

SKRIPSI
PENGARUH HARGA, LOKASI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA GEPREK YUYUN KOTA METRO

Oleh:
ERMA SARI
NPM. 1903012017



Jurusan Ekonomi Syari'ah
Fakultas Ekonomi dan Biasnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
TAHUN 1444H / 2023 M

**PENGARUH HARGA, LOKASI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA GEPREK YUYUN KOTA METRO**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E)

Oleh:

ERMA SARI
NPM.1903012017

Pembimbing: Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy

Jurusan Ekonomi Syari'ah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
TAHUN 1444H /2023M**

NOTA DINAS

Nomor :-
Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : **Pengajuan Permohonan untuk dimunaqosyahkan**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Metro
Di-Tempat

Assalamu'alaikumWr. Wb

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Erma Sari
NPM : 1903012017
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : PENGARUH HARGA, LOKASI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA GEPREK YUYUN KOTA METRO

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk dimunaqosyahkan. Demikian harapan kami dan atau penerimaannya, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikumWr. Wb

Metro, 30 Mei 2023



Alva Yenica Nandavita, ME.Sy.
NIP.199101617 2019032015

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : PENGARUH HARGA, LOKASI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA GEPREK YUYUN KOTA METRO

Nama : Erma Sari

NPM : 1903012017

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Sudah dapat kami setujui untuk disidangkan dalam siding munaqosyah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro.

Metro, 30 Mei 2023



Alva Yenica Nandavita, ME.Sy.
NIP.199101617 2019032015

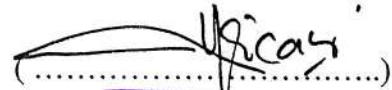
PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B-2233/In-28.3/D/PP-00-9/06/2023

Skrripsi dengan judul: **PENGARUH HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA GEPREK YUYUN KOTA METRO**
Disusun oleh Erma Sari, NPM. 1903012017, Prodi: Ekonomi Syariah telah diuji dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Selasa, 13 Juni 2023

TIM PENGUJI

Ketua / Moderator : Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy

()

Penguji I : Dr. Muhamad Irpan Nurhab, M.Si

()

Penguji II : Muhammad Hanafi Zuardi, M.S.I



()

Sekretaris : Anggoro Sugeng, M.Sh. Ec

()

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H
NIP. 197206111998032001 

ABSTRAK

PENGARUH HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA GEPREK YUYUN KOTA METRO

Persaingan di dunia bisnis sekarang sudah semakin ketat. Hal ini juga dirasakan oleh pelaku bisnis kuliner seperti Geprek Yuyun Kota Metro. Banyak usaha-usaha sejenis yang bermunculan dengan ciri khas masing-masing. Agar konsumen merasa puas dan tidak berpindah ke tempat lain, maka perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumennya. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui harga, lokasi dan kualitas pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial maupun simultan.

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode kuesioner terhadap 100 konsumen Geprek Yuyun Kota Metro yang diperoleh dengan menggunakan teknik *accidental* sampling. Kemudian dilakukan analisis terhadap data-data yang diperoleh berupa analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif meliputi uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis, pengolahan data menggunakan program SPSS versi 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen dengan nilai $t_{hitung} 4.655 > t_{tabel} 1,985$, pengaruh tersebut sebesar 23%. Lokasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen dengan nilai $t_{hitung} 2,460 > t_{tabel} 1,985$, pengaruh tersebut sebesar 8,2%. Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen dengan nilai $t_{hitung} 10.354 > t_{tabel} 1,985$, pengaruh tersebut sebesar 68%. Dan secara simultan terdapat pengaruh antara harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai $F_{hitung} 3913,065 > F_{tabel} 2,70$, pengaruh tersebut sebesar 99,2%. Sedangkan sisanya, yaitu 0,08% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ERMA SARI
NPM : 1903012017
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, Mei 2023
Yang Menyatakan



Erma Sari
NPM. 1903012017

MOTTO

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”. (Q.S. Al-Imron : 159)¹

¹ Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahnya (Semarang: CV Al Imron, 2019), 30

PERSEMBAHAN

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT dan shalawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua penulis ayahanda tercinta bapak Karsimin dan ibunda tercinta ibu Miatun yang senantiasa memberikan dukungan penuh baik berupa doa dan motivasi maupun dukungan materil untuk terus melanjutkan pendidikan dan menggapai impian.
2. Kakak-kakakku Agus Rianto dan Edi Siswanto serta adiku Rio Irfan Syahputra yang selalu mendukung dan memberikan semangat selama aku menempuh pendidikan.
3. Ibu Alva Yenica Nandavita, ME.Sy. selaku pembimbing skripsi yang selalu memberikan dukungan, arahan serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
4. Sahabat seperjuangan dari semester satu sampai sekarang yang selalu memberikan do'a motivasi dan semangat Aghis Dinda Pradani sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
5. Teman-teman jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2019, terkhusus kelas A dan keluarga 40 hariku yakni posko KPM Pekon Waringinsari Timur yang telah sama-sama saling menguatkan untuk tetap berjuang menyelesaikan pendidikan di IAIN Metro.
6. Almamater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
7. Dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu oleh penulis yang mendukung serta banyak membantu penulis mengumpulkan data dan informasi untuk penyusunan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag.,PIA selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Metro
2. Dr. Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., MH. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro
3. Bapak Yudhistira Ardana, M.EK , selaku ketua Jurusan Ekonomi Syariah
4. Ibu Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy selaku Pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan masukan, bimbingan, arahan dan saran-saran yang baik dalam pembuatan proposal skripsi ini. Terimakasih atas kesabarannya dalam membimbing penulis selama ini, semoga kebaikan beliau dibalas oleh Allah SWT.
5. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.
6. Pemilik dan segenap karyawan Geprek Yuyun Kota Metro yang telah mengizinkan serta memberikan informasi yang berharga kepada peneliti.

Kritik dan saran demi memperbaiki skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada.

Metro, Mei 2023
Peneliti



Erma Sari
NPM. 1903012017

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	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
F. Penelitian yang Relevan	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Harga	12
1. Pengertian Harga	12
2. Indikator Harga	13
B. Lokasi	14
1. Pengertian Lokasi	14
2. Indikator Lokasi	14
C. Kualitas Pelayanan	15
1. Pengertian Kualitas Pelayanan	15
2. Indikator Kualitas Pelayanan	17
D. Kepuasan Konsumen	18
1. Pengertian Kepuasan Konsumen	19
2. Indikator Kepuasan Konsumen	20
E. Kerangka Penelitian	21
F. Hipotesis	22

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian	27
B. Variabel dan Definisi Oprasional Variabel	28
1. Variabel Penelitian	28
2. Definisi Oprasional Penelitian	29
C. Populasi, Sampel Dan Teknik Sampling	31
1. Populasi	31
2. Sampel	32
3. Teknik Sampling	33
D. Teknik Pengumpulan Data	34
E. Instrumen Penelitian	35
F. Teknik Analisis Data	37
1. Uji Kualitas Data	37
2. Uji Asumsi Klasik	39
3. Uji Regresi Linier Berganda	41
4. Uji Hipotesis	42

BAB IV PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	47
1. Deskripsi Lokasi Penelitian	47
a. Sejarah Singkat Geprek Yuyun Kota Metro	47
2. Deskripsi Data Hasil Penelitian	47
a. Uji Kualitas Data	48
b. Uji Asumsi Klasik	51
c. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	56
d. Uji Hipotesis.....	57

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	65
B. Saran	66

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

1.1 Perbandingan Harga Makanan dan Minuman di Sekitar Geprek	
Yuyun Kota Metro	4
1.2 Daftar Keluhan Konsumen Pada Geprek Yuyun Kota Metro	5
1.3 Penelitian Terdahulu	9
3.1 Definisi Oprasional	29
3.2 Skala Likert	36
4.1 Hasil Uji Valliditas	48
4.2 Hasil Uji Reliabilitas	50
4.3 Uji Normalitas	51
4.4 Uji Linearitas	52
4.5 Uji Multikolinearitas	53
4.6 Uji Autokorelasi	54
4.7 Uji Heteroskedastisitas	55
4.8 Uji Regresi Linier Berganda	56
4.9 Hasil Regresi Linear Berganda	56
4.10 Data Perhitungan Sumbangan Efektif (SE)	57
4.11 Hasil Uji Parsial (t)	58
4.12 Hasil Uji Simultan (F)	60
4.13 Hasi Uji Determinan	61

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Penunjukan Bimbingan Skripsi
2. Outline
3. Alat Pengumpul Data
4. Surat Research
5. Surat Tugas
6. Surat Balasan Research
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka
8. Surat Uji Plagiasi Turnitin
9. Tabulasi Data Angket
10. Hasil Validitas dan Reliabilitas
11. Hasil Regresi Linier Berganda
12. r Tabel
13. f Tabel
14. t Tabel
15. Tabel Durbin-Waston
16. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
17. Foto-foto Penelitian
18. Screenshot Penyebaran Angket Online
19. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis kuliner pada era globalisasi saat ini semakin ketat dan membuka peluang sekaligus tantangan dalam dunia bisnis. Ada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para konsumen yang merasa puas. Mewujudkan kepuasan konsumen adalah salah satu tujuan utama dari setiap perusahaan. Kepuasan konsumen merupakan sebuah aset terpenting perusahaan karena kepuasan konsumen mempunyai pengaruh yang besar terhadap berkembangnya sebuah bisnis.¹

Kepuasan konsumen dapat menyebabkan konsumen melakukan pembelian ulang dan terjalin hubungan baik antara konsumen dengan pemilik usaha, dan konsumen pun dapat merekomendasikan pada orang lain dari mulut kemulut yang dapat menguntungkan bagi pemilik perusahaan.²

Kepuasan konsumen adalah keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya.³ Dapat diartikan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu perbandingan antara layanan atau hasil yang diterima paling tidak harus sama dengan harapan konsumen atau melebihi konsumen tersebut. Untuk dapat mempertahankan konsumennya, pelaku bisnis harus memperhatikan faktor-

¹ Lendy Zelvian Adhari, *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust* (Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media, 2021), 1.

² Heni Rohaeni dan Nisa Marwa, "Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan" 2, no. 2 (2018): 7.

³ *Ibid*, 42.

faktor yang mendukung kepuasan pelanggan, diantaranya yaitu harga, lokasi dan kualitas pelayanan.

Harga dalam sudut pandang pemasaran merupakan unsur utama dari bauran pemasaran karena dari penetapan harga sebuah perusahaan akan berkaitan langsung dengan pendapatan dan laba. Menurut Tjiptono, harga adalah jumlah uang yang dibebankan atau dikenakan atas sebuah produk atau jasa.⁴ Dengan kata lain, harga merupakan sebuah nilai yang harus dikeluarkan untuk dapat memiliki atau ditukarkan dengan produk yang dikehendaki konsumen.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Dea Alvionita dan Dwi Ariani Mayasari dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Grosir Tirtayasa Kecamatan Banjar” dalam penelitiannya menyatakan bahawa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Toko Grosir Tirtayasa Kecamatan Banjar.⁵

Pemilihan lokasi juga menjadi faktor penting untuk menjaga dan mempertahankan konsumen. Memilih lokasi yang terletak dikeramaian atau mudah dijangkau oleh calon konsumen dapat dijadikan sebagai salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha. Konsumen cenderung

⁴ Tjipton dalam Ferdy Zoel Kurniawan, “Pengaruh Harga, Produk, Lokasi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Soto Angkring Mas Boed Spesial Ayam Kampung Semarang,” 2018,5.

⁵ Dea Alvionita Sari dan Dwi Ariani Mayasari, “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pelanggan di Toko Grosir Tirtayasa Kecamatan Banjar,” *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 4 (2022): 2–4.

memilih rumah makan yang berlokasi dekat dengan aktivitasnya.⁶ Memperhatikan kepentingan konsumen dengan cara melihat kebutuhan dan keinginan serta kepuasan terhadap layanan, merupakan suatu *profit strategy* untuk menarik lebih banyak konsumen baru. Jika kenyataan yang diterima konsumen lebih dari yang diharapkan maka pelayanan yang diberikan dapat dikatakan bermutu dan konsumen akan merasa puas. Begitu pula sebaliknya, jika kenyataan kurang dari apa yang diharapkan konsumen maka pelayanan dikatakan tidak bermutu.⁷

Seperti dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dwy Susanti dengan judul “Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Surabaya *Food Street*.” dalam penelitiannya menyatakan bahwa harga lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Surabaya *food street*.⁸

Memberikan pelayanan yang baik kepada sesama juga diperintahkan oleh Allah SWT dalam Al-Qur’an Surat An-nisa ayat 86 sebagai berikut:

وَإِذَا حُيِّتُمْ بِتَحِيَّةٍ فَحَيُّوا بِأَحْسَنَ مِنْهَا أَوْ رُدُّوهَا ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ حَسِيبًا

Artinya : “Apabila kamu diberipenghormatan dengan sesuatu penghormatan, maka balaslah penghormatan itu dengan yang lebih baik dari padanya, atau

⁶ Nico Fa'al Akbar dan Dr Lutfi Nurcholis, “Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening,” 2020, 6.

⁷ Arta Rutjuhan dan Ismunandar, “Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan : Studi Kasus Mahfoed Life Gym,” *Pamator Journal* 13, no. 1 (4 April 2020): 105–9,.

⁸ Desy Dwy Susanti, “Pengaruh Harga Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Surabaya Food Street,” 2019., 3–5.

*balaslah penghormatan itu (dengan yang serupa) Sesungguhnya Allah memperhitungkan segala sesuatu.*⁹

Ayat tersebut menjelaskan bahwa manusia harus saling menghormati, salah satu bentuk memberikan penghormatan yaitu dengan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Jadi dalam melakukan sebuah bisnis haruslah memberikan pelayanan yang baik, jika pelayanan terhadap konsumen sesuai dengan yang diharapkan, maka akan memberikan kepuasan bagi konsumen.

Peneliti ini dilakukan pada Geprek Yuyun Kota Metro yang berada di Jl. Ahmad Yani No.7, 15A Kota Metro. Geprek Yuyun didirikan pertama kali sejak 17 Maret 2019 oleh Yuyun Apriyani. Harga yang ditawarkan oleh Geprek Yuyun juga cukup terjangkau oleh konsumen. Menu makanan dan minuman juga beragam, khususnya masakan ayam geprek yang menjadi andalan mereka.¹⁰ Ayam geprek merupakan produk kuliner yang paling digemari saat ini, terdapat banyak warung ayam geprek yang tersebar di sekitar Geprek Yuyun Kota Metro. Hal inilah yang menyebabkan konsumen tidak memperlmasalahkan tentang produk pada Geprek Yuyun Kota Metro.

Tabel 1.1
Perbandingan Harga Makanan dan Minuman
di Sekitar Geprek Yuyun Kota Metro

Menu	Range Perbandingan Harga Berdasarkan Tempat Makan		
	Geprek Yuyun Kota Metro	Latyshas Food	Bang Ocit 3
Ayam Geprek	Rp 12.000-15.000	Rp 11.000-13.000	Rp 10. 000-15.000
Lele Goreng /Bakar	Rp 12.000-18.000	Rp 11.000-12.000	Rp 12.500-17.500

⁹ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al Qur'an dan Terjemahnya* (Semarang: CV Al Waah, 2014).119

¹⁰ Wawancara, Yuyun Apriyani, Pemilik Geprek Yuyun Kota Metro, 11 Desember 2022

Menu	Range Perbandingan Harga Berdasarkan Tempat Makan		
	Geprek Yuyun Kota Metro	Latyshas Food	Bang Ocit 3
Ayam Goreng /Bakar	Rp 18.000	Rp 16.000	Rp 17.000
Nila Goreng	Rp 25.000	Rp 16.000-17.000	Rp 20.000
Es The	Rp 5.000	Rp 3.000	Rp 5.000
Jus Buah	Rp 8.000	Rp 5.000	Rp 5.000-8.000

Sumber: Observasi Peneliti

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa Geprek Yuyun Kota Metro adalah tempat makan dengan harga yang lebih tinggi dari dua tempat makan lainnya. Konsumen tentu saja akan mencari tahu dulu harga sebelum mereka memutuskan untuk membeli. Hal ini menjadikan Geprek Yuyun Kota Metro kurang bersaing dengan tempat makan di sekitarnya.

Konsumen mengeluhkan bahwa pelayanan yang diberikan belum sepenuhnya optimal karna karyawan yang kurang cepat dalam melayani konsumen dan terdapat aroma yang mengganggu serta lantai yang lembab di bagian tempat duduk yang dekat dengan toilet. Berikut merupakan hasil wawancara peneliti dengan konsumen Geprek Yuyun Kota Metro.

Tabel 1.2
Daftar Keluhan Konsumen pada Geprek Yuyun Kota Metro

No.	Keluhan Konsumen	Complain (orang)
1.	Konsumen merasa harga yang ditawarkan sering tidak sesuai dengan porsi makanan yang dipesan.	4
2.	Terdapat aroma yang mengganggu dan lantai yang lembab di bagian tempat duduk paling ujung.	3
4.	Kurangnya keramah tamahan pramusaji.	3
5.	Karyawan yang kurang cepat dalam melayani konsumen	6
6.	Kurangnya lahan parkir untuk mobil.	2

Sumber: Wawancara Konsumen Geprek Yuyun Kota Metro

Upaya dalam mempertahankan agar pangsa pasar terus meningkat, pihak pengelola harus menerapkan strategi yang tepat dalam menjalankan bisnis ini.¹¹ Hal ini sejalan dengan penelitian Desy Dwy Susanti yang menunjukkan bahwa harga lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Surabaya *Food Street*.¹²

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Geprek Yuyun Kota Metro.**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan penulis, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Adanya persaingan usaha rumah makan yang berada di sekitar lokasi.
2. Harga yang kurang bersaing dengan tempat makan di sekitarnya.
3. Tempat yang kurang bersih dan terdapat aroma yang mengganggu.
4. Cita rasa makanan yang sering berubah-ubah.
5. Kurangnya keramah tamahan pramusaji.
6. Karyawan yang kurang cepat dalam melayani konsumen.
7. Kurangnya lahan parkir untuk mobil.

¹¹ Alfi Syahri Lubis dan Nur Rahmad Andayani, “Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam’, dalam *Journal of Business Administration* Vol 1, No 2, (2018): 234.

¹² Dwy Susanti, “Pengaruh Harga Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Surabaya Food Street.” (2019)

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak meluas dan tetap fokus pada permasalahan yang akan dibahas serta mencapai hal yang diharapkan, maka penulis perlu membuat batasan masalah :

1. Penelitian ini hanya mengkaji variabel harga, lokasi, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.
2. Penelitian ini hanya dilakukan di Geprek Yuyun Kota Metro.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah tingkat harga berpengaruh signifikan atau tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Geprek Yuyun Kota Metro?
2. Apakah tingkat lokasi berpengaruh signifikan atau tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Geprek Yuyun Kota Metro?
3. Apakah tingkat kualitas pelayanan berpengaruh signifikan atau tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Geprek Yuyun Kota Metro?
4. Apakah tingkat harga, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan atau tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Geprek Yuyun Kota Metro?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Geprek Yuyun Kota Metro.
- b. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Geprek Yuyun Kota Metro.
- c. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Geprek Yuyun Kota Metro.
- d. Untuk menganalisis pengaruh harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Geprek Yuyun Kota Metro.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diharapkan akan menghasilkan informasi yang tentunya bermanfaat sebagai bahan evaluasi perusahaan guna memperbaiki kinerjanya.

- a. Manfaat Teoritis
 - 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi para konsumen dan dipergunakan sebagai referensi dan literatur kepustakaan terkait dengan pengaruh harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
 - 2) Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi atau bahan masukan bagi penelitian selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

- 1) Hasil penelitian ini dapat dipergunakan sebagai bahan masukan dan tambahan bagi rekan-rekan yang akan membuka usaha.
- 2) Sebagai referensi atau masukan untuk pihak-pihak terkait seperti konsumen agar lebih tepat dalam mengambil keputusan.

F. Penelitian Relevan

Penelitian relevan adalah penelitian orang lain yang secara substantif ada kaitannya dengan tema atau topik penelitian yang akan dilakukan oleh seorang peneliti.¹³ Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pengaruh harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 1.3
Penelitian Terdahulu

Nama dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil
Desrianto, Sri Afridola. Universitas Putera Batam Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada <i>Coffe Town Bakery</i> Di Kota Batam. ¹⁴	Metode kuantitatif. Variabel: 1. Lokasi. 2. Pelayanan. 3. Kepuasan konsumen.	Perbedaan teknik pengumpulan data, tidak terdapat variabel harga. Kebaruan: Terdapat penambahan variabel harga sesuai dengan saran penelitian terdahulu, sehingga akan mendapatkan hasil yang berbeda.	Hasil penelitian ini menunjukkan lokasi dan layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada <i>Coffe Town Bakery</i> Di Kota Batam.

¹³ Zuhairi et al., *Pedoman penulisan skripsi IAIN Metro*. 2018, 34.

¹⁴ Desrianto dan Afridola Sri, "Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Coffee Town Bakery* di Kota Batam," *Pengaruh Lokasi dan Pelayanan*, Vol. 8 (2020): 2–4.

Nama dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil
Dea Alvionita, Dwi Ariani Mayasari. Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Grosir Tirtayasa Kecamatan Banjar. ¹⁵	Metode kuantitatif. Variabel: 1. Harga. 2. Kualitas Pelayanan. 3. Kepuasan Konsumen.	Tidak terdapat variabel lokasi. Kebaruan: Terdapat penambahan variabel lokasi sesuai dengan saran penelitian terdahulu sehingga akan mendapatkan hasil yang berbeda.	Hasil dari penelitian ini adalah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan di Toko Grosir Tirtayasa Kecamatan Banjar.
Desy Dwy Susanti. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Surabaya <i>Food Street</i> . ¹⁶	Metode kuantitatif. Variabel: 1. Harga. 2. Lokasi. 3. Kualitas Pelayanan.	Perbedaan tidak terdapat variabel lokasi, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen Kebaruan dalam penelitian ini yakni pada periode penelitian dan lokasi penelitian.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa harga lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Surabaya.

¹⁵Alvionita Saari dan Ariani Mayasari, "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar." (2022)

¹⁶Dwy Susanti, "Pengaruh Harga Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Surabaya *Food Street*." (2019)

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Harga

1. Pengertian Harga

Harga menurut Philip Kotler adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.¹ Dapat diartikan bahwa harga ialah besaran uang atau nilai tukar atas barang atau jasa yang memberikan kegunaan bagi konsumen.

Standar alat tukar uang sangat penting untuk menentukan suatu harga yang setara dalam jual beli, karena jika harga itu senilai dengan barang yang dibeli pembeli dan nilai barang itu seharga dengan alat tukar yang diberikan pembeli kemudian dilanjutkan dengan serah terima atau ijab qabul yang sah disertai saling ridha meridhai, maka terjadilah keadilan harga dalam jual beli.² Sesuai dengan firman Allah SWT dalam QS An-Nisa 4: 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan*

¹ Philip Kotler dalam Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (Jawa Timur: Unitomo Press, 2019), 36.

² Akbar dan Nurcholis, "Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitasproduk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. 2018"

janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu". (Q.S. An-Nisa: 29)³.

Harga adalah instrumen penting dalam jual beli, ketika harga yang ditawarkan itu wajar dan sesuai dengan mekanisme pasar dan aturan yang berlaku maka akan terjadi keadilan harga.

2. Indikator Harga

Menurut Kotler ada empat indikator yang mencirikan harga, yaitu:

a. Keterjangkauan harga

Keterjangkauan harga merupakan aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen.

b. Kesesuaian harga

Aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen sesuai dengan kualitas produk yang diperoleh konsumen.

c. Kualitas produk

Kemampuan suatu produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen meliputi, kinerja, kehandalan, estetika, dan juga kesesuaian.

d. Daya saing

Penawaran harga yang diberikan oleh produsen berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh produsen lain, pada satu jenis produk yang sama.⁴

³ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al Qur'an dan Terjemahnya* (Semarang: CV Al Waah, 2014), 256.

⁴ Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (Jawa Timur: Unitomo Press, 2019), 43.

B. Lokasi

1. Pengertian Lokasi

Lokasi menurut Buchari Alma adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.⁵ Artinya lokasi merupakan keputusan yang dibuat oleh perusahaan berkaitan dengan dimana akan beroperasi dan stafnya akan ditempatkan.

Lokasi berpengaruh terhadap dimensi-dimensi strategi, seperti fleksibilitas, *competitive positioning*, manajemen permintaan, dan fokus strategi. Keputusan pemilihan lokasi berkaitan dengan komitmen jangka panjang terhadap aspek-aspek yang sifatnya kapital intensif, karena itu penyedia jasa harus mempertimbangkan, menyeleksi dan memilih lokasi yang responsif terhadap kemungkinan perubahan ekonomi, demografis, budaya, persaingan dan peraturan di masa mendatang.⁶

2. Indikator Lokasi

Indikator lokasi adalah :

- a. Akses, lokasi yang mudah dilalui dan dijangkau sarana transportasi umum.
- b. Lalu lintas, lokasi ataupun tempat yang dapat dilihat dengan jelas dengan jarak pandang normal.
- c. Tempat parkir luas, memiliki lahan parkir yang menyangkut keamanan dan kenyamanan konsumen.

⁵ Fendy Tjipton dan Chandra, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2017), 95.

⁶ *Ibid*, 124.

d. Lingkungan sekitar yang nyaman.⁷

C. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Menurut Tjiptono, definisi kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan konsumen tersebut, dikatakan bahwa *service quality* atau kualitas layanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.⁸ Dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan pada dasarnya berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Salah satu cara utama mempertahankan sebuah perusahaan jasa adalah memberikan jasa dengan kualitas pelayanan yang lebih tinggi dari pesaing secara konsisten dan memenuhi harapan konsumen.

Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kebutuhan pada

⁷ Lubis dan Andayani, “‘Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam’, dalam *Journal of Business Administration* Vol 1, No 2, September 2018, 234.

⁸ Buchari Alma dalam Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (Jawa Timur: Unitomo Press, 2019), 62.

konsumen itu sendiri.⁹ Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.¹⁰

Menurut pandangan Islam memberikan pelayanan terbaik kepada sesama manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan kepada siapa saja yang mau melakukannya. Seperti yang dijelaskan dalam Al-qur'an surat Al-Imron ayat 159 :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظًا لَّانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya : *“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepadanya”*.¹¹

Ayat tersebut menjelaskan bahwa berlaku lemah lembut merupakan anjuran yang telah diperintahkan Allah Swt dan jika berlaku kasar orang-orang akan menjauh dari sekitar kita. Begitu juga dengan pelayanan, kepuasan konsumen hanya dapat tercapai dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas kepada konsumennya. Jika seorang *customer service* berlaku lemah lembut terhadap konsumen, tentulah

⁹ Kholid Akbar dan Mukhlis, *Monograf Manajemen Retail dan Kewiraniagaan* (Gresik: Guepedia, 2021) hal. 15

¹⁰ Rohaeni dan Nisa Marwa, “Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan” 2, no. 2 (2018): 7.

¹¹ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al Qur'an dan Terjemahnya* (Semarang: CV Al Waah, 2014) 90.

mereka akan senang. Begitupun sebaliknya, jika berlaku kasar tentulah mereka akan kecewa dan akan beralih ke tempat lain yang tentunya akan merugikan perusahaan.

Pelayanan yang baik sering dinilai oleh konsumen secara langsung dari karyawan sebagai orang yang melayani atau disebut juga sebagai produsen jasa, karena itu diperlukan usaha untuk meningkatkan kualitas sistem pelayanan yang diberikan agar dapat memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan konsumen.¹² Jadi kualitas pelayanan merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan agar dapat tercapai kepuasan konsumen.

2. Indikator Kualitas Pelayanan

Terdapat lima dimensi pokok dalam kualitas pelayanan yakni sebagai berikut:

a. Reliabilitas (*reliability*)

Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang akurat sejak pertama kali tanpa melakukan kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

b. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Berhubungan dengan kesediaan dan kemampuan karyawan untuk membantu para konsumen dan merespon permintaan mereka, serta

¹² Rohaeni dan Nisa Marwa, "Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan." 2, no.2 (2018)

menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

c. Jaminan (*Assurance*)

Perilaku karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para konsumennya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah konsumen.

d. Empati (*Empathy*)

Menyatakan bahwa perusahaan memahami masalah para konsumennya dan bertindak demi kepentingan konsumen, serta memberikan perhatian personal kepada para konsumen dan memiliki jam operasi yang nyaman.

e. Bukti Fisik (*Tangible*)

Berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, peralatan/perlengkapan yang lengkap, dan material yang digunakan perusahaan bersih, serta penampilan dari karyawan rapi.¹³

D. Kepuasan Konsumen

1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen menurut Kotler adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan

¹³ Antonius Along, "Kualitas Layanan Administrasi Akademik di Politeknik Negeri Pontianak," *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik (JIAP)*, Vol. 6 (2020): 96.

yang diterima dari sebuah produk atau jasa.¹⁴ Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat sangat puas. Apabila perusahaan menfokuskan pada kepuasan tinggi maka para konsumen yang kepuasannya hanya standar, akan mudah untuk berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik. Sedangkan konsumen yang amat puas lebih sukar untuk mengubah pilihannya.¹⁵ Kepuasan tinggi atau kesenangan yang tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap merek tertentu.

2. Indikator Kepuasan Konsumen

Indikator pembentuk kepuasan konsumen terdiri dari:

- a. Kesesuaian harapan, merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen, meliputi:
 - 1) Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
 - 2) Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
 - 3) Fasilitas pengunjung yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

¹⁴ Usman Moonti, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Yogyakarta: Interpena, 2018), 142.

¹⁵ Heni Rohaeni dan Marwa, "Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan." No.2 (2018).

- b. Minat berkunjung kembali, merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi:
 - 1) Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
 - 2) Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengonsumsi produk.
 - 3) Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- c. Kesediaan merekomendasikan, merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi:
 - 1) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
 - 2) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
 - 3) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengonsumsi sebuah produk jasa.¹⁶

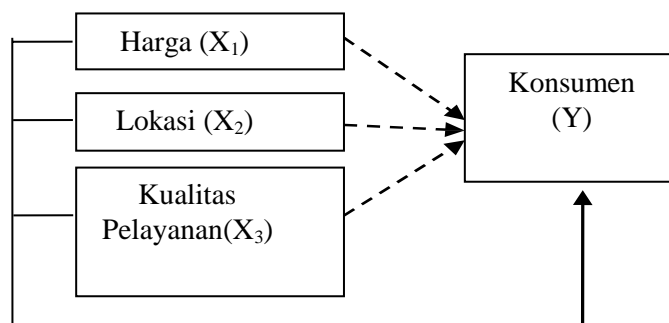
¹⁶ Marissa Grace Haque-Fawzi, *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasinya* (Tangerang: Pascal Books, 2021), 61.

E. Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono kerangka berfikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.¹⁷ Dengan kata lain, kerangka berfikir adalah dasar pemikiran dari penelitian yang disusun dari dasar fakta-fakta, observasi dan kajian kepustakaan.

Ditinjau dari hubungan variabel, maka di sini termasuk hubungan sebab akibat yaitu suatu variabel dapat mempengaruhi variabel yang lain, sehingga variabel bebas adalah Harga (X_1), Lokasi (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3) dan Kepuasan Konsumen (Y).

Kerangka berfikir dalam penelitian ini dapat disusun sebagai berikut :



Sumber: Dwy Susanti Desy, 2019

Keterangan:

—————> : Berpengaruh secara simultan.

- - - - -> : Berpengaruh secara persial.

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), 60.

F. Hipotesis

Menurut Sugiyono hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah . Karena sifatnya masih sementara, maka perlu dibuktikan kebenarannya melalui data empirik yang terkumpul.¹⁸ Jadi hipotesis adalah dugaan sementara yang perlu diuji kebenarannya.

1. Hubungan Antar Variabel Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Harga menurut Kotler adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.¹⁹ Dapat diartikan bahwa harga ialah besaran uang atau nilai tukar atas barang atau jasa yang memberikan kegunaan bagi konsumen. Harga mempengaruhi kepuasan konsumen apabila harga yang ditawarkan tidak terlalu tinggi dan perusahaan memberikan produk yang berkualitas dan produk tersebut baik, maka akan menurunkan harapan konsumen pada produk tersebut dan membuat konsumen kecewa atau tidak puas.

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Dea Alvionita, Dwi Ariani dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Grosir Tirtayasa Kecamatan Banjar” yang hasilnya menyatakan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan di Toko Grosir

¹⁸ *Ibid*, 105.

¹⁹ Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, (Jawa Timur: Unitomo Press, 2019),

Tirtayasa Kecamatan Banjar.²⁰ Berdasarkan uraian di atas, maka dapat ditarik satu hipotesis yaitu:

H1: Kualitas harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Hubungan Antar Variabel Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Lokasi menurut Buchari Alma adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.²¹ Artinya lokasi merupakan keputusan yang dibuat oleh perusahaan berkaitan dengan dimana akan beroperasi dan stafnya akan ditempatkan. Pemilik usaha harus pandai dalam memilih lokasi sebagai tempat usaha. Karena dengan memilih lokasi yang strategis dan juga nyaman akan lebih menguntungkan perusahaan, terlebih berlokasi dekat dengan aktivitas para konsumen.

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Desrianto, Sri Afridola dengan judul “Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada *Coffe Town Bakery* Di Kota Batam” dalam penelitiannya menyatakan bahwa lokasi dan layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *Coffe Town Bakery* Di Kota Batam.²²

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat ditarik satu hipotesis yaitu:

²⁰ Alvionita Saari dan Ariani Mayasari, “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar.” (2022)

²¹ Tjipton dan Chandra, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2017), 95.

²² Desrianto dan Afridola Sri, “Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Coffee Town Bakery* di Kota Batam,” *Pengaruh Lokasi dan Pelayanan*, Vol. 8 (2020): 2–4.

H2: Kualitas lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Hubungan Antar Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Menurut Tjiptono, definisi kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaianya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan konsumen tersebut, dikatakan bahwa *service quality* atau kualitas layanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan.²³ Dapat diartikan bahwa kualitas layanan pada dasarnya berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen.

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Dwy Susanti dengan judul “Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Surabaya *Food Street*.” dalam penelitiannya menyatakan bahawa harga lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan

²³ Tjipton dalam Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, (Jawa Timur: Unitomo Press, 2019).62.

signifikan terhadap kepuasan konsumen di Surabaya *food street*.²⁴

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat ditarik satu hipotesis yaitu:

H3: Kualitas kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

4. Hubungan Variabel Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Tjipton kepuasan konsumen adalah keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya.²⁵ Dapat diartikan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu perbandingan antara layanan atau hasil yang diterima paling tidak harus sama dengan harapan konsumen atau melebihi konsumen tersebut. Untuk dapat mempertahankan konsumennya, pelaku bisnis harus memperhatikan faktor-faktor yang mendukung kepuasan pelanggan, diantaranya yaitu harga, lokasi dan kualitas pelayanan.

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Dwy Susanti dengan judul “Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Surabaya *Food Street*.” dalam penelitiannya menyatakan bahawa harga lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Surabaya *food street*.²⁶

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat ditarik satu hipotesis yaitu:

²⁴ Dwy Susanti, “Pengaruh Harga Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Surabaya Food Street.” (2019)

²⁵ *Ibid*, 42.

²⁶ *Ibid*.

H4: Harga, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu strategi penelitian dengan metode asosiatif dan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Adapun pengertian pendekatan asosiatif menurut Sugiyono yaitu suatu rumusan masalah penelitian yang memiliki tujuan untuk menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.¹ Pengertian statistic deskriptif menurut Sugiyono adalah statistic yang digunakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul sebagian adanya tanpa bermaksud membuat suatu kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.²

Menurut Sugiyono metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.³

Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan.⁴ Proses penelitian bersifat deduktif, di mana untuk menjawab rumusan masalah digunakan konsep atau teori sehingga dapat dirumuskan hipotesis.

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 37.

² *Ibid*, 147.

³ *Ibid*, 8.

⁴ *Ibid*, 52.

Adapun variabel yang akan dihubungkan dalam penelitian ini adalah variabel yang terdiri dari variabel harga (X_1), lokasi (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y).¹

B. Variabel dan Definisi Oprasional Variabel

1. Variabel Penelitian

Menurut sugiyono variable penelitian yaitu suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, dan kegiatan, yang mempunyai variasi tertentu ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.² Terdapat dua variable dalam penelitian ini, yaitu variable bebas (*independent*) (X) dan variable terkait (*dependent*) (Y) yang dapat dijekaskan sebagai berikut:

Variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua variabel, yakni :

a. Variabel bebas (*independent variable*)

Variabel bebas/*independent* adalah variabel yang menjadi bebas dan berubah sering disebut variabel stimulus, *predictor*, *antecedent*, yakni variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini, yaitu :

- 1) Harga (X_1)
- 2) Lokasi (X_2)
- 3) Kualitas pelayanan (X_3)

¹ *Ibid.* 54

² *Ibid.* 61.

b. Variabel terikat (*dependent variable*)

Variabel terikat/*dependent* sering disebut dengan variabel output, kriteria, konsekuen yakni variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikatnya, yaitu kepuasan konsumen (Y).³

2. Definisi Oprasional Penelitian

Definisi oprasional menurut Sugiyono adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴

Tabel 3.1
Definisi Oprasional

No	Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala
1.	Harga (X ₁)	1. Keterjangkauan harga	a. Harga terjangkau oleh semua masyarakat. b. Harga sesuai dengan daya beli konsumen.	Likert
		2. Kesesuaian harga	a. Harga sesuai dengan kuantitas (porsinya). b. Harga sesuai dengan cita rasa yang diberikan.	
		3. Kualitas produk.	a. Harga sesuai dengan manfaat suatu produk. b. Produk yang ditawarkan sangat memuaskan.	
		4. Daya Saing	a. Harga produk mampu bersaing sesuai dengan daya beli konsumen. b. Harga lebih murah dari tempat makan lain.	

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017). 60.

⁴ *Ibid.* 61

No	Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala
2.	Lokasi (X ₂)	a. Akses.	a. Akses menuju lokasi lancar. b. Lokasi mudah dijangkau oleh sarana transportasi umum.	Likert
		b. Lalu lintas.	a. Lalu lintas yang tidak terlalu ramai. b. Lokasi yang strategis di mana banyak masyarakat beraktifitas di sekitar.	
		c. Tempat parkir luas.	a. Tempat parkir yang cukup luas. b. Memiliki tempat parkir yang nyaman dan aman.	
		d. Lingkungan.	a. Lingkungan yang nyaman. b. Lingkungan yang mendukung untuk pendirian usaha.	
3.	Kualitas pelayanan (X ₃)	1. Keandalan.	a. Sigap dalam melayani konsumen. b. Melayani konsumen dengan teliti.	Likert
		2. Daya tanggap	a. Tidak terlalu lama mengantri dalam memesan makanan. b. Karyawan selalu ada ketika dibutuhkan.	
		3. Jaminan dan kepastian	a. Citarasa menu yang disajikan selalu sama setiap kali berkunjung. b. Karyawan mengkonfirmasi jumlah dan jenis pesanan ketika bertransaksi.	
		4. Empati	a. Karyawan yang ramah dan selalu memberi senyuman saat memberikan pelayanan. b. Mampu menciptakan komunikasi dengan baik dengan konsumen saat menangani keluhan.	
		5. Bukti fisik	a. Ruangan yang menarika dan meja yang bersih. b. Fasilitas yang disediakan	

No	Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala
			lengkap.	
4.	Kepuasan konsumen (Y)	1. Kesesuaian harapan	<ul style="list-style-type: none"> a. Makanan yang disediakan sesuai dengan selera konsumen. b. Karyawan memberikan pelayanan yang baik. c. Fasilitas yang disediakan sesuai dengan harapan konsumen. 	Likert
		2. Minat. berkunjung kembali.	<ul style="list-style-type: none"> a. Berminat untuk berkunjung kembali karena makanan yang dihidangkan memuaskan. b. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan memadai. c. Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas yang diberikan memadai 	
		3. Kesiapan untuk merekomendasikan.	<ul style="list-style-type: none"> a. Merekomendasikan kepada teman dan keluarga karena pelayanan yang memuaskan. b. Merekomendasikan kepada teman dan keluarga karena fasilitas yang disediakan memadai. c. Merekomendasikan kepada teman dan keluarga karena makanan yang dihidangkan sangat enak. 	

C. Populasi, Sampel Dan Teknik Sampling

1. Populasi

Sugiyono menyatakan bahwa populasi merupakan wilayah penyamarataan atau generalisasi yang terdiri dari subyek atau obyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu serta ditentukan oleh peneliti

guna diteliti dan kemudian ditarik sebuah kesimpulan.⁵ Atau bias disebut juga dengan keseluruhan unit atau individu yang akan diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Geprek Yuyun Kota.

2. Sampel

Menurut Sugiyono sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel dari populasi itu.⁶ Untuk mendapat informasi dari setiap anggota populasi, peneliti harus menentukan sampel yang sejenis atau yang bisa mewakili populasi dalam jumlah tertentu.

Pada penelitian ini, karena besar populasi yang tidak diketahui dengan pasti berapa jumlahnya, maka perhitungan jumlah sampel dilakukan dengan rumus *lemeshow*, dan didapatkan minimal responden dalam penelitian ini yaitu 100 responden. Berikut ini adalah perhitungan jumlah sampel dengan menggunakan rumus *lemeshow* dengan tingkat kesalahan 10%.

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Skor Z pada kepercayaan 95%=1,96

P = Nilai maksimum estimasi = 0,5

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), 81.

⁶ *Ibid*, 83.

$d = \alpha (0,10)$ atau sampling error = 10%

Jadi, dapat dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{1,96^2 \times 0,5 (1-0,5)}{0,1^2} \\ &= 3,8416 \times (0,5 \times 0,5) : 0,01 \\ &= 3,8416 \times 0,25 : 0,01 \\ &= 0,9604 : 0,01 \\ &= 96,04 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, diketahui jumlah responden sebesar 96,04 atau dibulatkan menjadi 100 responden.

3. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *Nonprobably Sampling*. *Nonprobably Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam *Nonprobably Sampling* terdapat berbagai cara dalam pengambilan sampel salah satunya adalah *Accidental Sampling*. *Accidental Sampling* menurut Sugiyono merupakan teknik pemilihan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan ada atau dijumpai oleh peneliti. Orang yang dipilih sebagai anggota dari sampel adalah siapa saja yang kebetulan ditemukan atau yang mudah ditemui atau dijangkau tanpa ada pertimbangan apapun.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah pertama dalam penelitian, sebab tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data untuk bahan riset. Menurut Sugiyono teknik pengumpulan data adalah langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.⁷ Data yang dikumpulkan akan digunakan untuk memecahkan masalah yang sedang diteliti atau untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner/angket

Menurut Sugiyono kuesioner merupakan serangkaian pertanyaan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis yang ditunjukkan pada responden mengenai pengaruh harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Geprek Yuyun Kota Metro. Ada dua jenis kuesioner dalam pengumpulan data yaitu kuesioner tertutup dan kuesioner terbuka.⁸ Jenis kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup, karena responden tinggal memberikan tanda pada salah satu jawaban yang dianggap benar.

Peneliti melakukan dua cara dalam penyebaran kuesioner, yakni dengan cara *online* dan *offline*. Penyebaran kuesioner *online* dilakukan

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta: 2017), 118.

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta: 2017), 84.

melalui fitur *Google form* dengan cara *broadcast* melalui *insta story* *instagram* Geprek Yuyun Kota Metro. Penyebaran *offline* dilakukan dengan menyebarkan langsung kuesioner kepada konsumen yang berada di Geprek Yuyun Kota Metro atau berkerjasama dengan pihak Geprek Yuyun Kota Metro dengan cara menitipkan kuesioner untuk dibagikan kepada tiap konsumen yang datang.

2. Dokumentasi

Dokumentasi menurut Sugiyono adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen ini berbentuk tulisan gambar atau karya-karya monumentak dari seseorang. Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian.⁹ Teknik dokumentasi berawal dari menghimpun dokumen, memilih-milih dokumen sesuai dengan tujuan penelitian, mencatat dan menerangkan, menafsirkan dan menghubungkan-hubungkannya dengan fenomena lain.

E. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian. Instrumen ini dipergunakan sebagai alat untuk mengukur dan mengumpulkan data

⁹ *Ibid.*, 85.

mengenai suatu variabel.¹⁰ Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan dalam mengumpulkan data penelitian. Umumnya instrumen penelitian kuantitatif yang digunakan oleh peneliti, dikembangkan dari jabaran variabel penelitian yang dikembangkan dari teori-teori yang akan diuji melalui kegiatan penelitian yang dikerjakan.

Peneliti ini menggunakan skala likert dengan metode *scoring* dari angka 1-5. Menurut Sugiyono skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.¹¹ Skala likert mempunyai empat atau lebih butir-butir pertanyaan yang dikombinasikan sehingga membentuk sebuah skor/nilai yang menampilkan sifat individu, misalkan pengetahuan, sikap, dan perilaku.¹² Dalam menjawab pertanyaan skala likert responden menentukan tingkat persetujuan mereka terhadap suatu pernyataan dengan memilih salah satu dari pilihan yang tersedia.

Tabel 3.2
Skala Likert

No	Kategori	Nilai
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Kurang Setuju	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono

¹⁰ *Ibid*, 148.

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta: 2017), 93.

¹² Suzuki Syofian, Timor Setiyaningsih, Dan Nur Syamsiah, "Otomatisasi Metode Penelitian Skala Likert Berbasis," 2018., 8.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan cara menganalisis data penelitian, termasuk alat-alat statistik yang relevan untuk digunakan dalam penelitian.¹³

Berdasarkan keterangan di atas, sifat analisis data yang peneliti gunakan ialah:

1. Uji Kualitas Data

Uji validitas dan reabilitas dilakukan untuk menguji apakah kuesioner memadai jika digunakan sebagai instrument penelitian.

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti.¹⁴ Uji validitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui kebenaran/fakta suatu item pertanyaan dalam mengukur variabel yang diteliti. Rumus korelasi *product moment* yang akan digunakan peneliti, sebagai berikut :

$$r_{x,y} = \frac{n \sum X.Y - \sum X . Y}{\sqrt{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan :

r_{xy} : Koefisien validitas skor butir pertanyaan

x : Skor butir tertentu untuk setiap responden

y : Skor total (seluruh soal) untuk setiap responden

n : Banyaknya responden x dan y

Kriteria validitas adalah : valid jika " $r_{hitung} > r_{tebal}$ ".

¹³ *Ibid.*

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* Bandung: Alfabeta: 2017), 125.

Uji Validitas dalam penelitian ini Bertujuan untuk memastikan apakah tiap butir instrumen dalam kuesioner dapat mengukur seluruh variabel penelitian, agar data yang diperoleh bisa sesuai dan relevan dengan tujuan peneliti.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama.¹⁵ Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan *internal consistency reliability* yang menggunakan *Cronbach' Alpha* (α) dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} : Reliabilitas

n : Jumlah item yang valid

$\sum \sigma_i^2$: Jumlah skor tiap-tiap item

σ^2 : Varians total

Kriteria Reliabilitasnya adalah : Jika (α) > 0,6. Dalam penelitian ini, Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi kuesioner, apakah kuesioner yang digunakan peneliti dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang.

¹⁵ *Ibid*, 130.

2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan sebelum melakukan analisis regresi agar data sampel yang diolah dapat benar-benar mewakili populasi secara keseluruhan.

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Uji Normalitas

Normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak. Ada dua cara untuk mendeteksinya yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.¹⁶ Dalam penelitian ini, uji normalitas digunakan untuk menguji apakah variabel X dan variabel Y mempunyai distribusi normal atau tidak.

b. Uji Linearitas

Pengujian linearitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel-variabel bebas dan tak bebas penelitian tersebut terletak pada suatu garis lurus atau tidak. Verifikasi hubungan linear dapat dilakukan dengan metode Bivariate Plot, Linearity Test dan Curve Estimation atau analisis Residual. Linearitas data biasanya akan membangun korelasi maupun regresi linear dengan asumsi variabel-variabel penelitian yang akan dianalisis terverifikasi linear. Kriteria pengambilan keputusan terkait dengan terdapat hubungan antara variabel bebas dan variabel tidak bebas yaitu apabila nilai p -

¹⁶ Anwar Efendi Hararap, Zamalludin Sembiring, dan Julianto Hutasuht, "Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Kopi Kombur Medan," 2018., 83.

value linearity $> 0,05$.¹⁷ Dalam penelitian ini, uji linearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel Y terhadap setiap variabel X.

c. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas ini digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Menemukan ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dapat dilihat dari besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance*. Regresi bebas dari multikolinearitas jika besar nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* $> 0,10$. Dalam penelitian ini, uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah regresi yang dibuat memiliki hubungan antara variabel X terhadap variabel Y.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan alat uji model regresi untuk mengetahui adanya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode tertentu dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada masalah autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Deteksi autokorelasi

¹⁷ I Wayan Widana dan Putu Lia Maulani, *Uji Persyaratan Analisis* (Jawa Timur: Media, 2020), 47.

dilakukan dengan uji statistik Durbin Watson.¹⁸ Kriteria penentuan tidak ada autokorelasi, yaitu apabila $dl < dw < (4-du)$.

e. Uji Heterokedasitas

Uji heterokedasitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi terdapat persamaan atau perbedaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dengan ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot. Jika ada plot tertentu maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Tetapi jika tidak ada pola yang jelas secara titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁹ Dalam penelitian ini, uji heterokedasitas digunakan apabila model regresi memiliki ketidakcocokan antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh Harga (X_1), Lokasi (X_2) dan Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap kepuasan Konsumen (Y). Model hubungan nilai konsumen dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut:

¹⁸ Echo Perdan K, *Olah Data Skripsi Dengan Spss 22* (Bangka Belitung: Labkom Manajemen Fe Ubb, 2019.), 52.

¹⁹ *Ibid.*,

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

Keterangan :

Y : Kepuasan Konsumen

a : Konstanta

b₁ : Koefisien regresi variabel X₁ (Harga)

b₂ : Koefisien regresi variabel X₂ (Lokasi)

b₃ : Koefisien regresi variabel X₃ (Kualitas Pelayanan)

X₁ : Harga

X₂ : Lokasi

X₃ : Kualitas Pelayanan

e : Error / variabel pengganggu

Uji regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen harga (X₁), lokasi (X₂) dan kualitas pelayanan (X₃) terhadap variabel dependen kepuasan konsumen (Y).

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial.

Rumus uji t adalah sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t : signifikan pengaruh variabel X terhadap variabel Y

r : nilai koefisien regresi berganda

n : jumlah responden

Kriteria yang ditetapkan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} menggunakan t_{harga} kritis t_{tabel} dengan tingkat signifikan yang telah ditentukan sebesar 0,05 ($\alpha = 0,05$). Kriteria untuk penerimaan atau penolakan hipotesis nol (H_0) yang digunakan adalah sebagai berikut :

- 1) H_0 diterima apabila t_{hitung} berada di daerah penerimaan, dimana $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $sig > \alpha (0,05)$
- 2) H_0 ditolak apabila berada di daerah penolakan H_0 , dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $sig < \alpha (0,05)$

Uji t dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel harga (X_1), lokasi (X_2) dan pelayanan (X_3) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) secara individual.

b. Uji Simultan (Uji f)

Uji statistik f menunjukkan apakah semua variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Uji f ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian bagi konsumen. Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik f dengan rumus sebagai berikut:

$$F_{\alpha} = \frac{R^2/K}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan:

F_n : nilai uji f

R : koefisien analisis regresi berganda

k : jumlah variabel independen

n : jumlah anggota sampel

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

H₀: $\beta_i = 0$, artinya variabel-variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

H_a: $\beta_i > 0$, artinya variabel-variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Apabila probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H₀ diterima dan H_a ditolak.
- 2) Apabila probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H₀ ditolak dan H_a diterima.

Dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel}

- 1) H₀ diterima bila $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$
- 2) H_a diterima bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

Untuk menemukan nilai F_{tabel} , maka diperlukan adanya derajat bebas pembilang dan derajat bebas penyebut dengan rumus sebagai berikut :

- a) Df (pembilang) = k-1
- b) Df (penyebut) = n-k

Keterangan:

k : jumlah variabel bebas dan terikat

n : jumlah sampel dalam penelitian

Uji Simultan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel-variabel independen yakni harga (X_1), lokasi (X_2) dan pelayanan (X_3) terhadap variabel dependen kepuasan konsumen (Y) secara keseluruhan.

c. Uji Determinan (R^2)

Uji Determinan digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh antara variabel bebas (X_1, X_2 dan X_3) terhadap variabel terikat (Y). Jika (R^2) semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa kemampuan menjelaskan variabel bebas (X_1, X_2 dan X_3) adalah besar terhadap variabel terikat (Y).

Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika (R^2) semakin kecil (mendekati nol) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X_1, X_2 dan X_3) terhadap variabel terikat (Y) semakin kecil. hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh variabel harga (X_1), lokasi (X_2) dan

pelayanan (X_3) mampu menjelaskan kepuasan konsumen (Y). Dalam proses pengolahan data, penulis mempergunakan aplikasi komputer dengan program IBM SPSS *Statistic 26 for Windows* untuk mempermudah dan mempercepat pengolahan data. SPSS adalah suatu software yang berfungsi untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistik baik untuk statistik parametrik maupun non parametrik dengan basis windows.²⁰

²⁰ Hararap, Sembiring, dan Hutasuhut, "Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Kopi Kombur Medan."

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Lokasi Penelitian

a. Sejarah Singkat Geprek Yuyun Kota Metro

Usaha kuliner memang tidak pernah redup di kalangan masyarakat Indonesia. Pengusaha-pengusaha selalu muncul dengan ide-ide yang unik dan menarik, salah satunya adalah Geprek Yuyun Kota Metro. Geprek Yuyun didirikan pertama kali sejak 17 Maret 2019 yang beralamatkan di Jl. Bratasena Raya Gayabaru II, Raman Utara, Lampung Timur. Namun, akibat respon masyarakat yang begitu besar akhirnya Geprek Yuyun membuka beberapa cabang.

Terhitung hingga saat ini Geprek Yuyun memiliki empat cabang yakni yang berlokasi di Raman Utara, Pekalongan, Purbalingga dan Kota Metro. Geprek Yuyun Kota Metro terletak di Jl. Ahmad Yani No. 7, 15A Kota Metro. Harga yang ditawarkan oleh Geprek Yuyun juga terjangkau oleh konsumen dan variatif. Menu makanan dan minuman juga beragam, khususnya masakan ayamgeprek yang menjadi andalan mereka.¹

2. Deskripsi Data Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Konsumen

¹¹ Wawancara, Yuyun Apriyani, Pemilik Geprek Yuyun Kota Metro, 5 mei 2023

Geprek Yuyun Kota Metro. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Geprek Yuyun Kota Metro yang berjumlah 100 responden. Penelitian ini dilakukan di Geprek Yuyun Kota Metro April 2023. Dalam penelitian ini alat yang digunakan untuk menganalisis data berupa aplikasi software SPSS versi 26.

a. Uji Kualitas Data

1) Uji Validitas

Validitas menunjukkan kinerja kuesioner dalam mengukur apa yang diukur telah dinyatakan valid. Untuk melakukan uji validitas, metode yang dilakukan adalah dengan mengukur korelasi antara butir- butir pertanyaan dengan skor pertanyaan secara keseluruhan. Berdasarkan uraian di atas, dapat disajikan hasil dari pengolahan data terkait uji validitas atas instrumen penelitian dengan jumlah 100 responden untuk mengetahui apakah kuesioner tersebut valid atau tidak dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Harga X1	X1.1	0,7619	0,195	Valid
	X1.2	0,0817	0,195	Valid
	X1.3	0,5832	0,195	Valid
	X1.4	0,5561	0,195	Valid
	X1.5	0,6118	0,195	Valid
	X1.6	0,6573	0,195	Valid
	X1.7	0,7620	0,195	Valid
	X1.8	0,7788	0,195	Valid
Lokasi X2	X2.1	0,7619	0,195	Valid
	X2.2	0,8017	0,195	Valid
	X2.3	0,7788	0,195	Valid
	X2.4	0,6573	0,195	Valid

Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Harga X1	X1.1	0,7619	0,195	Valid
	X1.2	0,0817	0,195	Valid
	X1.3	0,5832	0,195	Valid
	X1.4	0,5561	0,195	Valid
	X1.5	0,6118	0,195	Valid
	X1.6	0,6573	0,195	Valid
	X1.7	0,7620	0,195	Valid
	X1.8	0,7788	0,195	Valid
Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Lokasi X2	X2.5	0,7620	0,195	Valid
	X2.6	0,6118	0,195	Valid
	X2.7	0,5561	0,195	Valid
	X2.8	0,5832	0,195	Valid
Kualitas Pelayanan X3	X3.1	0,7220	0,195	Valid
	X3.2	0,8084	0,195	Valid
	X3.3	0,7177	0,195	Valid
	X3.4	0,6001	0,195	Valid
	X3.5	0,7296	0,195	Valid
	X3.6	0,5550	0,195	Valid
	X3.7	0,5084	0,195	Valid
	X3.8	0,5540	0,195	Valid
	X3.9	0,3025	0,195	Valid
	X3.10	0,4044	0,195	Valid
Kepuasan Konsumen Y	Y1	0,3534	0,195	Valid
	Y2	0,1976	0,195	Valid
	Y3	0,4102	0,195	Valid
	Y4	0,3538	0,195	Valid
	Y5	0,3259	0,195	Valid
	Y6	0,3665	0,195	Valid
	Y7	0,2452	0,195	Valid
	Y8	0,3033	0,195	Valid
	Y9	0,5068	0,195	Valid

Sumber: Data Olahan, 2023

Berdasarkan pada table di atas dapat diketahui bahwa hasil uji validitas pada instrumen variabel harga, lokasi, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dapat dinyatakan valid secara keseluruhan, hal itu dikarenakan setiap item pernyataan memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar jika dibandingkan dengan nilai r_{tabel} .

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliable jika jawaban seseorang terhadap pernyataan yang sama. Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach Alpha* (α) pada masing-masing variabel. Jika (α) > 0,6 maka indikator dari variabel dinyatakan reliable atau dapat dipercaya sebagai alat ukur variabel. Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.2
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Koefisien Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1.	Harga (X1)	0,797	0,600	Reliabel
2.	Lokasi (X2)	0,837	0,600	Reliabel
3.	Kualitas Pelayanan (X3)	0,863	0,600	Reliabel
4.	Kepuasan Konsumen (Y)	0,867	0,600	Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS, 2023.

Tabel 4.2 menunjukkan hasil dari uji reliabilitas masing-masing variabel. Dapat diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* tiap variabel > 0,60. Sehingga instrumen dari variabel harga, lokasi, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dinyatakan reliable untuk digunakan sebagai alat ukur variabel dalam penelitian ini.

b. Uji Asumsi Klasik

Asumsi klasik dalam penelitian ini merupakan serangkaian uji yang harus dilakukan sebagai syarat sebelum dilakukannya uji regresi berganda. Uji dalam asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, linearitas, multikolinearitas, autokorelasi dan heteroskedastisitas.

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui bahwa sampel yang diambil dari populasi berdistribusi secara normal. Berikut ini adalah hasil uji normalitas yang dilakukan dengan metode *kolmogorov-smirnov* dengan analisis menggunakan SPSS versi 26:

Tabel 4.3
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		4.87003512
Most Extreme Differences	Absolute		.115
	Positive		.067
	Negative		-.115
Test Statistic			.115
Asymp. Sig. (2-tailed)			.003 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.132 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.123
		Upper Bound	.141
a. Test distribution is Normal. b. Calculated from data. c. Lilliefors Significance Correction. d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 926214481.			

Sumber: Data Olahan SPSS, 2023.

Berdasarkan data hasil uji normalitas di atas, maka dapat diketahui bahwa nilai signifikansi uji normalitas dengan pendekatan monte carlo sebesar 0,132. Kriteria penentuan data dapat dikatakan berdistribusi normal yaitu apabila nilai *p-value* (*monte carlo sig (2-tailed)*) $> 0,05$. Maka dapat diketahui bahwa nilai *p-value* sebesar $0,232 > 0,05$, artinya data dalam penelitian ini dapat dikatakan berdistribusi normal, sehingga layak untuk digunakan dalam penelitian ini.

2) Uji linearitas

Uji linearitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel-variabel bebas dan tak bebas terletak pada suatu garis lurus atau tidak. Kriteria pengambilan keputusan terkait dengan terdapat hubungan antara variabel bebas dan variabel tidak bebas yaitu apabila nilai *p-value linearity* $> 0,05$. Berikut ini merupakan hasil uji linearitas yang dianalisis menggunakan SPSS versi 26:

Tabel 4.4
Hasil Uji Linearitas

No	Variabel	Signifikansi	Keterangan
1.	Harga	0,673	Linier
2.	Lokasi	0,776	Linier
3.	Kualitas Pelayanan	0,901	Linier

Sumber: Data Olahan SPSS, 2023.

Berdasarkan pada tabel 4.4 di atas, maka dapat diketahui

bahwa nilai signifikansi pada variabel harga, lokasi dan kualitas pelayanan lebih besar dari 0,05 ($\text{sig} > 0,05$), artinya terdapat hubungan yang linear antara variabel independen dan variabel dependen, sehingga syarat untuk melakukan uji regresi linear dalam penelitian ini terpenuhi.

3) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dalam penelitian dilakukan untuk menentukan ada atau tidaknya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Berikut ini merupakan hasil dari uji multikolinearitas:

Tabel 4.5
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.955	1.047
	X2	.936	1.068
	X3	.980	1.020

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Olahan SPSS, 2023.

Hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.5 dapat diketahui bahwa nilai VIF X1 $1.047 < 10,000$, nilai VIF X2 $1.068 < 10,000$ dan nilai VIF X3 $0,020 < 10,000$. Sehingga uji multikolinearitas dalam penelitian ini dapat dikatakan bahwa tidak terjadi korelasi diantara variabel independen, sehingga layak untuk digunakan dalam penelitian ini.

4) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dalam penelitian ini dilakukan dengan harapan tidak terdapat autokorelasi. Berikut ini merupakan hasil uji autokorelasi data dengan menggunakan SPSS versi 26:

Tabel 4.6
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.058 ^a	.003	-.028	4.94554	2.507
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi					
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen					

Sumber: Data Olahan SPSS, 2023.

Berdasarkan pada tabel di atas, maka diketahui bahwa nilai dari dW 2,507. Dalam penelitian ini, terdapat 3 variabel bebas, sehingga diketahui nilai dL dan dU dari tabel *Durbin Watson* senilai 1,6337 dan 1,7152. Berdasarkan pada kriteria penentuan autokorelasi, data tidak ada autokorelasi apabila $dL < dW < (4 - dU)$.

$$dL = 1,6131$$

$$dW = 2,507$$

$$4 - dU = 4 - 1,7364 = 2,2636$$

Jadi dalam penelitian ini, $1,6131 < 2,507 < 2,2636$, maka data dapat dinyatakan bebas dari autokorelasi, sehingga model regresi yang akan digunakan dalam penelitian ini dikatakan baik.

5) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Berikut ini adalah hasil uji heteroskedastisitas yang dianalisis menggunakan SPSS versi 26:

Tabel 4.7
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.674	5.858		.627	.532
	Harga	.006	.094	.006	.060	.952
	Lokasi	-.034	.095	-.038	-.359	.720
	Kualitas Pelayanan	.018	.087	.022	.212	.833

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Data Olahan SPSS, 2023.

Berdasarkan pada tabel di atas, maka diperoleh nilai sig dari harga senilai $0,952 > 0,05$ nilai sig dari lokasi $0,720 > 0,05$ dan nilai sig dari kualitas pelayanan $0,833 > 0,05$ sehingga ketiga variabel dependen tersebut dikatakan bebas dari masalah heteroskedastisitas. Kemudian diketahui juga nilai sig dari kualitas layanan senilai $0,833 > 0,05$ jadi variabel kualitas layanan juga bebas dari masalah heteroskedastisitas, sehingga model regresi dalam penelitian ini dinyatakan valid sebagai alat penduga.

c. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara satu atau beberapa variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Berdasarkan data yang telah peneliti peroleh dan dianalisis menggunakan program SPSS versi 26, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-29.115	1.837		-15.850	.000
	Harga	.543	.117	.231	4.655	.000
	Lokasi	.196	.080	.088	2.460	.016
	Kualitas Pelayanan	1.090	.105	.683	10.354	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Olahan SPSS, 2023

Hasil uji analisis regresi berganda pada tabel 4.8 dapat diketahui persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = (-29.115) + 0,543X_1 + 0,196 X_2 + 1.090 X_3$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, maka dapat diartikan bahwa variabel harga, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 4.9
Hasil Regresi Linier Berganda

Correlations					
		Harga	Lokasi	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen
Harga	Pearson Correlation	1	.937**	.982**	.984**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Lokasi	Pearson Correlation	.937**	1	.965**	.963**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100

Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.982**	.965**	1	.995**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.984**	.963**	.995**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).					

Sumber: Data Olahan SPSS, 2023.

Berdasarkan tabel 4.9, maka dapat dilakukan perhitungan sumbangan Efektif (SE) . Perhitungan ini dilakukan untuk mengetahui berapa besar pengaruh masing-masing variabel X terhadap variabel Y.

Rumus Sumbangan Efektif (SE)

$$SE(X)\% = \text{Beta}_x \times \text{Koefisien} \times 100$$

Tabel 4.10
Data Perhitungan Sumbangan Efektif (SE)

Nama Variabel	Beta	Koefisien Korelasi	R Square
Harga (X1)	0,231	0,984	99,2%
Lokasi (X2)	0,088	0,963	
Kualitas Pelayanan (Y)	0,683	0,995	

Sumber: Data Olahan SPSS, 2023.

Sehingga dapat dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$$SE_{X1}\% = 0,231 \times 0,984 \times 100 = 22,7304\% \text{ atau dibulatkan } 23\%$$

$$SE_{X2}\% = 0,088 \times 0,963 \times 100 = 8,2321\% \text{ atau dibulatkan } 8,2\%$$

$$SE_{X3}\% = 0,683 \times 0,995 \times 100 = 67,9585\% \text{ atau dibulatkan } 68\%$$

$$SE_{X1}\% + SE_{X2}\% + SE_{X3}\% = R \text{ Square}$$

$$23\% + 8,2\% + 68\% = 99,2\%$$

d. Uji Hipotesis

1) Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel *independent* secara parsial berpengaruh dan

signifikan terhadap variabel *dependent*. Uji t diukur dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} . Apabila ($\text{sig} < 0,05$) atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka secara parsial variabel *independent* berpengaruh terhadap variabel *dependent*, begitu juga sebaliknya, apabila ($\text{sig} > 0,05$) $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka secara parsial variabel *independent* tidak berpengaruh terhadap variabel *dependent*. Nilai t_{tabel} dihitung dengan rumus berikut:

$$t_{tabel} = (\alpha/2 ; n-k-1) = (0,05/2 ; 100-4-1) = (0,025 ; 97)$$

$$t_{tabel} = 1.98525$$

Keterangan : n = Jumlah Sampel

k = Jumlah Variabel

$\alpha = 0,05$ = tingkat kepercayaan = 95%

Tabel 4.11
Hasil Uji Parsial t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-29.115	1.837		-15.850	.000
	Harga	.543	.117	.231	4.655	.000
	Lokasi	.196	.080	.088	2.460	.016
	Kualitas Pelayanan	1.090	.105	.683	10.354	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Olahan SPSS, 2023

Penjelasan hasil uji t pada masing-masing variabel yakni, sebagai berikut:

a) Harga

Nilai sig dari variabel harga sebesar $0,000 < 0,050$, kemudian untuk $t_{hitung} 4.655 > t_{tabel} 1,985$. Hasil analisis ini menunjukkan tingkat signifikansi yang lebih kecil daripada tingkat kesalahan. Maka H_0 ditolak dan **H_1 diterima** yang artinya harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan

konsumen.

b) Lokasi

Nilai sig dari variabel harga sebesar $0,016 < 0,050$, kemudian untuk $t_{hitung} 2,460 > t_{tabel} 1,985$. Hasil analisis ini menunjukkan tingkat signifikansi yang lebih kecil daripada tingkat kesalahan. Maka H_0 ditolak dan **H2 diterima** yang artinya lokasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

c) Kualitas Pelayanan

Nilai sig dari variabel harga sebesar $0,000 < 0,050$, kemudian untuk $t_{hitung} 10,354 > t_{tabel} 1,985$. Hasil analisis ini menunjukkan tingkat signifikansi yang lebih kecil daripada tingkat kesalahan. Maka H_0 ditolak dan **H3 diterima** yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

2) Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama dengan menggunakan tingkat signifikan 0,05. Apabila nilai ($sig < 0,05$) atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel terikat. F_{tabel} dicari pada tabel statistik dengan tingkat signifikan 0,05.

$$F_{tabel} = f(k ; n-k) = (4 ; 100-4)$$

$$F_{tabel} = 2,70$$

Keterangan: n = Jumlah Sampel

k = Jumlah Variabel X

$\alpha = 0,05$ = tingkat kepercayaan = 95%

Tabel 4.12
Hasil Uji Simultan (Uji f)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regressi on	2336.731	3	778.910	3913.065	.000^b
	Residual	19.109	96	.199		
	Total	2355.840	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga						

Sumber: Data Olahan SPSS, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.12, maka dapat diketahui bahwa nilai sig sebesar $0,000 < 0,050$ dan untuk $F_{hitung} 3913,065 > F_{tabel} 2,70$. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh antara harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Dapat diartikan bahwa hipotesis yang menyatakan "Harga, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen." Atau **H4 diterima**.

3) Uji Determinan (R^2)

Uji koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi masing-masing variabel. Besarnya koefisien determinan berkisar 0 sampai dengan 1, besarnya koefisien determinan mendekati angka 1 maka semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan

hasil dari analisis regresi linear berganda diperoleh tabel yang menunjukkan mengenai hasil uji koefisien determinasi penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Determinan (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.996^a	.992	.992	.44615
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga				

Sumber: Data Olahan SPSS, 2023

Hasil tabel di atas menunjukkan bahwa:

- a) Nilai koefisien korelasi sebesar 0,996, hal ini menunjukkan hubungan atau korelasi yang kuat antar harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Dengan nilai koefisien yang positif, maka terdapat hubungan yang positif antar variabel *dependent* dan variabel *independent*.
- b) Nilai R Square (koefisien determinan) sebesar 0,992, artinya secara simultan harga, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 99,2% terhadap kepuasan konsumen, sedangkan sisanya sebesar 0,008 atau 0,08% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil uji regresi berganda, diketahui bahwa variabel harga, lokasi dan kualitas pelayanan secara bersamaan atau simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Untuk melihat pengaruh

secara simultan ini dapat dilihat dari hasil uji F. Caranya yaitu dengan membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} ($3913,065 > 2,70$) artinya harga, lokasi dan kualitas pelayanan secara bersama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Sedangkan untuk hasil uji koefisien determinan (R^2) diperoleh nilai sebesar 99,2 atau 99,2%. Besarnya nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari harga, lokasi dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan variabel dependen, yaitu kepuasan konsumen sebesar 99,2%, sedangkan sisanya 0,8% dijelaskan oleh variabel produk dan variabel tersebut tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Nilai yang cukup tinggi ini menunjukkan bahwa faktor lain yang tidak dimasukkan menjadi variabel dalam penelitian ini memiliki kemampuan yang lebih kecil dalam menjelaskan kepuasan konsumen pada Geprek Yuyun Kota Metro.

1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis secara parsial, tentang pengaruh variabel harga terhadap kepuasan konsumen diperoleh keterangan bahwa variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen yakni, sig dari variabel harga sebesar $0,000 < 0,050$, kemudian untuk t_{hitung} $4,655 > t_{tabel}$ $1,985$. Sehingga pada hipotesis variabel harga menunjukkan hasil H_0 ditolak dan **H1 diterima** yang artinya harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen, pengaruh tersebut sebesar 23%. Ini berarti semakin baik harga yang ditawarkan berakibat pada semakin baiknya kepuasan konsumen

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dea Alvionita dan Dwi Ariani Mayasari, dalam penelitiannya menyatakan bahawa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.¹

2. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis secara parsial, tentang pengaruh variabel lokasi terhadap kepuasan konsumen diperoleh keterangan bahwa variabel lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen yakni, nilai sig dari variabel harga sebesar $0,016 < 0,050$, kemudian untuk $t_{hitung} 2,460 > t_{tabel} 1,985$. Sehingga pada hipotesis variabel lokasi menunjukkan hasil H_0 ditolak dan **H₂ diterima** yang artinya lokasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen, pengaruh tersebut sebesar 8,4%. Artinya apabila pemilik semakin memperhatikan lokasi dalam melakukan kegiatan usahanya maka konsumen akan semakin meningkat kepuasannya.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Seperti dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dwy Susant, dalam penelitiannya menyatakan bahawa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.²

¹ Dea Alvionita Sari dan Dwi Ariani Mayasari, "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar," *Jurnal Manajmen dan Bisnis*, Vol. 4 (2022): 2–4.

² Desy Dwy Susanti, "Pengaruh Harga Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Surabaya Food Street," 2019., 3–5.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis secara parsial, tentang pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen diperoleh keterangan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen yakni, nilai sig dari variabel kualitas pelayanan sebesar $0,000 < 0,050$, kemudian untuk t_{hitung} $10,354 > t_{tabel}$ 1,98. Sehingga pada hipotesis variabel kualitas pelayanan menunjukkan hasil H_0 ditolak dan **H3 diterima** yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen, pengaruh tersebut sebesar 68%. Ini berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan berakibat pada semakin baiknya kepuasan konsumen

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Desrianto dan Sri Afridola, dalam penelitiannya menyatakan bahawa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.³

³ Desrianto dan Sri Afridola, "Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Coffee Town Bakery di Kota Batam, Vol.8 (2020) .

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah peneliti melakukan penelitian dengan menyebar 100 angket dan melakukan analisis terhadap data yang telah diperoleh menggunakan program pengolah angka SPSS versi 26, maka hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa:

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Geprek Yuyun Kota Metro, dengan nilai $t_{hitung} 4,655 > t_{tabel} 1,985$, pengaruh harga tersebut sebesar 23%.
2. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Geprek Yuyun Kota Metro, dengan nilai $t_{hitung} 2,460 > t_{tabel} 1,985$ pengaruh lokasi tersebut sebesar 8,2%.
3. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Geprek Yuyun Kota Metro, dengan nilai $t_{hitung} 10,354 > t_{tabel} 1,985$, pengaruh kualitas pelayanan tersebut sebesar 68%.
4. Secara simultan terdapat pengaruh antara harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai $F_{hitung} 3913,065 > F_{tabel} 2,70$, pengaruh tersebut sebesar 99,2%. Sedangkan sisanya, yaitu 0,08% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan, maka dapat disampaikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Pada variabel harga, indikator harga cukup bersaing dengan restoran lain. Maka usaha yang dapat dilakukan oleh Geprek Yuyun Kota Metro yaitu, dengan memperhatikan harga di restoran lain yang merupakan pesaing. Diusahakan agar harga jual suatu produk sama dengan restoran lain bahkan diusahakan dibawahnya.
2. Pada variabel lokasi, indikator tempat parkir yang luas dan aman mendapat nilai rata-rata terendah daripada indikator lainnya. Seharusnya pihak Geprek Yuyun Kota Metro memberikan halaman yang luas untuk parkir kendaraan roda empat, agar pelanggan merasa nyaman dan puas.
3. Agar dapat memberikan tingkat kepuasan konsumen yang tinggi maka sebaiknya Geprek Yuyun Kota Metro berusaha terus mempertahankan kualitas pelayanan dan kualitas produk.
4. Bagi para peneliti selanjutnya yang akan mengkaji lebih dalam menambah variabel dalam mengenai tentang penelitian yang sama diharapkan agar hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu upaya informasi yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Nico Fa'al, dan Dr Lutfi Nurcholis. "Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitasproduk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening," 2020.
- Along, Antonius. "Kualitas Layanan Administrasi Akademik di Politeknik Negeri Pontianak," *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik (JIAP)*, Vol. 6. 2020.
- Saari, Alvionita, Dea, dan Dwi Ariani Mayasari. "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar," *Jurnal Manajmen dan Bisnis*, Vol. 4. 2022.
- Departemen Agama Republik Indonesia. *Al Qur'an dan Terjemahnya*. Semarang: CV Al Waah, 2014.
- Desrianto, dan Afridola Sri. "Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Coffee Town Bakery di Kota Batam," *Pengaruh Lokasi dan Pelayanan*, Vol. 8. 2020.
- Susanti, Dwy, Desy. "Pengaruh Harga Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Surabaya Food Street,". 2019.
- Haque, Grace-Fawzi, Marissa. *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasinya*. Tangerang: Pascal Books, 2021.
- Hararap, Anwar Efendi, Zamalludin Sembiring, dan Julianto Hutasuhut. "Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Kopi Kombur Medan," t.t.
- Hasan, Muhammad. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Warkop Sipadecengie Ma'rang Kabupaten Pangkep," t.t.
- Widana, I Wayan dan Putu Lia Maulani. *Uji Persyaratan Analisis*. Jawa Timur: Media, 2020.
- Indrasari, Meithiana. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Jawa Timur: Unitomo Press, 2019.
- Lubis, Alfi Syahri, dan Nur Rahmad Andayani. "Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam', dalam *Journal of Business Administration* Vol 1, No 2, 2017.
- Moonti, Usman. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Yogyakarta: Interpena, 2015.
- Juliansyah, Noor. *Metodelogi Penelitian: Skripsi, Tesis Disertasi, Dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana, 2012.

- Perdan K, Echo. *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22*. Bangka Belitung: Labkom Manajemen Fe Ubb, 2018.
- Rohaeni, dan Nisa Marwa. “Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan” 2, no. 2, 2018:
- Rutjuhan, Arta, dan Ismunandar Ismunandar. “Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Kasus *Mahfoed Life Gym*.” *Pamator Journal* 13, no. 1, 2020.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Syofian, Suzuki, Timor Setyaningsih, dan Nur Syamsiah. “Otomatisasi Metode Penelitian Skala Likert Berbasis,” t.t.
- Tjipton, Fendy, dan Chandra. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2005.
- Zuhairi, and et al.,. *Pedoman penulisan skripsi IAIN Metro*, 2018.
- Zelvian Adhari, Lendy. *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*. Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media, 2021.
- Zoel Kurniawan, Ferdy. “Pengaruh Harga, Produk, Lokasi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Soto Angkring Mas Boed Spesial Ayam Kampung Semarang,” t.t.

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 : B-1031/In.28.1/J/TL.00/04/2023
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Alva Yenica Nandavita (Pembimbing 1)
(Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : **ERMA SARI**
NPM : 1903012017
Semester : 8 (Delapan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syari`ah
Judul : **PENGARUH HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA GEPREK YUYUN KOTA METRO**

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, 06 April 2023

Ketua Jurusan,



Yudhistira Ardana

NIP 198906022020121011

OUTLINE

PENGARUH HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA GEPREK YUYUN KOTA METRO

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

HALAMAN KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

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 yang Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Harga
 - 1. Pengertian Harga
 - 2. Indikator Harga

- B. Lokasi
 - 1. Pengertian Lokasi
 - 2. Indikator Lokasi
- C. Kualitas Pelayanan
 - 1. Pengertian Kualitas Pelayanan
 - 2. Indikator Kualitas Pelayanan
- D. Konsumen
 - 1. Prilaku Konsume
 - 2. Indikator Kepuasan Konsumen
- E. Kerangka Penelitian
- F. Hipotesis

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Rancangan Penelitian
- B. Variabel dan Definisi Oprasional Variabel
 - 1. Variabel Penelitian
 - 2. Definisi Oprasional Penelitian
- C. Populasi dan Sampel
 - 1. Populasi
 - 2. Sampel
- D. Teknik Pengumpulan Data
- E. Instrumen Penelitian
- F. Teknik Analisis Data
 - 1. Uji Kualitas Data
 - 2. Uji Asumsi Klasik
 - 3. Uji Regresi Linier Berganda
 - 4. Uji Hipotesis

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Lokasi Penelitian
 - a. Sejarah Geprek Yuyun Kota Metro
 - b. Visi dan Misi Geprek Yuyun Kota Metro
 - c. Struktur Organisasi Geprek Yuyun Kota Metro
2. Deskripsi Data Hasil Penelitian
 - a. Gambaran Umum Responden
 - b. Uji Instrumen
 - c. Asumsi Klasik
 - d. Analisis Regresi Linier Berganda

B. Pembahasan

1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen
2. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen
3. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

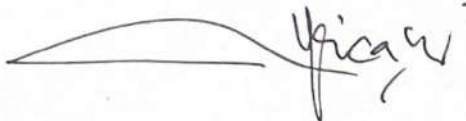
B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Mengetahui,
Pembimbing



Alva Yenica Nandavita, M.E.Sv

NIP. 19910672019032015

Metro, April 2023
Peneliti



Erma Sari

Npm. 1903012017

KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH HARGA, LOKASI DAN PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA GEPREK YUYUN KOTA METRO

Sehubungan dengan penyusunan tugas akhir / skripsi dengan judul diatas, maka dengan hormat, saya:

Nama : Erma Sari
NPM : 1903012017

Memohon kesediaan bapak / ibu / saudara/i untuk mengisi kuesioner yang saya ajukan. Daftar pernyataan ini saya ajukan semata-mata untuk keperluan peneliti sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan jenjang Strata Satu (S1). Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Metro.

Atas partisipasi Bapak / Ibu / Saudara/i dalam mengisi daftar pernyataan kuesioner ini, saya ucapkan banyak terimakasih.

I. PETUNJUK PENGISIAN IDENTITAS RESPONDEN

Mohon untuk memberikan informasi mengenai data pribadi sesuai dengan identitas diri pada pengisian identitas responden yang disediakan seperti berikut:

1. Nama :
2. Jenis kelamin : Laki-laki Perempuan
3. Usia :Tahun.
4. Pekerjaan : Pelajar Wiraswasta
 Pegawai Negeri Lainnya
 Pegawai Swasta

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Berilah tanda (√) pada kolom yang paling sesuai dengan pilihan jawaban anda. Setiap responden diharapkan memilih hanya 1 jawaban, masing-masing pilihan jawaban memiliki makna sebagai berikut:

1. STS = Sangat Tidak Setuju (Skor 1)
2. TS = Tidak Setuju (Skor 2)
3. CS = Cukup Setuju (Skor 3)
4. S = Setuju (Skor 4)
5. SS = Sangat Setuju (Skor 5)

III. DAFTAR PERNYATAAN

No.	Variabel Harga (X_1)	STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)
1.	Harga di Geprek Yuyun terjangkau oleh semua masyarakat.					
2.	Harga di Geprek Yuyun sesuai dengan daya beli konsumen.					
3.	Harga pada Geprek Yuyun sesuai dengan kualitas rasa.					
4.	Harga pada Geprek Yuyun sesuai dengan kuantitas (porsinya).					
5.	Harga pada Geprek Yuyun sesuai dengan cita rasa yang diberikan.					
6.	Produk yang ditawarkan oleh Geprek Yuyun sangat memuaskan.					
7.	Harga produk di Geprek Yuyun mampu bersaing sesuai dengan daya beli konsumen.					
8.	Harga di Geprek Yuyun lebih murah dibandingkan dengan Bang Ocit dan Latyshas <i>food</i> .					

No.	Variabel Lokasi (X_2)	STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)
1.	Akses menuju Geprek Yuyun lancar dan tidak macet.					
2.	Lokasi mudah dijangkau oleh sarana transportasi umum.					
3.	Lalu lintas menuju Geprek Yuyun yang tidak terlalu ramai.					
4.	Lokasi yang strategis di mana banyak masyarakat beraktifitas di sekitar Geprek Yuyun.					
5.	Tempat parkir pada Geprek Yuyun yang cukup luas.					
6.	Memiliki tempat parkir yang nyaman dan aman.					
7.	Memiliki lingkungan yang bersih baik diluar maupun didalam ruangan.					
8.	Lingkungan di sekitar Geprek Yuyun yang mendukung untuk pendirian usaha karena dekat dengan perkantoran.					

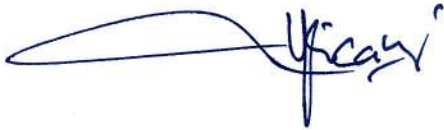
No.	Variabel Kualitas Pelayanan (X ₃)	STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)
1.	Karyawan pada Geprek Yuyun sigap dalam melayani konsumen.					
2.	Karyawan pada Geprek Yuyun melayani konsumen dengan teliti.					
3.	Tidak terlalu lama mengantri dalam memesan makanan.					
4.	Karyawan pada Geprek Yuyun selalu ada ketika dibutuhkan.					
5.	Citarasa menu yang disajikan pada Geprek Yuyun selalu sama setiap kali berkunjung.					
6.	Karyawan mengkonfirmasi jumlah dan jenis pesanan ketika bertransaksi.					
7.	Karyawan pada Geprek Yuyun selalu ramah dan memberi senyuman saat memberikan pelayanan.					
8.	Karyawan mampu menciptakan komunikasi dengan baik dengan konsumen saat menangani keluhan.					
9.	Geprek Yuyun memiliki ruangan yang menarika dan meja yang bersih.					
10.	Fasilitas (kipas angin, tempat cuci tangan, meja, kursi, toilet) yang disediakan Geprek Yuyun lengkap.					

No.	Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)
1.	Makanan yang disediakan oleh Geprek Yuyun sesuai dengan selera konsumen.					
2.	Karyawan memberikan pelayanan yang baik.					
3.	Fasilitas penunjang yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan.					
4.	Berminat untuk berkunjung kembali karena makanan yang dihidangkan memuaskan.					
5.	Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan memadai.					
6.	Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang diberikan memadai					
7.	Saya akan merekomendasikan kepada teman dan keluarga karena makanan yang dihidangkan sangat enak.					
8.	Saya akan merekomendasikan kepada teman dan keluarga karena pelayanan yang memuaskan.					

No.	Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)
9.	Saya akan merekomendasikan kepada teman dan keluarga karena fasilitas yang disediakan memadai.					

Mengetahui,
Pembimbing

Metro, April 2023
Peneliti



Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy

NIP. 19910672019032015



Erma Sari

Npm. 1903012017



**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.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-1206/In.28/D.1/TL.00/04/2023
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Pemilik Usaha Geprek Yuyun Kota
Metro
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-1207/In.28/D.1/TL.01/04/2023,
tanggal 17 April 2023 atas nama saudara:

Nama : **ERMA SARI**
NPM : [1903012017](#)
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syari`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Geprek Yuyun Kota Metro, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA GEPREK YUYUN KOTA METRO".

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 17 April 2023
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-1207/ln.28/D.1/TL.01/04/2023

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

Nama : **ERMA SARI**
NPM : [1903012017](#)
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syari`ah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Geprek Yuyun Kota Metro, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka meyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA GEPREK YUYUN KOTA METRO".
 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.

Mengetahui,
Pejabat Setempat

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 17 April 2023

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP [19861030 201801 2 001](#)

SURAT BALASAN IZIN RESEARCH

Kepada Yth,
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
IAIN METRO Lampung
Di-
Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Permohonan izin research yang diajukan kepada Pemilik Geprek Yuyun Kota Metro, yang diajukan atas nama:

Nama : **Erma Sari**
NPM : 1903012017
Semester : 8 (Delapan)
Judul : **PENGARUH HARGA, LOKASI DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA GEPREK YUYUN KOTA METRO**

Dengan ini disampaikan bahwa saya menyetujui permohonan research di Geprek Yuyun Kota Metro.

Demikian surat balasan ini saya sampaikan, atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Metro, Mei 2023
Pemilik Geprek Yuyun



Yuyun Apriyani



**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-580/ln.28/S/U.1/OT.01/06/2023**

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

Nama : ERMA SARI
NPM : 1903012017
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2022 / 2023 dengan nomor anggota 1903012017

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, 05 Juni 2023
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 : Erma Sari
NPM : 1903012017
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Pengaruh Harga Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Geprek Yuyun Kota Metro** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 19%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 05 Juni 2023
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



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



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) JURAI SIWO METRO

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 SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Erma Sari Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah

NPM : 1903012017 Semester/TA : VIII / 2023

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Senin/ 20-5-2023	<ul style="list-style-type: none">- Perbaiki Catatan & lembar bimbingan- Lengkapi Lampiran- Perbaiki Narasi sesuai catatan, typo, footnote,apus- Beralakan buku pedoman penulisan skripsi sebagai acuan- Tek Ulog sebelum & print.	
2.	Selasa/ 30-5-2023	<ul style="list-style-type: none">- ACC BAB I - Vsegera daftar Monevgsyah	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa ybs,

Alva Yenica Nandavita, M.E. Sy
NIP. 199106172019032015

Erma Sari
NPM. 1903012017



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) JURAI SIWO METRO

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 SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Erma Sari Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah
NPM : 1903012017 Semester/TA : VIII / 2023

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Selasa, 23 Mei 2023	<ol style="list-style-type: none">1. Sesuaikan motto dgn penelitian.2. Perbaiki typo dan tabel jgn terpisal.3. Rapiakan tabel-tabel.4. Dalam pembahasan tambahkan Analisis peneliti.5. Perbaiki Daftar Rustaka.	

Dosen Pembimbing,

Alva Yenica Nandavita, M.E. Sy
NIP. 199106172019032015

Mahasiswa ybs,

Erma Sari
NPM. 1903012017



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) JURAI SIWO METRO

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 SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Erma Sari Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah
NPM : 1903012017 Semester/TA : VIII / 2023

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Rabu, 12/04/2023	<ul style="list-style-type: none">- Perbaiki Marasi tiap Paragraf.- Sesuaikan Rentan Pernyataan dalam APD dengan sub indikator.- Perbaiki typo dan Daftar Pustaka.- Perjelas APD	
2.	Kamis, 13-04-2023	<ul style="list-style-type: none">- Acc APD dan Outline	

Dosen Pembimbing,

Alva Yenica Nandavita, M.E. Sy
NIP. 199106172019032015

Mahasiswa ybs,

Erma Sari
NPM. 1903012017

TABULASI KUESIONER

No	Variabel Harga (X1)								Total	No	Variabel Lokasi (X2)								Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8			X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	40	1	2	4	3	3	3	3	4	4	26
2	5	4	4	4	3	4	4	4	32	2	3	3	3	3	3	3	4	3	25
3	5	3	3	3	3	4	4	4	29	3	4	4	5	4	4	4	3	3	31
4	5	4	4	4	4	5	5	5	36	4	3	3	3	3	4	4	3	4	27
5	5	4	4	3	5	5	4	4	34	5	3	3	4	4	3	3	3	3	26
6	5	3	3	3	3	3	3	3	26	6	4	4	4	4	4	4	4	4	32
7	5	3	4	3	3	4	4	4	30	7	5	5	5	5	5	5	5	5	40
8	5	4	4	3	4	4	4	4	32	8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
9	5	4	4	4	4	4	3	4	32	9	3	3	3	3	3	4	4	4	27
10	5	4	4	4	4	4	4	4	33	10	3	3	3	3	3	3	4	5	27
11	5	3	3	3	3	4	3	3	27	11	4	4	4	4	4	4	4	4	32
12	5	4	4	4	4	4	4	4	33	12	3	3	4	3	4	4	5	5	31
13	5	5	4	4	4	4	3	3	32	13	3	3	4	3	4	4	5	5	31
14	5	3	4	4	4	4	3	3	30	14	5	5	5	5	4	5	5	5	39
15	5	4	4	4	5	5	5	4	37	15	3	3	3	3	3	3	3	3	24
16	5	4	4	4	4	4	3	3	31	16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
17	5	3	4	4	4	4	4	4	32	17	3	3	3	3	3	3	3	4	25
18	5	4	4	4	4	4	4	4	33	18	3	3	4	3	3	3	3	3	25
19	5	5	5	5	5	5	5	5	40	19	4	4	4	4	3	4	5	5	33
20	5	4	4	4	4	4	4	4	33	20	3	3	4	4	3	4	4	4	29
21	5	5	4	5	5	5	3	3	35	21	5	5	5	5	5	5	5	5	40
22	5	3	4	5	5	5	3	3	33	22	3	4	4	4	3	4	4	4	30
23	5	4	4	4	4	4	4	4	33	23	4	3	3	3	3	4	4	4	28
24	5	5	4	4	4	4	4	3	33	24	4	4	4	4	4	5	5	5	35
25	5	4	4	5	5	5	4	3	35	25	3	4	4	3	5	5	4	4	32
26	5	5	4	4	4	3	5	5	35	26	3	3	3	3	3	3	3	3	24
27	5	3	3	5	3	3	3	3	28	27	3	3	4	3	3	4	4	4	28
28	5	4	4	4	4	4	4	4	33	28	3	4	4	3	4	4	4	4	30
29	5	3	4	4	3	3	3	3	28	29	4	4	4	4	4	4	3	4	31
30	5	4	4	4	3	4	4	3	31	30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
31	5	4	4	5	3	3	4	4	32	31	3	3	3	3	3	4	3	3	25
32	5	4	3	5	4	5	4	4	34	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
33	5	5	5	5	4	3	5	5	37	33	5	5	4	4	4	4	3	3	32
34	5	3	3	5	3	3	4	4	30	34	3	3	4	4	4	4	3	3	28
35	5	4	4	4	4	3	3	3	30	35	3	4	4	5	5	5	5	4	35
36	5	4	4	4	4	3	4	4	32	36	4	4	4	4	4	4	3	3	30
37	5	4	4	5	3	2	4	3	30	37	4	3	4	4	4	4	4	4	31
38	5	3	4	4	3	3	3	3	28	38	4	4	4	4	4	4	4	4	32
39	5	4	3	4	3	3	4	3	29	39	5	5	5	5	5	5	5	5	40
40	5	5	4	5	4	2	4	3	32	40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
41	5	3	4	5	4	3	4	4	32	41	4	5	4	5	5	5	3	3	34
42	5	3	4	4	3	3	4	4	30	42	4	3	4	5	5	5	3	3	32
43	5	4	4	4	3	3	3	3	29	43	4	4	4	4	4	4	4	4	32
44	5	4	4	4	4	3	4	4	32	44	4	5	4	4	4	4	4	3	32
45	5	4	3	3	3	4	4	4	30	45	4	4	4	5	5	5	4	3	34
46	5	3	3	3	3	4	4	4	29	46	4	5	4	4	4	3	5	5	34
47	5	4	5	4	4	5	5	3	35	47	3	3	3	5	3	3	3	3	26
48	5	3	3	3	4	4	4	3	29	48	4	4	4	4	4	4	4	4	32
49	5	3	4	4	3	4	4	3	30	49	3	3	4	4	3	3	3	3	26
50	5	4	4	4	4	4	4	4	33	50	5	4	4	4	3	4	4	3	31
51	5	5	5	5	5	5	5	5	40	51	5	4	4	5	3	3	4	4	32
52	5	4	4	4	4	4	4	4	33	52	4	4	3	5	4	5	4	4	33
53	5	3	3	3	3	5	5	4	31	53	5	5	5	5	4	3	5	5	37
54	5	3	3	3	3	5	5	4	31	54	3	3	3	5	3	3	4	4	28
55	5	4	4	4	4	4	4	4	33	55	4	4	4	4	4	3	3	3	29
56	5	3	4	3	4	4	4	5	32	56	5	4	4	4	4	3	4	4	32
57	5	3	4	3	4	5	5	5	34	57	4	4	4	5	3	2	4	3	29
58	5	5	5	5	4	5	4	5	38	58	3	3	4	4	3	3	3	3	26
59	5	3	3	3	3	4	5	3	29	59	4	4	3	4	3	3	4	3	28
60	5	4	4	4	4	4	4	4	33	60	4	5	4	5	4	2	4	3	31
61	5	3	3	3	3	4	4	3	28	61	3	3	4	5	4	3	4	4	30
62	5	3	4	3	3	4	4	3	29	62	3	3	4	4	3	3	4	4	28

63	5	4	4	4	3	4	5	5	34	63	4	4	4	4	3	3	3	3	28
64	5	3	4	4	3	4	5	4	32	64	4	4	4	4	4	3	4	4	31
65	5	5	5	5	5	5	5	5	40	65	3	4	3	3	3	4	4	4	28
66	5	4	4	4	3	4	5	4	33	66	3	3	3	3	3	4	4	4	27
67	5	3	3	3	3	3	4	4	28	67	4	4	5	4	4	5	5	3	34
68	5	4	4	4	4	5	4	5	35	68	3	3	3	3	4	4	4	3	27
69	5	4	4	3	5	5	5	4	35	69	3	3	4	4	3	4	4	3	28
70	5	3	3	3	3	3	4	3	27	70	4	4	4	4	4	4	4	4	32
71	5	3	4	3	3	3	4	4	29	71	5	5	5	5	5	5	5	5	40
72	5	4	4	3	4	3	5	4	32	72	4	4	4	4	4	4	4	4	32
73	5	4	4	4	4	4	5	3	34	73	3	3	3	3	3	5	5	4	29
74	5	4	4	4	4	4	4	4	33	74	3	3	3	3	3	5	5	4	29
75	5	3	3	3	3	4	4	3	28	75	4	4	4	4	4	4	4	4	32
76	5	4	4	4	4	4	4	4	33	76	3	3	4	3	4	4	4	5	30
77	5	4	4	4	4	3	4	4	32	77	3	3	4	3	4	5	5	5	32
78	5	4	4	4	4	4	5	4	34	78	5	5	5	5	4	5	4	5	38
79	5	4	4	4	4	5	5	4	35	79	3	3	3	3	3	4	5	3	27
80	5	3	4	3	4	3	4	5	31	80	4	4	4	4	4	4	4	4	32
81	5	4	3	3	3	3	4	4	29	81	3	3	3	3	3	4	4	3	26
82	5	3	3	3	3	3	4	3	27	82	3	3	4	3	3	4	4	3	27
83	5	4	5	4	4	4	3	3	32	83	4	4	4	4	3	4	5	5	33
84	5	3	3	3	4	4	3	4	29	84	3	3	4	4	3	4	5	4	30
85	5	3	4	4	3	3	3	3	28	85	5	5	5	5	5	5	5	5	40
86	5	4	4	4	4	4	4	4	33	86	3	4	4	4	3	4	5	4	31
87	5	5	5	5	5	5	5	5	40	87	4	3	3	3	3	3	4	4	27
88	5	4	4	4	4	4	4	4	33	88	4	4	4	4	4	5	4	5	34
89	5	3	3	3	3	4	4	4	29	89	3	4	4	3	5	5	5	4	33
90	5	3	3	3	3	3	4	5	29	90	3	3	3	3	3	3	4	3	25
91	5	4	4	4	4	4	4	4	33	91	3	3	4	3	3	3	4	4	27
92	5	3	4	3	4	4	5	5	33	92	3	4	4	3	4	3	5	4	30
93	5	3	4	3	4	4	5	5	33	93	4	4	4	4	4	5	5	3	33
94	5	5	5	5	4	5	5	5	39	94	4	4	4	4	4	4	4	4	32
95	5	3	3	3	3	3	3	3	26	95	3	3	3	3	3	4	4	3	26
96	5	4	4	4	4	4	4	4	33	96	4	4	4	4	4	4	4	4	32
97	5	3	3	3	3	3	3	4	27	97	4	4	4	4	4	3	4	4	31
98	5	3	4	3	3	3	3	3	27	98	5	4	4	4	4	5	4	4	34
99	5	4	4	4	3	4	5	5	34	99	4	4	4	4	4	5	5	4	34
100	5	3	4	4	3	4	4	4	31	100	3	3	4	3	4	3	4	5	29

No	Variabel Kualitas Pelayannann (X3)										Total	No	Variabel kepuasan Konsumen (Y)									Total
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10			Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	
1	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	32	1	3	3	3	3	3	4	4	3	3	36
2	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	35	2	3	3	4	3	3	4	4	3	4	36
3	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	43	3	4	4	4	4	3	4	5	5	5	35
4	3	3	4	4	3	4	5	4	3	3	36	4	3	3	4	4	3	4	5	4	3	38
5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	29
6	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	39	6	3	4	4	4	3	4	5	4	4	35
7	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	34	7	4	3	3	3	3	4	4	4	4	31
8	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	42	8	4	4	4	4	4	5	4	5	4	31
9	3	4	4	3	5	5	5	4	5	5	43	9	3	4	4	3	5	5	5	4	5	45
10	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	33	10	3	3	3	3	3	4	3	4	4	22
11	3	3	4	3	3	3	4	4	4	5	36	11	3	3	4	3	3	3	4	4	4	38
12	3	4	4	3	4	3	5	4	4	3	37	12	3	4	4	3	4	3	5	4	4	36
13	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	41	13	4	4	4	4	4	5	5	3	4	36
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41	14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
15	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	34	15	3	3	3	3	3	4	4	3	4	29
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41	16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	37	17	4	4	4	4	4	3	4	4	3	33
18	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	40	18	5	4	4	4	4	5	4	4	4	37
19	4	4	4	4	4	5	5	4	3	3	40	19	4	4	4	4	4	5	5	4	3	31
20	3	3	4	3	4	3	4	5	5	4	38	20	3	3	4	3	4	3	4	5	5	40
21	3	3	3	3	3	3	4	3	5	4	34	21	3	3	3	3	3	3	4	3	5	41
22	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	39	22	4	4	5	4	4	4	3	3	4	27
23	3	3	3	3	4	4	3	4	5	5	37	23	3	3	3	3	4	4	3	4	5	33
24	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	32	24	3	3	4	4	3	3	3	3	3	34
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	34
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49	26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	37
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
28	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	33	28	3	3	3	3	3	4	4	4	3	30
29	3	3	3	3	3	3	4	5	4	4	35	29	3	3	3	3	3	3	4	5	4	36
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41	30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	37
31	3	3	4	3	4	4	5	5	3	3	37	31	3	3	4	3	4	4	5	5	3	44
32	3	3	4	3	4	4	5	5	3	3	37	32	3	3	4	3	4	4	5	5	3	32
33	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	47	33	5	5	5	5	4	5	5	5	4	43
34	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	32	34	3	3	3	3	3	3	3	3	4	37
35	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39	35	4	4	4	4	4	4	4	4	3	27
36	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	31	36	3	3	3	3	3	3	3	4	3	36
37	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	33	37	3	3	4	3	3	3	3	3	4	40
38	4	4	4	4	3	4	5	5	3	3	39	38	4	4	4	4	3	4	5	5	3	38
39	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	35	39	3	3	4	4	3	4	4	4	3	34
40	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48	40	5	5	5	5	5	5	5	5	4	40
41	3	4	4	4	3	4	4	4	5	5	40	41	3	4	4	4	3	4	4	4	5	25
42	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	36	42	4	3	3	3	3	4	4	4	4	42
43	4	4	4	4	4	5	5	5	3	3	41	43	4	4	4	4	4	5	5	5	3	30
44	3	4	4	3	5	5	4	4	3	3	38	44	3	4	4	3	5	5	4	4	3	29
45	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	32	45	3	3	3	3	3	3	3	3	4	34
46	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	34	46	3	3	4	3	3	4	4	4	3	39
47	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	36	47	3	4	4	3	4	4	4	4	3	19
48	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	41	48	4	4	4	4	4	4	3	4	5	39
49	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38	49	4	4	4	4	4	4	4	4	3	36
50	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	31	50	3	3	3	3	3	4	3	3	3	37
51	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38	51	1	4	3	3	5	4	4	4	4	32
52	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	40	52	5	4	5	5	4	5	4	5	5	42
53	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	34	53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
54	3	4	4	5	5	5	5	4	5	5	45	54	3	3	3	3	3	3	4	4	3	29
55	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	37	55	4	3	3	4	3	5	4	5	5	36
56	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	38	56	2	3	1	1	1	1	4	3	1	17
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	57	5	4	4	4	5	5	5	4	5	41
58	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	47	58	3	4	4	3	3	5	4	5	4	35
59	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38	59	4	5	4	4	4	3	3	5	3	35
60	4	5	4	5	5	5	3	3	3	3	40	60	4	4	4	3	4	4	3	4	4	34
61	4	3	4	5	5	5	3	3	3	4	39	61	4	3	4	4	5	4	3	4	4	35

62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	62	4	4	3	3	4	4	4	4	4	34	
63	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	40	63	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37
64	4	4	4	5	5	5	4	3	3	3	40	64	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
65	4	5	4	4	4	3	5	5	4	4	42	65	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
66	3	3	3	5	3	3	3	3	4	4	34	66	5	4	4	5	3	4	3	5	5	5	38
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41	67	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
68	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	34	68	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	41
69	5	4	4	4	3	4	4	3	3	3	37	69	2	3	3	4	4	3	4	5	4	4	32
70	5	4	4	5	3	3	4	4	3	3	38	70	5	4	4	4	4	3	3	5	4	4	36
71	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	41	71	5	5	3	4	4	4	5	4	4	4	38
72	5	5	5	5	4	3	5	5	3	3	43	72	4	4	5	4	3	3	5	4	4	4	36
73	3	3	3	5	3	3	4	4	3	3	34	73	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	35
74	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	37	74	4	4	3	3	4	4	5	4	4	5	37
75	5	4	4	4	4	3	4	4	5	5	42	75	4	4	5	3	4	4	5	5	5	5	39
76	4	4	4	5	3	2	4	3	4	4	37	76	4	4	2	3	3	4	4	4	5	5	33
77	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	32	77	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	39
78	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	34	78	5	4	4	4	4	3	3	5	4	4	36
79	4	5	4	5	4	2	4	3	4	4	39	79	4	3	5	4	5	4	4	3	4	4	36
80	3	3	4	5	4	3	4	4	3	3	36	80	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	35
81	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	34	81	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	34
82	4	4	4	4	3	3	3	3	5	5	38	82	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	29
83	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	37	83	5	5	4	4	4	3	4	3	5	5	37
84	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	36	84	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	35
85	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	33	85	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
86	4	4	5	4	4	5	5	3	3	3	40	86	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	40
87	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	35	87	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	38
88	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	34	88	2	4	5	5	5	4	4	3	4	4	36
89	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42	89	5	4	3	4	4	4	3	3	3	3	33
90	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	47	90	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	29
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39	91	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	35
92	3	3	3	3	3	5	5	4	4	4	37	92	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	32
93	3	3	3	3	3	5	5	4	3	4	36	93	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	30
94	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38	94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
95	3	3	4	3	4	4	4	5	3	3	36	95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
96	3	3	4	3	4	5	5	5	3	4	39	96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
97	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	46	97	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	33
98	3	3	3	3	3	4	5	3	4	4	35	98	3	4	3	4	5	3	3	3	3	3	31
99	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41	99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
100	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	37	100	5	4	4	5	5	3	4	3	4	4	37

HASIL UJI VALIDITAS SPSS

CORRELATIONS

/VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6 X1.7 X1.8 Jumlah

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

Correlations

Notes

Output Created		27-APR-2023 20:31:40
Comments		
Input	Data	C:\Users\ASUS\Documents\Untitled 2.sav
	Active Dataset	DataSet3
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	100
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax	CORRELATIONS /VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6 X1.7 X1.8 Jumlah /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.	
Resources	Processor Time	00:00:00,05
	Elapsed Time	00:00:00,21

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.736**	.544**	.589**	.377**	.184	.128	.148	.708**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.068	.204	.141	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.736**	1	.546**	.670**	.420**	.269**	.166	.217*	.771**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.007	.099	.030	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.544**	.546**	1	.559**	.534**	.312**	.146	.203*	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.002	.146	.043	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.589**	.670**	.559**	1	.533**	.316**	.228*	.265**	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.001	.023	.008	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.377**	.420**	.534**	.533**	1	.206*	.089	.328**	.647**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.040	.377	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.184	.269**	.312**	.316**	.206*	1	.684**	.113	.616**
	Sig. (2-tailed)	.068	.007	.002	.001	.040		.000	.265	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.128	.166	.146	.228*	.089	.684**	1	.030	.520**
	Sig. (2-tailed)	.204	.099	.146	.023	.377	.000		.765	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	.148	.217*	.203*	.265**	.328**	.113	.030	1	.424**
	Sig. (2-tailed)	.141	.030	.043	.008	.001	.265	.765		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.708**	.771**	.709**	.797**	.647**	.616**	.520**	.424**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

CORRELATIONS
/VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5 X2.6 X2.7 X2.8 Jumlah
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

Correlations

Notes		
Output Created		27-APR-2023 20:35:27
Comments		
Input	Data	C:\Users\ASUS\Documents\Untitled 2.sav
	Active Dataset	DataSet3
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	100
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5 X2.6 X2.7 X2.8 Jumlah /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time	00:00:00,02
	Elapsed Time	00:00:00,10

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Jumlah
X2.1	Pearson Correlation	1	.754**	.608**	.647**	.486**	.278**	.171	.256*	.762**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.005	.090	.010	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.754**	1	.633**	.611**	.593**	.283**	.283**	.284**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.004	.004	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.608**	.633**	1	.575**	.594**	.318**	.290**	.357**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.001	.003	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.647**	.611**	.575**	1	.454**	.162	.082	.104	.657**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.107	.416	.302	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.486**	.593**	.594**	.454**	1	.550**	.226*	.311**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.024	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.278**	.283**	.318**	.162	.550**	1	.408**	.296**	.612**
	Sig. (2-tailed)	.005	.004	.001	.107	.000		.000	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	.171	.283**	.290**	.082	.226*	.408**	1	.599**	.556**
	Sig. (2-tailed)	.090	.004	.003	.416	.024	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	.256*	.284**	.357**	.104	.311**	.296**	.599**	1	.583**
	Sig. (2-tailed)	.010	.004	.000	.302	.002	.003	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Jumlah	Pearson Correlation	.762**	.802**	.779**	.657**	.762**	.612**	.556**	.583**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

DATASET ACTIVATE DataSet2.

CORRELATIONS

/VARIABLES=X3.1 X3.2 X3.3 X3.4 X3.5 X3.6 X3.7 X3.8 X3.9 X3.10 Jumlah

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

Correlations

Notes

Output Created		27-APR-2023 20:38:50
Comments		
Input	Data	C:\Users\ASUS\Documents\Untitled 1.sav
	Active Dataset	DataSet2
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	100
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax	CORRELATIONS /VARIABLES=X3.1 X3.2 X3.3 X3.4 X3.5 X3.6 X3.7 X3.8 X3.9 X3.10 Jumlah /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.	
Resources	Processor Time	00:00:00,06
	Elapsed Time	00:00:00,13

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	Jumlah
X3.1	Pearson Correlation	1	.786**	.598**	.632**	.471**	.221*	.178	.267**	.037	.103	.722**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.027	.077	.007	.714	.307	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.786**	1	.647**	.611**	.602**	.290**	.283**	.284**	.118	.184	.808**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.003	.004	.004	.240	.067	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.598**	.647**	1	.560**	.588**	.306**	.292**	.364**	-.052	.036	.718**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.002	.003	.000	.610	.724	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.632**	.611**	.560**	1	.437**	.147	.082	.104	-.047	.043	.600**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.144	.416	.302	.642	.669	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.471**	.602**	.588**	.437**	1	.544**	.226*	.315**	.029	.117	.730**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.024	.001	.775	.246	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	.221*	.290**	.306**	.147	.544**	1	.409**	.300**	-.084	.073	.555**
	Sig. (2-tailed)	.027	.003	.002	.144	.000		.000	.002	.405	.470	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.7	Pearson Correlation	.178	.283**	.292**	.082	.226*	.409**	1	.599**	-.046	-.029	.508**
	Sig. (2-tailed)	.077	.004	.003	.416	.024	.000		.000	.649	.771	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.8	Pearson Correlation	.267**	.284**	.364**	.104	.315**	.300**	.599**	1	-.001	.029	.554**
	Sig. (2-tailed)	.007	.004	.000	.302	.001	.002	.000		.995	.778	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.9	Pearson Correlation	.037	.118	-.052	-.047	.029	-.084	-.046	-.001	1	.782**	.303**
	Sig. (2-tailed)	.714	.240	.610	.642	.775	.405	.649	.995		.000	.002
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.10	Pearson Correlation	.103	.184	.036	.043	.117	.073	-.029	.029	.782**	1	.404**
	Sig. (2-tailed)	.307	.067	.724	.669	.246	.470	.771	.778	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Jumlah	Pearson Correlation	.722**	.808**	.718**	.600**	.730**	.555**	.508**	.554**	.303**	.404**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

CORRELATIONS
 /VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4 Y5 Y6 Y7 Y8 Y9 Jumlah
 /PRINT=TWOTAIL NOSIG
 /MISSING=PAIRWISE.

Correlations

Notes		
Output Created		27-APR-2023 20:40:53
Comments		
Input	Data	C:\Users\ASUS\Documents\Untitled1.sav
	Active Dataset	DataSet2
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	100
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax	CORRELATIONS /VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4 Y5 Y6 Y7 Y8 Y9 Jumlah /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.	
Resources	Processor Time	00:00:00,02
	Elapsed Time	00:00:00,12

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Jumlah
Y1	Pearson Correlation	1	.619**	.428**	.603**	.379**	.371**	.114	.287**	.320**	.353**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.258	.004	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.619**	1	.491**	.565**	.539**	.411**	.260**	.328**	.232*	.198*
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.009	.001	.020	.049
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.428**	.491**	1	.630**	.570**	.471**	.296**	.318**	.265**	.410**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.003	.001	.008	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.603**	.565**	.630**	1	.549**	.469**	.184	.299**	.309**	.354**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.067	.003	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.379**	.539**	.570**	.549**	1	.507**	.188	.209*	.291**	.326**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.061	.037	.003	.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.371**	.411**	.471**	.469**	.507**	1	.458**	.412**	.364**	.367**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	.114	.260**	.296**	.184	.188	.458**	1	.409**	.137	.245*
	Sig. (2-tailed)	.258	.009	.003	.067	.061	.000		.000	.173	.014
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y8	Pearson Correlation	.287**	.328**	.318**	.299**	.209*	.412**	.409**	1	.245*	.303**
	Sig. (2-tailed)	.004	.001	.001	.003	.037	.000	.000		.014	.002
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y9	Pearson Correlation	.320**	.232*	.265**	.309**	.291**	.364**	.137	.245*	1	.507**
	Sig. (2-tailed)	.001	.020	.008	.002	.003	.000	.173	.014		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Jumlah	Pearson Correlation	.353**	.198*	.410**	.354**	.326**	.367**	.245*	.303**	.507**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.049	.000	.000	.001	.000	.014	.002	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

HASIL UJI RELIABILITY

```

RELIABILITY
/VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6 X1.7 X1.8
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.
    
```

Reliability

Notes		
Output Created		28-APR-2023 14:23:11
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	100
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6 X1.7 X1.8 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time	00:00:00,03
	Elapsed Time	00:00:00,05

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.797	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	27.3600	9.384	.585	.762
X1.2	27.3400	9.055	.667	.748
X1.3	27.2900	10.026	.621	.763
X1.4	27.2900	8.915	.702	.742
X1.5	27.2000	9.899	.523	.772
X1.6	27.2500	9.886	.472	.780
X1.7	27.3200	10.018	.313	.812
X1.8	27.2100	10.915	.262	.808

RELIABILITY
 /VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5 X2.6 X2.7 X2.8
 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
 /MODEL=ALPHA
 /SUMMARY=TOTAL.

Reliability

Notes		
Output Created		28-APR-2023 14:29:05
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	100
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5 X2.6 X2.7 X2.8 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time	00:00:00,02
	Elapsed Time	00:00:00,04

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.837	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	27.0000	10.485	.662	.805
X2.2	26.9400	10.421	.720	.798
X2.3	26.8100	11.044	.707	.804
X2.4	26.8100	11.044	.527	.824
X2.5	26.9600	10.726	.672	.805
X2.6	26.7600	11.114	.458	.834
X2.7	26.6100	11.715	.415	.837
X2.8	26.8000	11.455	.437	.835

RELIABILITY

```

/VARIABLES=X3.1 X3.2 X3.3 X3.4 X3.5 X3.6 X3.7 X3.8 X3.9 X3.10
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

Notes

Output Created	28-APR-2023 14:32:12	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>

	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	100
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=X3.1 X3.2 X3.3 X3.4 X3.5 X3.6 X3.7 X3.8 X3.9 X3.10 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time	00:00:00,00
	Elapsed Time	00:00:00,02

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.863	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	34.8300	18.829	.525	.855
X3.2	34.7300	18.825	.609	.848
X3.3	34.7100	18.612	.596	.849

X3.4	34.6300	18.660	.598	.849
X3.5	34.7300	18.361	.599	.848
X3.6	34.7800	18.860	.556	.852
X3.7	34.9100	18.143	.643	.845
X3.8	34.6400	18.536	.612	.847
X3.9	34.8800	18.046	.655	.843
X3.10	34.8300	20.122	.352	.867

ELIABILITY

```

/VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4 Y5 Y6 Y7 Y8 Y9
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

Notes

Output Created		28-APR-2023 14:35:19
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	100
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax	RELIABILITY /VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4 Y5 Y6 Y7 Y8 Y9 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.	
Resources	Processor Time	00:00:00,02
	Elapsed Time	00:00:00,02

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.867	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	31.3100	19.731	.428	.869
Y2	31.1900	19.933	.577	.855
Y3	31.3300	17.658	.713	.841
Y4	31.2700	19.068	.656	.848
Y5	31.1000	18.798	.622	.850
Y6	31.2300	18.017	.719	.840
Y7	31.0600	19.734	.483	.863
Y8	30.9200	19.771	.502	.861
Y9	31.1500	18.210	.716	.841

HASIL ANALISIS REGRESI LINIAR BERGANDA

```

REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT Y
  /METHOD=ENTER X1 X2 X3.
    
```

Regression

Notes

Output Created		02-MAY-2023 22:03:40
Comments		
Input	Data	C:\Users\ASUS\Documents\Untitled1.sav
	Active Dataset	DataSet2
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	100
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT Y /METHOD=ENTER X1 X2 X3.
Resources	Processor Time	00:00:00,03
	Elapsed Time	00:00:00,03
	Memory Required	4096 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	0 bytes

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga ^b		Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.996 ^a	.992	.992	.44615

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2336.731	3	778.910	3913.065	.000 ^b
	Residual	19.109	96	.199		
	Total	2355.840	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-29.115	1.837		-15.850	.000
	Harga	.543	.117	.231	4.655	.000
	Lokasi	.196	.080	.088	2.460	.016
	Kualitas Pelayanan	1.090	.105	.683	10.354	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

DISTRIBUSI NILAI r_{tabel} SIGNIFIKANSI 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

Tabel Durbin-Watson (DW), $\alpha = 5\%$

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU	dL	dU	dL	Du	dL	dU	dL	dU
71	1.5865	1.6435	1.5577	1.6733	1.5284	1.7041	1.4987	1.7358	1.4685	1.7685
72	1.5895	1.6457	1.5611	1.6751	1.5323	1.7054	1.5029	1.7366	1.4732	1.7688
73	1.5924	1.6479	1.5645	1.6768	1.5360	1.7067	1.5071	1.7375	1.4778	1.7691
74	1.5953	1.6500	1.5677	1.6785	1.5397	1.7079	1.5112	1.7383	1.4822	1.7694
75	1.5981	1.6521	1.5709	1.6802	1.5432	1.7092	1.5151	1.7390	1.4866	1.7698
76	1.6009	1.6541	1.5740	1.6819	1.5467	1.7104	1.5190	1.7399	1.4909	1.7701
77	1.6036	1.6561	1.5771	1.6835	1.5502	1.7117	1.5228	1.7407	1.4950	1.7704
78	1.6063	1.6581	1.5801	1.6851	1.5535	1.7129	1.5265	1.7415	1.4991	1.7708
79	1.6089	1.6601	1.5830	1.6867	1.5568	1.7141	1.5302	1.7423	1.5031	1.7712
80	1.6114	1.6620	1.5859	1.6882	1.5600	1.7153	1.5337	1.7430	1.5070	1.7716
81	1.6139	1.6639	1.5888	1.6898	1.5632	1.7164	1.5372	1.7438	1.5109	1.7720
82	1.6164	1.6657	1.5915	1.6913	1.5663	1.7176	1.5406	1.7446	1.5146	1.7724
83	1.6188	1.6675	1.5942	1.6928	1.5693	1.7187	1.5440	1.7454	1.5183	1.7728
84	1.6212	1.6693	1.5969	1.6942	1.5723	1.7199	1.5472	1.7462	1.5219	1.7732
85	1.6235	1.6711	1.5995	1.6957	1.5752	1.7210	1.5505	1.7470	1.5254	1.7736
86	1.6258	1.6728	1.6021	1.6971	1.5780	1.7221	1.5536	1.7478	1.5289	1.7740
87	1.6280	1.6745	1.6046	1.6985	1.5808	1.7232	1.5567	1.7485	1.5322	1.7745
88	1.6302	1.6762	1.6071	1.6999	1.5836	1.7243	1.5597	1.7493	1.5356	1.7749
89	1.6324	1.6778	1.6095	1.7013	1.5863	1.7254	1.5627	1.7501	1.5388	1.7754
90	1.6345	1.6794	1.6119	1.7026	1.5889	1.7264	1.5656	1.7508	1.5420	1.7758
91	1.6366	1.6810	1.6143	1.7040	1.5915	1.7275	1.5685	1.7516	1.5452	1.7763
92	1.6387	1.6826	1.6166	1.7053	1.5941	1.7285	1.5713	1.7523	1.5482	1.7767
93	1.6407	1.6841	1.6188	1.7066	1.5966	1.7295	1.5741	1.7531	1.5513	1.7772
94	1.6427	1.6857	1.6211	1.7078	1.5991	1.7306	1.5768	1.7538	1.5542	1.7776
95	1.6447	1.6872	1.6233	1.7091	1.6015	1.7316	1.5795	1.7546	1.5572	1.7781
96	1.6466	1.6887	1.6254	1.7103	1.6039	1.7326	1.5821	1.7553	1.5600	1.7785
97	1.6485	1.6901	1.6275	1.7116	1.6063	1.7335	1.5847	1.7560	1.5628	1.7790
98	1.6504	1.6916	1.6296	1.7128	1.6086	1.7345	1.5872	1.7567	1.5656	1.7795
99	1.6522	1.6930	1.6317	1.7140	1.6108	1.7355	1.5897	1.7575	1.5683	1.7799
100	1.6540	1.6944	1.6337	1.7152	1.6131	1.7364	1.5922	1.7582	1.5710	1.7804
101	1.6558	1.6958	1.6357	1.7163	1.6153	1.7374	1.5946	1.7589	1.5736	1.7809
102	1.6576	1.6971	1.6376	1.7175	1.6174	1.7383	1.5969	1.7596	1.5762	1.7813
103	1.6593	1.6985	1.6396	1.7186	1.6196	1.7392	1.5993	1.7603	1.5788	1.7818
104	1.6610	1.6998	1.6415	1.7198	1.6217	1.7402	1.6016	1.7610	1.5813	1.7823
105	1.6627	1.7011	1.6433	1.7209	1.6237	1.7411	1.6038	1.7617	1.5837	1.7827
106	1.6644	1.7024	1.6452	1.7220	1.6258	1.7420	1.6061	1.7624	1.5861	1.7832
107	1.6660	1.7037	1.6470	1.7231	1.6277	1.7428	1.6083	1.7631	1.5885	1.7837
108	1.6676	1.7050	1.6488	1.7241	1.6297	1.7437	1.6104	1.7637	1.5909	1.7841
109	1.6692	1.7062	1.6505	1.7252	1.6317	1.7446	1.6125	1.7644	1.5932	1.7846
110	1.6708	1.7074	1.6523	1.7262	1.6336	1.7455	1.6146	1.7651	1.5955	1.7851
111	1.6723	1.7086	1.6540	1.7273	1.6355	1.7463	1.6167	1.7657	1.5977	1.7855
112	1.6738	1.7098	1.6557	1.7283	1.6373	1.7472	1.6187	1.7664	1.5999	1.7860
113	1.6753	1.7110	1.6574	1.7293	1.6391	1.7480	1.6207	1.7670	1.6021	1.7864
114	1.6768	1.7122	1.6590	1.7303	1.6410	1.7488	1.6227	1.7677	1.6042	1.7869
115	1.6783	1.7133	1.6606	1.7313	1.6427	1.7496	1.6246	1.7683	1.6063	1.7874
116	1.6797	1.7145	1.6622	1.7323	1.6445	1.7504	1.6265	1.7690	1.6084	1.7878
117	1.6812	1.7156	1.6638	1.7332	1.6462	1.7512	1.6284	1.7696	1.6105	1.7883
118	1.6826	1.7167	1.6653	1.7342	1.6479	1.7520	1.6303	1.7702	1.6125	1.7887
119	1.6839	1.7178	1.6669	1.7352	1.6496	1.7528	1.6321	1.7709	1.6145	1.7892
120	1.6853	1.7189	1.6684	1.7361	1.6513	1.7536	1.6339	1.7715	1.6164	1.7896
121	1.6867	1.7200	1.6699	1.7370	1.6529	1.7544	1.6357	1.7721	1.6184	1.7901
122	1.6880	1.7210	1.6714	1.7379	1.6545	1.7552	1.6375	1.7727	1.6203	1.7905
123	1.6893	1.7221	1.6728	1.7388	1.6561	1.7559	1.6392	1.7733	1.6222	1.7910
124	1.6906	1.7231	1.6743	1.7397	1.6577	1.7567	1.6409	1.7739	1.6240	1.7914
125	1.6919	1.7241	1.6757	1.7406	1.6592	1.7574	1.6426	1.7745	1.6258	1.7919
126	1.6932	1.7252	1.6771	1.7415	1.6608	1.7582	1.6443	1.7751	1.6276	1.7923
127	1.6944	1.7261	1.6785	1.7424	1.6623	1.7589	1.6460	1.7757	1.6294	1.7928
128	1.6957	1.7271	1.6798	1.7432	1.6638	1.7596	1.6476	1.7763	1.6312	1.7932
129	1.6969	1.7281	1.6812	1.7441	1.6653	1.7603	1.6492	1.7769	1.6329	1.7937
130	1.6981	1.7291	1.6825	1.7449	1.6667	1.7610	1.6508	1.7774	1.6346	1.7941
131	1.6993	1.7301	1.6838	1.7458	1.6682	1.7617	1.6523	1.7780	1.6363	1.7945
132	1.7005	1.7310	1.6851	1.7466	1.6696	1.7624	1.6539	1.7786	1.6380	1.7950
133	1.7017	1.7319	1.6864	1.7474	1.6710	1.7631	1.6554	1.7791	1.6397	1.7954
134	1.7028	1.7329	1.6877	1.7482	1.6724	1.7638	1.6569	1.7797	1.6413	1.7958
135	1.7040	1.7338	1.6889	1.7490	1.6738	1.7645	1.6584	1.7802	1.6429	1.7962
136	1.7051	1.7347	1.6902	1.7498	1.6751	1.7652	1.6599	1.7808	1.6445	1.7967

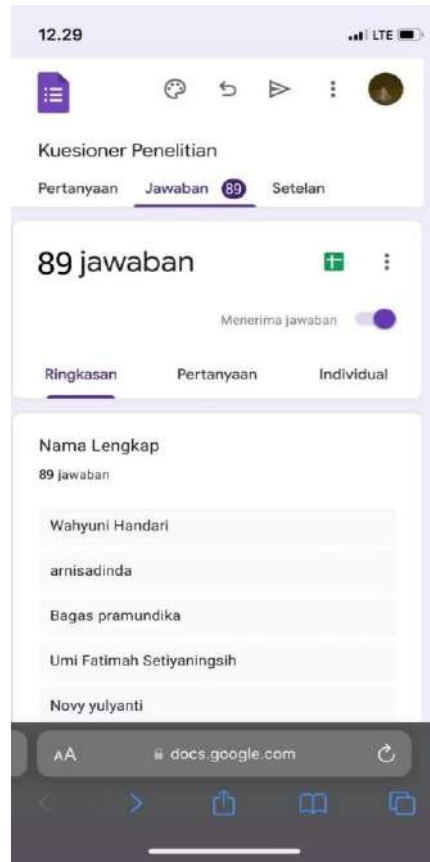
Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Df	Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002	
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392	
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262	
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135	
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011	
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890	
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772	
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657	
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544	
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434	
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327	
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222	
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119	
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019	
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921	
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825	
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731	
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639	
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549	
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460	
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374	
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289	
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206	
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125	
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045	
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967	
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890	
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815	
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741	
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669	
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598	
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528	
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460	
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392	
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326	
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262	
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198	
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135	
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074	
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013	
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954	

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut(N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74





DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Erma Sari dilahirkan di Sumbersari pada tanggal 08 Januari 2001, anak ketiga dari empat bersaudara pasangan Bapak Karsimin dengan Ibu Miatun. Pendidikan yang peneliti tempuh pada jenjang pendidikan dasar di SD Negeri 1 Sumbersari Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur selesai pada tahun 2013.

Lalu dilanjutkan pada pendidikan sekolah menengah pertama di SMP Negeri 1 Bumi Agung Lampung Timur, selesai pada tahun 2016. Sedangkan pendidikan menengah atas peneliti tempuh di SMA Negeri 1 Sekampung Lampung Timur, selesai pada tahun 2019. Selanjutnya peneliti melanjutkan pendidikan pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro dimulai pada Semester I Tahun Ajaran 2019/2020.