGKET KUESIONER VARIABEL KUALITAS PRODUK (X1)

No	Nama	Usia	Butiran Pertanyaan								Total
			1	2	3	4	5	6	7	8	
1	Vira Nur Azizah	19	3	4	3	4	3	4	3	4	28
2	Iqbal fathoni	21	3	4	3	3	4	3	4	3	27
3	Bibit suranti	20	3	4	3	4	3	4	3	4	28
4	Firly	20	4	3	4	3	3	4	3	3	27
5	Sandi irawan	21	4	5	5	5	5	4	4	5	37
6	Dhea Destiana	22	4	5	4	4	3	3	4	5	32
7	Defi Safitri	22	3	4	5	3	4	5	3	4	31
8	Gayuh Rizki Utomo	23	3	5	4	4	5	5	4	4	34
9	Feby Fitriya Wahdinal Husnah	22	4	4	5	5	4	5	5	5	37
10	Anna	19	4	5	4	5	3	4	5	5	35
11	Garnes Puji Astuti	21	4	4	4	4	4	4	4	4	32
12	Veli Juliana Putri	22	4	5	3	5	5	4	5	5	36
13	Laila Ditriasari	21	3	3	3	3	3	3	3	3	24
14	ANNISA	24	5	5	4	5	4	3	4	5	35
15	Nur Faizah	22	3	4	4	4	4	5	4	4	32
16	Wildan Firdaus Saputra	19	3	4	4	4	4	4	4	4	31
17	Ahmad burhanudin	24	3	4	5	5	4	4	4	4	33
18	intan widiya	21	4	4	4	3	4	4		4	27
19	Bayu Prayoga	25	3	4	5	4	4	3	5	3	31

20	Yeni Silviana Putri	22	4	3	5	4	5	4	3	3	31
21	DIAH MARYYA ULFA	24	3	4	3	4	4	3	4	4	29
22	Evita Sari	21	3	4	3	5	3	3	4	4	29
23	Nadiya Arisandi	20	1	1	2	2	2	3	2	2	15
24	Silvi Pradini	22	3	4	3	3	4	3	3	4	27
25	Amartia qoulan syadida	21	4	5	5	5	5	5	5	5	39
26	Budi Haryanto	24	5	4	3	5	5	4	4	5	35
27	Nexa Batara luzianta	25	3	4	3	4	3	4	5	4	30
28	Ica	22	4	5	5	4	4	5	5	5	37
29	Yeti Vera Bella	23	4	4	3	3	4	4	4	4	30
30	Faizal Anwara	22	5	4	4	5	5	5	5	5	38
31	Amanah Azzahra	18	4	3	4	4	4	3	4	3	29
32	Selly Weliya Nada	22	4	4	4	5	4	4	3	4	32
33	Nurbayti Jannati	21	5	5	4	5	5	4	4	5	37
34	Tri winarti	24	4	5	5	4	4	4	5	5	36
35	Lina Budiarti	32	4	3	4	4	5	4	3	4	31
36	Dodi Kusprianggoro	26	4	5	4	4	4	5	4	4	34
37	Khasanah Cahya Asih	22	5	5	5	5	5	5	5	5	40
38	Rosmalinda	22	3	5	3	5	4	5	3	3	31
39	Nining Istianatun Thoyibaj	21	5	5	5	5	5	5	5	5	40
40	Destika	24	4	5	4	4	5	5	4	4	35
41	Taufik Akbar	20	3	3	3	3	3	4	5	4	28
42	Surya ikhsan	22	4	4	5	5	5	5	5	4	37

43	Husnatus Zayyinah	21	3	4	4	3	3	4	4	4	29
44	TEDDYIRMANSYAH	21	5	5	5	5	5	5	5	5	40
45	Yulia Rahma	22	4	5	3	4	4	4	3	4	31
46	FARDILIA ZAHRA	18	5	5	4	5	5	4	4	4	36
47	Miftah Rizkyana Putri	22	3	3	3	5	3	3	3	3	26
48	Risti Novitasari	21	4	5	3	4	4	4	5	5	34
49	Amirul Sodik	25	3	4	4	4	3	3	4	5	30
50	Rista Putri Indriyani	20	5	4	5	4	5	5	5	4	37
51	Ledika Putri	21	4	4	4	5	4	4	4	4	33
52	Nafisah Luthfi Az-Zahra	20	3	4	5	3	4	5	3	4	31
53	Nopita	22	3	4	4	3	5	5	4	3	31
54	Hasna Desta Anggraini	22	3	4	3	3	3	3	3	3	25
55	Vicha Youlanda Sari	22	3	4	5	3	4	5	3	4	31
56	Didik wardiyanto	24	3	4	5	3	4	5	3	4	31
57	DIKI CAHDRA IRAWAN	19	5	4	3	4	5	4	5	4	34
58	Aldhi okvalan sempurna	22	4	5	5	4	5	4	4	4	35
59	Erlangga	22	3	4	5	4	5	3	3	4	31
60	Nur Wulandari	20	4	5	4	4	3	4	5	5	34
61	Siti Anggun Komala Sari	22	3	4	5	3	4	5	3	4	31
62	Eva Ariani	22	3	3	4	4	4	4	5	5	32
63	Alipiyah Nur Azizah	25	3	4	5	4	5	4	5	4	34
64	m. hanif fauzi	20	2	3	3	3	3	3	3	3	23
65	Githa marsyalia azzahra	19	4	4	4	5	4	4	4	5	34

66	Junico Fernando	28	3	4	5	3	4	5	3	4	31
67	Beni	24	5	4	5	5	5	4	4	5	37
68	Nur Soleh Irfani	23	4	4	4	4	4	4	4	4	32
69	Edi susanto	27	5	5	4	5	5	4	5	5	38
70	NI PUTU SETIYANI	22	5	5	5	4	4	5	5	5	38
71	Putri Rahmawati	19	5	5	5	5	5	5	5	5	40
72	Aldironi	44	4	4	4	4	4	4	4	4	32
73	Egalivia Anggraini	24	4	4	3	5	5	4	3	4	32
74	MELINDA WIDYAWATI	19	5	5	5	5	5	4	5	4	38
75	Wasingatur Rohmah	24	5	5	4	5	4	4	5	5	37
76	Dicky Wahyudi	26	4	3	4	5	3	4	4	3	30
77	RISKI ERI SAPUTRA	22	5	5	4	5	4	5	4	4	36
78	Hasyim Danu Harianto	21	4	3	4	3	3	4	4	3	28
79	Tegar Aditya Pratama	22	3	4	5	5	5	5	5	5	37
80	Abdul Qobid	22	4	4	4	3	4	5	5	4	33
81	Zulvie Nur Rahman	17	3	4	5	3	4	5	3	4	31
82	Leni puspita sari	32	5	3	3	4	5	4	5	5	34
83	Willy agustina rulitasari	20	5	4	5	4	4	4	4	4	34
84	Zahra eka	20	5	5	4	4	5	4	5	5	37
85	Rani Oktafia Anjani	21	4	4	5	4	4	4	4	4	33
86	Fajar Bara Dewa	23	5	5	5	5	5	5	5	5	40
87	Rifka Amalia	26	4	5	4	4	3	4	4	4	32
88	Rudi hartono	30	3	3	3	2	3	3	2	4	23

89	Didik	31	3	3	3	3	4	4	3	4	27
90	Nazwa quratul Ramadhani	14	4	4	4	4	4	4	4	4	32
91	Natasya Aulia Fitri	20	5	5	5	5	4	4	4	4	36
92	Melinda Zahra mutiara	14	5	5	5	5	4	4	5	5	38
93	ellen desti amelia	30	3	4	5	3	4	5	3	4	31
94	Elvis Syaifulloh	25	5	4	4	5	4	4	5	5	36
95	Ilham Muhammad Jayadi Gunawan	24	3	4	3	5	3	4	4	3	29
96	Yogi Pratama	22	4	4	5	5	5	5	4	4	36
97	Mita Ambar Wati	28	4	3	5	3	3	4	5	5	32
98	Faruq Alfarez	21	4	4	4	4	4	4	4	4	32
99	Dea aulia amanda	21	3	3	4	3	3	4	4	3	27
100	M Abdul Wahid Hasyim	26	5	5	5	5	5	5	5	5	40
	Total		384	414	411	409	408	415	402	416	3259

22	Evita Sari	21	3	3	3	3	4	4	4	4	4	32
23	Nadiya Arisandi	20	1	1	2	1	2	1	2	1	1	12
24	Silvi Pradini	22	3	3	3	4	4	3	4	4	5	33
25	Amartia qoulan syadida	21	5	4	5	4	4	4	5	5	5	41
26	Budi Haryanto	24	4	5	5	4	3	4	5	5	4	39
27	Nexa Batara luzianta	25	4	5	5	5	5	5	4	4	4	41
28	Ica	22	4	4	4	4	5	5	4	5	5	40
29	Yeti Vera Bella	23	3	5	4	4	4	4	4	4	4	36
30	Faizal Anwara	22	5	5	4	5	5	5	5	5	5	44
31	Amanah Azzahra	18	4	4	3	3	3	2	3	4	4	30
32	Selly Weliya Nada	22	5	3	5	3	4	5	3	4	5	37
33	Nurbayti Jannati	21	4	4	4	3	4	4	5	5	4	37
34	Tri winarti	24	4	5	3	3	4	4	5	3	3	34
35	Lina Budiarti	32	5	5	3	3	4	4	4	3	4	35
36	Dodi Kusprianggoro	26	4	4	5	4	5	5	4	5	5	41
37	Khasanah Cahya Asih	22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
38	Rosmalinda	22	5	3	3	4	3	3	5	4	3	33
39	Nining Istianatun Thoyibaj	21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
40	Destika	24	3	4	4	5	5	4	5	4	5	39
41	Taufik Akbar	20	4	4	5	4	4	4	5	3	4	37
42	Surya ikhsan	22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
43	Husnatus Zayyinah	21	3	3	3	4	3	4	3	3	3	29
44	TEDDYIRMANSYAH	21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
45	Yulia Rahma	22	3	4	3	4	4	3	3	4	3	31

46	FARDILIA ZAHRA	18	4	5	4	5	4	5	4	4	5	40
47	Miftah Rizkyana Putri	22	3	4	3	4	3	3	3	3	3	29
48	Risti Novitasari	21	3	4	4	4	4	4	4	4	3	34
49	Amirul Sodik	25	5	3	4	4	3	3	3	3	4	32
50	Rista Putri Indriyani	20	5	5	5	4	5	4	5	5	4	42
51	Ledika Putri	21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
52	Nafisah Luthfi Az-Zahra	20	5	3	4	5	3	4	5	5	3	37
53	Nopita	22	5	4	3	4	5	4	4	4	5	38
54	Hasna Desta Anggraini	22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
55	Vicha Youlanda Sari	22	5	3	4	5	3	4	5	4	4	37
56	Didik wardiyanto	24	5	3	4	5	3	4	5	3	4	36
57	DIKI CAHDRA IRAWAN	19	3	5	4	5	4	3	3	4	5	36
58	Aldhi okvalan sampurna	22	4	5	4	5	4	4	4	5	5	40
59	Erlangga	22	5	3	4	5	3	4	5	3	4	36
60	Nur Wulandari	20	3	5	3	4	5	5	5	5	5	40
61	Siti Anggun Komala Sari	22	5	3	4	5	3	4	5	3	4	36
62	Eva Ariani	22	5	4	5	5	5	4	3	3	5	39
63	Alipiyah Nur Azizah	25	5	4	5	5	5	5	5	4	5	43
64	m. hanif fauzi	20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
65	Githa marsyalia azzahra	19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
66	Junico Fernando	28	5	3	4	5	3	4	5	3	4	36
67	Beni	24	4	3	4	4	4	5	4	5	5	38
68	Nur Soleh Irfani	23	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
69	Edi susanto	27	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44

70	NI PUTU SETIYANI	22	4	3	3	5	3	3	4	3	3	31
71	Putri Rahmawati	19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
72	Aldironi	44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
73	Egalivia Anggraini	24	4	3	3	4	5	4	3	4	3	33
74	MELINDA WIDYAWATI	19	5	4	4	5	5	5	5	5	4	42
75	Wasingatur Rohmah	24	5	5	4	4	4	5	4	4	5	40
76	Dicky Wahyudi	26	5	5	3	4	4	3	5	3	3	35
77	RISKI ERI SAPUTRA	22	5	4	4	5	4	5	4	4	5	40
78	Hasyim Danu Harianto	21	4	4	3	4	4	3	4	3	3	32
79	Tegar Aditya Pratama	22	4	4	4	4	5	4	5	4	5	39
80	Abdul Qobid	22	4	5	3	5	4	4	5	4	4	38
81	Zulvie Nur Rahman	17	5	3	4	5	3	4	5	3	4	36
82	Leni puspita sari	32	4	3	4	3	3	5	4	4	4	34
83	Willy agustina rulitasari	20	4	4	4	4	4	5	3	5	4	37
84	Zahra eka	20	4	5	5	5	5	5	5	3	4	41
85	Rani Oktafia Anjani	21	5	5	5	4	4	4	5	5	5	42
86	Fajar Bara Dewa	23	5	5	5	5	4	4	4	4	4	40
87	Rifka Amalia	26	5	4	4	3	5	4	4	4	4	37
88	Rudi hartono	30	3	3	2	2	3	3	3	3	3	25
89	Didik	31	3	3	3	4	3	3	3	3	2	27
90	Nazwa quratul Ramadhani	14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
91	Natasya Aulia Fitri	20	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
92	Melinda Zahra mutiara	14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
93	ellen desti amelia	30	5	3	4	5	3	4	5	3	4	36

94	Elvis Syaifulloh	25	5	4	5	5	5	4	4	5	5	42
95	Ilham Muhammad Jayadi	24	5	4	4	5	3	3	4	4	4	36
96	Yogi Pratama	22	4	4	5	5	5	5	5	5	5	43
97	Mita Ambar Wati	28	5	4	3	3	5	4	4	4	4	36
98	Faruq Alfarez	21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
99	Dea aulia amanda	21	3	4	3	4	4	4	4	4	3	33
100	M Abdul Wahid Hasyim	26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
	Total		418	396	392	416	399	401	413	396	410	3641

DATA SEBARAN ANGKET KUESIONER VARIABEL HARGA (X3)

No	Nama	Usia	Butir Pertanyaan		Total
			1	2	
1	Vira Nur Azizah	19	4	3	7
2	Iqbal fathoni	21	3	3	6
3	Bibit suranti	20	4	3	7
4	Firly	20	3	4	7
5	Sandi irawan	21	5	5	10
6	Dhea Destiana	22	4	3	7
7	Defi Safitri	22	5	3	8
8	Gayuh Rizki Utomo	23	5	4	9
9	Feby Fitrya Wahdinal Husnah	22	4	4	8
10	Anna	19	5	3	8
11	Garnes Puji Astuti	21	4	4	8
12	Veli Juliana Putri	22	5	5	10
13	Laila Ditriasari	21	3	4	7
14	ANNISA	24	5	4	9
15	Nur Faizah	22	4	4	8
16	Wildan Firdaus Saputra	19	5	4	9
17	Ahmad burhanudin	24	4	4	8
18	intan widiya	21	4	4	8
19	Bayu Prayoga	25	3	4	7

20	Yeni Silviana Putri	22	5	4	9
21	DIAH MARYYA ULFA	24	5	3	8
22	Evita Sari	21	4	5	9
23	Nadiya Arisandi	20	1	2	3
24	Silvi Pradini	22	4	5	9
25	Amartia qoulan syadida	21	5	5	10
26	Budi Haryanto	24	3	4	7
27	Nexa Batara luzianta	25	5	5	10
28	Ica	22	5	5	10
29	Yeti Vera Bella	23	4	4	8
30	Faizal Anwara	22	5	3	8
31	Amanah Azzahra	18	3	5	8
32	Selly Weliya Nada	22	3	4	7
33	Nurbayti Jannati	21	5	3	8
34	Tri winarti	24	3	3	6
35	Lina Budiarti	32	4	5	9
36	Dodi Kusprianggoro	26	5	4	9
37	Khasanah Cahya Asih	22	5	5	10
38	Rosmalinda	22	3	5	8
39	Nining Istianatun Thoyibaj	21	5	5	10
40	Destika	24	4	3	7
41	Taufik Akbar	20	3	5	8
42	Surya ikhsan	22	5	5	10

43	Husnatus Zayyinah	21	4	3	7
44	TEDDYIRMANSYAH	21	5	5	10
45	Yulia Rahma	22	4	4	8
46	FARDILIA ZAHRA	18	3	4	7
47	Miftah Rizkyana Putri	22	3	3	6
48	Risti Novitasari	21	4	4	8
49	Amirul Sodik	25	4	4	8
50	Rista Putri Indriyani	20	4	5	9
51	Ledika Putri	21	4	4	8
52	Nafisah Luthfi Az-Zahra	20	4	5	9
53	Nopita	22	5	5	10
54	Hasna Desta Anggraini	22	3	3	6
55	Vicha Youlanda Sari	22	5	3	8
56	Didik wardiyanto	24	5	3	8
57	DIKI CAHDRA IRAWAN	19	3	4	7
58	Aldhi okvalan sampurna	22	4	4	8
59	Erlangga	22	5	4	9
60	Nur Wulandari	20	5	5	10
61	Siti Anggun Komala Sari	22	5	3	8
62	Eva Ariani	22	5	5	10
63	Alipiyah Nur Azizah	25	5	3	8
64	m. hanif fauzi	20	3	3	6
65	Githa marsyalia azzahra	19	4	4	8

66	Junico Fernando	28	5	3	8
67	Beni	24	4	5	9
68	Nur Soleh Irfani	23	4	4	8
69	Edi susanto	27	5	4	9
70	NI PUTU SETIYANI	22	5	3	8
71	Putri Rahmawati	19	5	5	10
72	Aldironi	44	4	4	8
73	Egalivia Anggraini	24	4	4	8
74	MELINDA WIDYAWATI	19	5	5	10
75	Wasingatur Rohmah	24	5	5	10
76	Dicky Wahyudi	26	4	3	7
77	RISKI ERI SAPUTRA	22	4	5	9
78	Hasyim Danu Harianto	21	4	4	8
79	Tegar Aditya Pratama	22	4	5	9
80	Abdul Qobid	22	4	3	7
81	Zulvie Nur Rahman	17	5	3	8
82	Leni puspita sari	32	4	4	8
83	Willy agustina rulitasari	20	5	5	10
84	Zahra eka	20	3	3	6
85	Rani Oktafia Anjani	21	5	4	9
86	Fajar Bara Dewa	23	4	4	8
87	Rifka Amalia	26	4	4	8
88	Rudi hartono	30	2	3	5

89	Didik	31	3	2	5
90	Nazwa quratul Ramadhani	14	4	4	8
91	Natasya Aulia Fitri	20	5	4	9
92	Melinda Zahra mutiara	14	5	5	10
93	ellen desti amelia	30	5	4	9
94	Elvis Syaifulloh	25	5	5	10
95	Ilham Muhammad Jayadi Gunawan	24	3	4	7
96	Yogi Pratama	22	5	4	9
97	Mita Ambar Wati	28	4	4	8
98	Faruq Alfarez	21	4	4	8
99	Dea aulia amanda	21	3	3	6
100	M Abdul Wahid Hasyim	26	5	5	10
	Total		418	399	817

DATA SEBARAN ANGKET KUESIONER VARIABEL KEPUASAN KONSUMEN (Y)

No	Nama	Usia	Butir Pertanyaan											Total
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
1	Vira Nur Azizah	19	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	38
2	Iqbal fathoni	21	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	36

3	Bibit suranti	20	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	39
4	Firly	20	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	39
5	Sandi irawan	21	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	53
6	Dhea Destiana	22	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	50
7	Defi Safitri	22	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	44
8	Gayuh Rizki Utomo	23	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	5	46
9	Feby Fitrya Wahdinal Husnah	22	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	49
10	Anna	19	4	4	5	3	4	5	4	5	4	3	5	46
11	Garnes Puji Astuti	21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
12	Veli Juliana Putri	22	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	51
13	Laila Ditriasari	21	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	39
14	ANNISA	24	4	5	3	4	5	5	4	5	5	4	4	48
15	Nur Faizah	22	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	43
16	Wildan Firdaus Saputra	19	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	42
17	Ahmad burhanudin	24	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	41
18	intan widiya	21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
19	Bayu Prayoga	25	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	39
20	Yeni Silviana Putri	22	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	48
21	DIAH MARYYA ULFA	24	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	37
22	Evita Sari	21	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	41
23	Nadiya Arisandi	20	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	21
24	Silvi Pradini	22	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	46
25	Amartia goulan syadida	21	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	50
26	Budi Haryanto	24	5	5	4	5	3	4	4	4	4	5	5	48

27	Nexa Batara luzianta	25	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	49
28	Ica	22	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	49
29	Yeti Vera Bella	23	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	3	42
30	Faizal Anwara	22	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	51
31	Amanah Azzahra	18	3	4	4	4	3	3	5	3	4	4	4	41
32	Selly Weliya Nada	22	3	4	5	3	4	5	3	4	3	4	5	43
33	Nurbayti Jannati	21	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	49
34	Tri winarti	24	3	3	4	3	4	4	3	4	5	4	3	40
35	Lina Budiarti	32	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	43
36	Dodi Kusprianggoro	26	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	5	47
37	Khasanah Cahya Asih	22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
38	Rosmalinda	22	3	4	5	5	3	5	4	3	3	5	4	44
39	Nining Istianatun Thoyibaj	21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
40	Destika	24	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	5	44
41	Taufik Akbar	20	4	4	4	5	3	4	3	4	5	3	4	43
42	Surya ikhsan	22	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	54
43	Husnatus Zayyinah	21	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	39
44	TEDDYIRMANSYAH	21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
45	Yulia Rahma	22	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	35
46	FARDILIA ZAHRA	18	5	5	4	3	4	5	4	5	4	3	4	46
47	Miftah Rizkyana Putri	22	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	38
48	Risti Novitasari	21	5	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	46
49	Amirul Sodik	25	3	3	4	4	3	5	5	5	4	3	5	44
50	Rista Putri Indriyani	20	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	51

51	Ledika Putri	21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
52	Nafisah Luthfi Az-Zahra	20	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	45
53	Nopita	22	3	3	3	3	4	4	5	4	3	3	4	39
54	Hasna Desta Anggraini	22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
55	Vicha Youlanda Sari	22	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	44
56	Didik wardiyanto	24	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	44
57	DIKI CAHDRA IRAWAN	19	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	45
58	Aldhi okvalan sampurna	22	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	48
59	Erlangga	22	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	43
60	Nur Wulandari	20	4	4	4	4	3	3	5	5	4	3	4	43
61	Siti Anggun Komala Sari	22	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	44
62	Eva Ariani	22	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	35
63	Alipiyah Nur Azizah	25	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	51
64	m. hanif fauzi	20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
65	Githa marsyalia azzahra	19	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	45
66	Junico Fernando	28	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	44
67	Beni	24	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	48
68	Nur Soleh Irfani	23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
69	Edi susanto	27	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	54
70	NI PUTU SETIYANI	22	5	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	42
71	Putri Rahmawati	19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
72	Aldironi	44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
73	Egalivia Anggraini	24	5	5	4	4	5	4	3	4	5	4	5	48
74	MELINDA WIDYAWATI	19	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	50

98	Faruq Alfarez	21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
99	Dea aulia amanda	21	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	36
100	M Abdul Wahid Hasyim	26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
	Total		416	403	402	413	395	407	412	407	397	402	407	4461

X7	Pearson Correlation	.583**	.503**	.563**	.421*	.427*	.354	1	.583**	.513**	.702**
	Sig. (2-tailed)	.001	.005	.001	.021	.018	.055		.001	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X8	Pearson Correlation	.559**	.747**	.552**	.616**	.583**	.524**	.583**	1	.732**	.850**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.002	.000	.001	.003	.001		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X9	Pearson Correlation	.651**	.516**	.586**	.717**	.605**	.654**	.513**	.732**	1	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.001	.000	.000	.000	.004	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.753**	.773**	.748**	.815**	.695**	.753**	.702**	.850**	.864**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).											
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).											

Uji Validitas Harga (X3)

Correlations				
		X1	X2	TOTAL
X1	Pearson Correlation	1	.384*	.862**
	Sig. (2-tailed)		.036	.000
	N	30	30	30
X2	Pearson Correlation	.384*	1	.800**
	Sig. (2-tailed)	.036		.000
	N	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.862**	.800**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	30	30	30
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).				
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).				

Y7	Pearson Correlation	.715**	.417*	.546**	.519**	.442*	.602**	1	.388*	.707**	.619**	.577**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000	.022	.002	.003	.015	.000		.034	.000	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y8	Pearson Correlation	.510**	.710**	.675**	.541**	.675**	.573**	.388*	1	.555**	.353	.541**	.773**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000	.002	.000	.001	.034		.001	.055	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y9	Pearson Correlation	.563**	.468**	.482**	.450*	.656**	.597**	.707**	.555**	1	.611**	.578**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.001	.009	.007	.013	.000	.000	.000	.001		.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y10	Pearson Correlation	.590**	.444*	.415*	.492**	.360	.511**	.619**	.353	.611**	1	.430*	.674**
	Sig. (2-tailed)	.001	.014	.022	.006	.051	.004	.000	.055	.000		.018	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y11	Pearson Correlation	.622**	.725**	.651**	.444*	.501**	.533**	.577**	.541**	.578**	.430*	1	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.014	.005	.002	.001	.002	.001	.018		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.840**	.821**	.813**	.751**	.760**	.750**	.761**	.773**	.775**	.674**	.778**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).													
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).													

Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.885	8

Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.916	9

Uji Reliabilitas Harga (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.853	3

Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.932	11

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.93536991
Most Extreme Differences	Absolute		.121
	Positive		.116
	Negative		-.121
Test Statistic			.121
Asymp. Sig. (2-tailed)			.001 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.098 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.090
		Upper Bound	.105
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.			

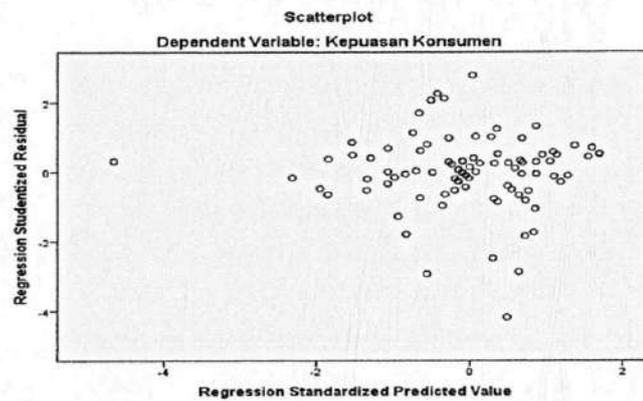
UJI Multikolonieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.332	2.308		2.743	.007		
	Kualitas Produk	.257	.134	.187	1.924	.057	.264	3.792
	Kualitas Pelayanan	.714	.122	.626	5.848	.000	.217	4.615
	Harga	.475	.329	.106	1.442	.152	.460	2.172
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen								

Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.13109
Cases < Test Value	50
Cases >= Test Value	50
Total Cases	100
Number of Runs	50
Z	-.201
Asymp. Sig. (2-tailed)	.841
a. Median	

Uji Heteroskedastisitas



Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.332	.946		6.691	.000
	Kualitas Produk	.257	.055	.209	4.692	.000
	Kualitas Pelayanan	.714	.050	.699	14.265	.000
	Harga	.475	.135	.118	3.518	.001

Uji Silumtan (uji f)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2724.767	3	908.256	102.216	.000 ^b
	Residual	853.023	96	8.886		
	Total	3577.790	99			

Uji Determinasi R²

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.873 ^a	.762	.754	2.981



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

NPP: 1807062F0000001

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-977/ln.28/S/U.1/OT.01/10/2024**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : Eva Yustiana
NPM : 2003012017
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2024/2025 dengan nomor anggota 2003012017

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 07 Oktober 2024

Kepala Perpustakaan



As'ad
Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.
NIP. 19750505 200112 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Eva Yustiana
NPM : 2003012017
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko Top Bakery Kota Metro** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 24%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 17 Oktober 2024
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Yudhistira Ardana, M.E.K.
NIP.198906022020121011



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Eva Yustiana

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI

NPM : 2003012017

Semester / T A : VII / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	20/12 2023	<ul style="list-style-type: none">- Latar belakang masalah belum jelas.- Perhatikan pemlesuan I kalimat & gagasan- Dukung dengan bukti penelitian Bukan copas.- Dukung statement dengan Data (Survey, Pok, dll).	

Dosen Pembimbing

Agus Toloni Nawa, M.Pd
NIMN. 2012089001

Mahasiswa /bs,

Eva Yustiana
NPM. 2003012017



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Eva Yustiana
NPM : 2003012017

Jurusan/Fakultas : ESy/ FEBI
Semester / T A : VIII/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	8/3/24	Kualitas produk kue? teori Kualitas produk. - produk apa? produk yang berkualitas. - pelayanan kue. - bagaimana? - kepuasan bagi. - harga → -	

Dosen Pembimbing

Agus Triani Nawa, M.Pd
NIDN. 2012089001

Mahasiswa Ybs,

Eva Yustiana
NPM. 2003012017



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Eva Yustiana
NPM : 2003012017

Jurusan/Fakultas : ESy/ FEBI
Semester / T A : VIII/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	03/04	<p>lihat panduan penulisan karya ilmiah</p> <p>↳ rumus Maslul 4.</p> <p>x_1 x_2 } y x_3</p> <p>x_{123} y.</p> <p>↳ hipotesis.</p> <p>↳ pen. relawan marika terlalu singkat tabel. apa bisa hasil novelty.</p>	<p>↳ Uraian dan penelitian.</p> <p>↳ kebaruan</p>

Dosen Pembimbing

Agus Trjoni Nawa, M.Pd
NIDN. 2012089001

Mahasiswa Ybs,

Eva Yustiana
NPM. 2003012017



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Eva Yustiana
NPM : 2003012017

Jurusan/Fakultas : ESy/ FEBI
Semester / T A : VIII/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	22/2024 3	teori harus dipaleni kemudian tulis bodas uraian yang dipaleni. - numbering kurang sesuai - teori belum jelas. LPM. perbaiki. Teori tambahkan. I A. LPM B. teori?	

Dosen Pembimbing

Agus Trioni Nawa, M.Pd
NIDN. 2012089001

Mahasiswa Ybs,

Eva Yustiana
NPM. 2003012017



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Eva Yustiana

Jurusan/Fakultas

: ESy/ FEBI

NPM : 2003012017

Semester / T A

: VIII/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	26/24 13	lihat panduan penulisan Teori di perbaiki lagi. Indikator di perpelus.	

Dosen Pembimbing

Agus Trifoni Nawa, M.Pd
NIDN. 2012089001

Mahasiswa Ybs,

Eva Yustiana
NPM. 2003012017



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Eva Yustiana

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI

NPM : 2003012017

Semester / T A : VII / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	1 26/2024	Kalimat yang masih mublet diperbaiki lagi. - Gunakan tabel distribusi frekuensi melihat mata X - Tambah uji regresi sederhana. pengaruh $X_1 - Y$ $X_2 - Y$ $X_3 - Y$ Bogandan $X_{123} - Y$	

Dosen Pembimbing

Aqul Fanni Nawa, M.Pd
NPM. 2012 08904

Mahasiswa Ybs,

Eva Yustiana
NPM. 2003012017



KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

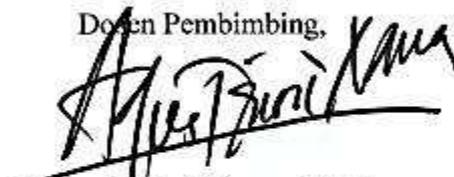
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : EvaYustiana
NPM : 2003012017

Fakultas/Jurusan : FEBI/Esy
Semester/TA : VIII/2024

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	14/10/2024	Ace proposal. Senin 13-15 Selasa 13-15 Rabu 13-15 Kamis 8-15 Jumat 8-10.	Agus

Dosen Pembimbing,


Agus Trioni Nawa, M.Pd
NIDN. 2012089001

Mahasiswa Ybs,


Eva Yustiana
NPM. 2003012017



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : EvaYustiana
NPM : 2003012017

Fakultas/Jurusan : FEBI/Esy
Semester/TA : VIII/2024

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	20/6/24	- teori kesesuaian harga - teori kualitas pelayanan - kembangkan teori.	

Dosen Pembimbing,

Agus Triani Nawa, M.Pd
NIDN/2012089001

Mahasiswa Ybs,

Eva Yustiana
NPM. 2003012017



KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : EvaYustiana
NPM : 2003012017

Fakultas/Jurusan : FEBI/Esy
Semester/TA : VIII/2024

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	20/24 6	- Sesuaikan indikator kualitas produk kue. - Buat APD sesuai dg indikator.	

Dosen Pembimbing,


Agus Trioni Nawa, M.Pd
NIDN. 2012089001

Mahasiswa Ybs,


Eva Yustiana
NPM. 2003012017



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : EvaYustiana
NPM : 2003012017

Fakultas/Jurusan : FEBI/Esy
Semester/TA : VIII/2024

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	29/ Juli 2024	ACC APD Purus Lapangan	

Dosen Pembimbing,

Agus Triani Nawa, M.Pd
NIDN. 2012089001

Mahasiswa Ybs,

Eva Yustiana
NPM. 2003012017



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : EVA YUSTIANA
NPM : 2003012017

Fakultas/Prodi : FEBI/ESy
Semester/TA : IX/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	2/9/24	<ul style="list-style-type: none">- Pembacaan Tesis- Struktur Uraian- Jumlah Subbab angket- Temuan di Tabel Pas. (di F). sub 40- Temuan R. uraian. Lanyan Kupota. a.- lampiran di kuat sesuai dengan tabel yang di contolkan	

Dosen Pembimbing,


Agus Trioni Nawa, M.Pd
NIDN/ 2012089001

Mahasiswa Yb,


Eva Yustiana
NPM.2003012017



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : EVA YUSTIANA
NPM : 2003012017

Fakultas/Prodi : FEBI/ESy
Semester/TA : IX/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	4/24 /19	Data hasil karya siswa di deskripsikan.	

Dosen Pembimbing,

Agus Triani Nawa, M.Pd
NIDN. 2012089001

Mahasiswa Yb,

Eva Yustiana
NPM.2003012017



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

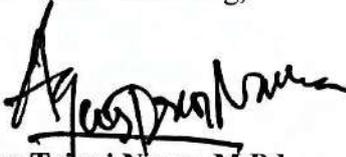
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : EVA YUSTIANA
NPM : 2003012017

Fakultas/Prodi : FEBI/ESy
Semester/TA : IX/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	12/24 /9	Data yang disajikan di <u>Sate logs</u> Regresi positif X_3 X_1 X_2 <u>tapi</u> Uji T negatif X_2 X_1 X_3 R^2 <u>75</u> sekian? ? =	

Dosen Pembimbing,


Agus Triani Nawa, M.Pd
NIDN. 2012089001

Mahasiswa Yb,


Eva Yustiana
NPM.2003012017



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : EVA YUSTIANA
NPM : 2003012017

Fakultas/Prodi : FEBI/ESy
Semester/TA : IX/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	9/24 11/9	Perhatikan perubahan persentase tidak boleh salah jenis karena itu sangat berpengaruh pada pembalasan	

Dosen Pembimbing,

Agus Trioni Nawa, M.Pd
NIDN. 2012089001

Mahasiswa Yb,

Eva Yustiana
NPM.2003012017



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

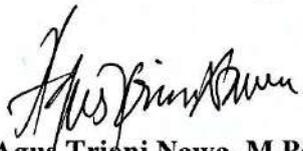
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : EVA YUSTIANA
NPM : 2003012017

Fakultas/Prodi : FEBI/ESy
Semester/TA : IX/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	30/2024 5	1. Hasil dan pembahasan kontradiksi 2. tambah hasil penelitian pendukung/kontrary 3. tambah pembahasan/diskusinya. 4. Footnote yang lupa.	Ag Y

Dosen Pembimbing,


Agus Trioni Nawa, M.Pd
NIDN. 2012089001

Mahasiswa Yb,


Eva Yustiana
NPM.2003012017



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0726) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : EVA YUSTIANA
NPM : 2003012017

Fakultas/Prodi : FEBI/ESy
Semester/TA : IX/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	1/10/2024	Jangan pabri Supplifikasi -lapi & luring vs f tabel khar gab luring!	

Dosen Pembimbing,


Agus Trioni Nawa, M.Pd
NIDN. 2012089001

Mahasiswa Yb,


Eva Yustiana
NPM.2003012017



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

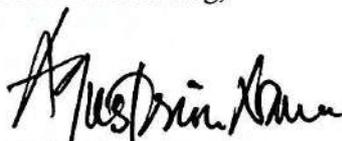
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : EVA YUSTIANA
NPM : 2003012017

Fakultas/Prodi : FEBI/ESy
Semester/TA : IX/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	7/27 /20	Hitung lagi regresi berapa hasil tidak pakai	

Dosen Pembimbing,


Agus Trigini Nawa, M.Pd
NIDN/2012089001

Mahasiswa Yb,


Eva Yustiana
NPM.2003012017



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : EVA YUSTIANA
NPM : 2003012017

Fakultas/Prodi : FEBI/ESy
Semester/TA : IX/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	7/2024 16	<p>1. Pembahasan difokuskan pada hasil Angket min vs max</p> <p>2. Saran disesuaikan dengan pemb. mana yang perlu meminta perbaikan</p> <p>3. Ref lihat panduan penulisan</p> <hr/> <p>- Perhatikan kesalahan penulisan (typo) -</p> <p>- Gunakan diksi yang bervariasi untuk menghindari keseragaman saat membalas</p> <p>- Masukkan pembalasan pada kedua aspek yang disajikan</p> <p>- Saran fokus saja pada populasi</p>	

Dosen Pembimbing, *(Cek penulisan, Referensi (lih. panduan))* Mahasiswa Yb,


Agus Trioni Nawa, M.Pd
NIDN. 2012089001


Eva Yustiana
NPM.2003012017



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : EVA YUSTIANA
NPM : 2003012017

Fakultas/Prodi : FEBI/ESy
Semester/TA : IX/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	15/10/2024	ace skripsi. lakukan dgn cyran. senin, Selasa Kamis stay Jumat stay.	

Dosen Pembimbing,

Agus Tricni Nawa, M.Pd
NIDN. 2012089001

Mahasiswa Yb,

Eva Yustiana
NPM.2003012017

RIWAYAT HIDUP



Eva Yustiana, atau akrab disapa Eva, lahir di Rama Yana, 24 Maret 2001. Tinggal bersama orang tua dan dibesarkan di Kampung Rama Yana, Kecamatan Seputih Raman, Kabupaten Lampung Tengah. Penulis merupakan anak terakhir dari Bapak Rojidi dan Ibu Lastiyah. Penulis memiliki 3 saudara.

Pendidikan yang ditempuh :

1. TK Tunas Jaya Rama Yana tahun 2008
2. SD N 1 Rama Yana tahun 2014
3. MTs Ma'arif 06 Seputih Raman tahun 2017
4. SMA N 1 Seputih Raman tahun 2020

Pada tahun 2020 peneliti terdaftar sebagai mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Metro Lampung di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Prodi Ekonomi Syariah melalui seleksi penerimaan mahasiswa baru jalur UM-Mandiri. Pada akhir masa studi, peneliti mempersembahkan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen”**.