

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BOLU
KUKUS JAYANDARU SIDOARJO**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

AMALIA NUR HIDAYAH

2012111036/FEB/MA

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA**

2024

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BOLU
KUKUS JAYANDARU SIDOARJO**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen



Disusun Oleh :

AMALIA NUR HIDAYAH

2012111036/FEB/MA

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA**

2024

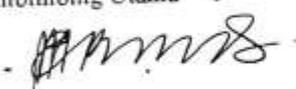
SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PRODUK , HARGA, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BOLU
KUKUS JAYANDARU SIDOARJO

Yang disusun oleh

AMALIA NUR HIDAYAH
2012111036/FEB/MA

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bhayangkara Surabaya
Pada tanggal 29 Juli 2024

Pembimbing
Pembimbing Utama


Dr. Muslichah Erma W., Dra., Ec., MM
NIDN. 0703086802

Pembimbing Pendamping

Dr. Haryono, SE., M.Si
NIDN. 0720076601

Tim Penguji
Ketua


Dr. Nova Retnowati., Dra., Ec., MM
NIDN. 0723095701

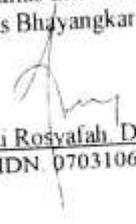
Sekretaris


Nur Lailiyatul Hidayah, SE., M.Ak
NIDN. 0713097401

Anggota

Dr. Haryono, SE., M.Si
NIDN. 0720076601

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bhayangkara Surabaya


Dr. Hj. Siti Rosyafah, Dra., Ec., M.Si
NIDN. 0703106403

SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BOLU
KUKUS JAYANDARU SIDOARJO

Yang diajukan

AMALIA NUR HIDAYAH
2012111036/FEB/MA

Disetujui untuk ujian skripsi oleh

Pembimbing I



Dr. Muslichah Erma W. Dra.Ec., MM
NIDN. 0703086802

Tanggal: 11/07/2024

Pembimbing II



Dr. Haryono, SE, M.Si
NIDN. 0720076601

Tanggal: 11/07/2024

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bhayangkara Surabaya



Dr. Siti Rosyafah, Dra.Ec., MM
NIDN. 0703106403

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Amalia Nur Hidayah
Nim : 2012111036
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 21 Agustus 2002
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Alamat Rumah : Jl. Berbek 3b Balong 2 No 70
Nomor Telp / Hp : 081231919341

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi saya dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BOLU KUKUS JAYANDARU SIDOARJO

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi/tugas akhir orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Surabaya, 29 Juli 2024

Mahasiswa yang bersangkutan



Amalia Nur Hidayah

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan baik meskipun terdapat beberapa hambatan ataupun kesulitan dalam prosesnya. Adapun penulis menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo" untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu dalam menyelesaikan Program Studi Manajemen di Universitas Bhayangkara Surabaya.

Penulis berterimakasih kepada semua pihak atas dukungannya dan bantuannya yang tulus selama proses penyusunan skripsi ini. Skripsi ini merupakan salah satu syarat mutlak untuk memenuhi persyaratan dan menyelesaikan studi serta dalam rangka memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen di Universitas Bhayangkara Surabaya.

Selama penyelesaian skripsi ini peneliti banyak mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkanterimakasih dengan setulus hati kepada:.

1. Allah SWT yang telah memeberikan rahmat dan karunia-Nya selama masa perkuliahan dan pengerjaan laporan tugas akhir ini. Karunia berupa kemudahan dan kelancaran dalam kesehatan, waktu, serta yang terpenting iman dan islam yang alhamdulillah menjadi salah satu faktor penting dalam terselesaikannya laporan tugas akhir ini dengan tepat waktu.

2. Kepada Orang Tua dan Adik saya yang sangat sangat saya cintai dan sayangi. bapak Muhammad Yunus dan Ibu saya tercinta Surati serta adik saya Muhammad Isnaini Latif terimakasih telah mengiringi dengan doa, memberikan kasih sayang, serta dukungan secara meterial, motivasi untuk penyelesaian skripsi ini.
3. Kepada Bapak Irjen Pol. (Purn) Drs. Anton Setiadji, S.H.,M.H selaku Rektor Universitas Bhayangkara Surabaya.
4. Kepada Ibu Dra. Siti Rosyafah, Dra. Ec., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya.
5. Kepada Ibu Indah Noviandari SE.,M.si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya.
6. Kepada Ibu Dr. Muslichah Erma Widiana, Dra., Ec., MM dan bapak Dr. Haryono,SE., M.Si selaku dosen pembimbing saya, yang telah menyempatkan waktu dan tenaganya ditengah kesibukan dan dengan sangat sabar membimbing saya dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai.
7. Kepada seluruh Dosen dan Staff Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universtas Bhayangkara Surabaya yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan, wawasan danpengalaman yang sangat berharga.
8. Kepada semua teman temanku penulis ucapkan terimakasih sudah mau membantu dan sharing dalam menyusun skripsi.
9. Kepada diri saya sendiri, yang telah mampu kooperatif dalam mengerjakan tugas akhir ini. Terimakasih karena selalu berpikir positif ketika keadaan sempat tidak berpihak dan selalu berusaha mempercayai diri sendiri sehingga

akhirnya mampu membuktikan bahwa saya bisa menyelesaikannya sendiri.

Terimakasih telah menjadi diri sendiri dengan versi terbaik yang kita miliki.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa melimpahkan rahmat-Nya kepada kita semua. Dalam penulisan tugas akhir ini, peneliti menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritikanakan membangun senantiasa di harapkan untuk kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi peneliti serta pembaca guna menambah wawasan.

Surabaya,29 Juli 2024

Amalia Nur Hidayah

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BOLU KUKUS JAYANDARU SIDOARJO

AMALIA NUR HIDAYAH

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara
Surabaya

Penelitian ini berangkat dari permasalahan terjadi ketidakstabilan penjualan setiap bulan. Penjualan meningkat pada pertengahan bulan, namun cenderung naik turun pada setiap bulan. Ini disebabkan beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen membeli suatu produk yaitu kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan. Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Bolu Kukus Jayandaru yang berada di Sidoarjo. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *Random Sampling* dengan sampel menggunakan rumus Cochran menjadi sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Teknik analisis data dilakukan dengan uji Validitas dan Reabilitas, analisis regresi linier berganda, dengan pengujian hipotesis uji F dan uji t. Hasil penelitian regresi linear berganda $Y = -0,871 + 0,300.X1 + 0,140.X2 + 0,236.X3 + e$. Hasil uji F kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai F-hitung > F-tabel ($113,092 > 2,70$) nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil uji t membuktikan secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t-hitung > t-tabel ($5,646 > 1,985$), Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t-hitung > t-tabel ($2,131 > 1,985$), dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t-hitung > t-tabel ($3,943 > 1,986$). Berdasarkan hasil analisis tersebut maka dapat diambil suatu kesimpulan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen bolu kukus jayandaru sidoarjo, serta secara parsial dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Bolu kukus jayandaru Sidoarjo. Variabel kualitas produk berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai *Standardized of Coefficients* Beta 0,399.

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

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT JAYANDARU STEAMED SPONGE CAKE SIDOARJO

AMALIA NUR HIDAYAH

Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Bhayangkara University Surabaya

This research departs from the problem of sales instability every month. Sales increase in the middle of the month, but tend to fluctuate every month. This is due to several factors that influence consumers to buy a product, namely product quality, price, and service quality. This study aims to determine and analyze the effect of product quality, price, and service quality on consumer satisfaction of Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo. The population in this study were consumers of Bolu Kukus Jayandaru in Sidoarjo. The sampling technique was carried out using the Random Sampling method with a sample using the Cochran formula to be as many as 100 respondents. The data collection technique was carried out by distributing questionnaires. The data analysis technique was carried out by validity and reliability tests, multiple linear regression analysis, with hypothesis testing F test and t test. The results of multiple linear regression research $Y = -0.871 + 0.300.X_1 + 0.140.X_2 + 0.236.X_3 + e$. The results of the F test product quality, price, and service quality simultaneously have a significant effect on customer satisfaction with an F-count $>$ F-table value ($113.092 > 2.70$) a significance value of $0.000 < 0.05$. The t-test results prove that partially product quality has a significant effect on customer satisfaction with a t-count $>$ t-table value ($5.646 > 1.985$), partial price has a significant effect on customer satisfaction with a t-count $>$ t-table value ($2.131 > 1.985$), and service quality partially has a significant effect on customer satisfaction with a t-count $>$ t-table value ($3.943 > 1.986$). Based on the results of this analysis, it can be concluded that product quality, price and service quality have a simultaneous and significant effect on customer satisfaction of Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo, and partially and significantly affect customer satisfaction of Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo. The product quality variable has a dominant effect on customer satisfaction with a Standardized of Coefficients Beta value of 0.399.

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

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	iv
ABSTRACK.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Landasan Teori.....	16
2.2.1 Kualitas Produk	16
2.2.1.1 Pengertian Kualitas Produk	16
2.2.1.2 Indikator Kualitas Produk	17

2.2.1.3 Dimensi Kualitas Produk.....	18
2.2.1.4 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	19
2.2.2 Harga.....	21
2.2.2.1 Pengertian Harga	21
2.2.2.2 Indikator Harga.....	21
2.2.2.3 Faktor Yang Mempengaruhi Harga.....	22
2.2.3 Kualitas Pelayanan.....	23
2.2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	23
2.2.3.2 Indikator Kualitas Pelayanan.....	24
2.2.3.3 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	25
2.2.4 Kepuasan Konsumen	26
2.2.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	26
2.2.4.2 Indikator Kepuasan Konsumen	27
2.2.4.3 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	28
2.2.4.4 Dimensi Kepuasan Konsumen	29
2.2.4.5 Konsep Kepuasan Konsumen.....	29
2.2.5 Hubungan Antar Variabel.....	30
2.2.5.1 Hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen.....	30
2.2.5.2 Hubungan Harga dengan Kepuasan Konsumen.....	31
2.2.5.3 Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen ...	32

2.3 Kerangka Konseptual	33
2.4 Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Kerangka Proses Berpikir	35
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	37
3.2.1 Definisi Operasional	37
3.2.2 Pengukuran Variabel	39
3.2.3 Desain Instrumen Penelitian	40
3.3 Teknik Penentuan Populasi, Besar Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	42
3.3.1 Populasi.....	42
3.3.2 Sampel	42
3.3.3 Teknik Sampling.....	43
3.4 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	44
3.5 Teknik Pengumpulan Data	44
3.6 Pengujian Data	45
3.6.1 Uji Validitas.....	45
3.6.2 Uji Reabilitas	46
3.7 Analisis Data dan Uji Hipotesis	46
3.7.1 Analisis Data.....	46
3.7.1.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	47

3.7.1.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
3.7.1.3 Koefisien Determinasi (R ²).....	48
3.7.2 Uji Hipotesis	48
3.7.2.1 Uji Hipotesis 1 (Uji F).....	49
3.7.2.2 Uji Hipotesis 2 (Uji t).....	49
3.7.2.3 Uji Hipotesis 3 (Penentuan Variabel Dominan).....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	51
4.1.1 Sejarah Singkat Bolu Kukus Jayandaru.....	51
4.1.2 Visi dan Misi.....	52
4.1.3 Struktur Organisasi	53
4.2 Profil Responden.....	56
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	57
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	58
4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	59
4.3 Deskripsi Hasil Penelitian	60
4.3.1 Penilaian Masing-Masing Variabel	60
4.3.2 Deskripsi Variabel Kualitas Produk	61
4.3.3 Deskripsi Variabel Harga	62

4.3.4 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan	63
4.3.5 Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen	64
4.4 Analisis Hasil Penelitian dan Pengujian Hipotesis	65
4.4.1 Analisis Hasil Penelitian.....	65
4.4.1.1 Uji Validitas	65
4.4.1.2 Uji Reliabilitas.....	67
4.4.1.3 Analisis Regresi Berganda	68
4.4.1.4 Koefisien Determinasi	70
4.4.2 Uji Hipotesis	71
4.4.2.1 Uji F.....	71
4.4.2.2 Uji Parsial (Uji t)	72
4.4.2.3 Uji Dominan	75
4.5 Pembahasan.....	76
4.5.1 Pengaruh Simultan Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y).....	76
4.5.2 Pengaruh Secara Parsial Kualitas Produk (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	77
4.5.3 Pengaruh Secara Parsial Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	79

4.5.4 Pengaruh Secara parsial Kualitas Pelayanan (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	80
4.5.5 Variabel Bebas yang Berpengaruh Dominan Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	81
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	89
5.1 Simpulan	89
5.2 Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	98
DAFTAR LAMPIRAN	102

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data penjualan Lapis Kukus Jayandaru Sidoarjo tahun 2022-2023	3
Tabel 2. 1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3. 1 Skala Likert	40
Tabel 3. 2 Desain Instrumen Penelitian Lapis Kukus Jayandaru Tahun 2024	41
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	59
Tabel 4. 5 Interval Jawaban Responden.....	60
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk (X1).....	61
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga (X2).....	62
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan (X3).....	63
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	64
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas.....	66
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	67
Tabel 4. 12 Analisis Regresi Linier Berganda	68
Tabel 4. 13 Koefisien Determinasi (R^2).....	70
Tabel 4. 14 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	72
Tabel 4. 15 Hasil Uji Parsial (Uji t)	73
Tabel 4. 16 Hasil Uji Dominan	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	49
Gambar 3. 1 Kerangka Pola Berpikir	35
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Bolu Kukus Jayandaru (Outlet Arhanud).....	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	102
Lampiran 2 Hasil Jawaban Responden	106
Lampiran 3 Hasil SPSS.....	107
Lampiran 4 Tabel r.....	112
Lampiran 5 Tabel t.....	115
Lampiran 6 Tabel F.....	118

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha berkembang semakin pesat sehingga meningkatkan persaingan bisnis. Hal ini membuat perusahaan harus mampu bersikap dan bertindak tepat dalam menghadapi persaingan, sehingga perusahaan berusaha mencari strategi bisnis yang dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli suatu produk. Strategi dalam bisnis berkenaan dengan perspektif pasar yang dilayani. Perspektif ini dapat ditentukan dengan berbagai cara. Sebagai contoh, dalam hal lingkup pasar perusahaan dapat memutuskan untuk melayani pasar keseluruhannya atau hanya berkonsentrasi pada segmen pasar kunci. Dimensi geografis sebuah pasar berkaitan dengan aspek lain seperti pasar lokal, pasar regional, pasar nasional, atau pasar internasional. Pemasaran global adalah kegiatan pemasaran yang dilakukan menurut kesamaan pemasaran pasar dunia yang kompleks melalui penggabungan dari kegiatan pemasaran domestik dan luar negeri Sherly (2020:2). Manajemen pemasaran adalah sebuah rangkaian perencanaan, proses pelaksanaan, pengawasan serta kegiatan pengendalian pemasaran suatu produk, agar sebuah perusahaan bisa mencapai target secara efektif dan efisien (Satriadi, dkk (2021:2).

Seiring dengan adanya proses Ekonomi Pembangunan di Negara berkembang, Indonesia salah satu termasuk Negara berkembang yang sedang mengalami ekonomi pembangunan. Dengan adanya Ekonomi Pembangunan masyarakat diharapkan dapat menumbuhkan jiwa wirausaha untuk dapat bersaing

pada Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) pelaku bisnis di Indonesia dituntut untuk memunculkan ide-ide kreatif dan inovatifnya dalam menciptakan suatu karya atau produk yang dihasilkan, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan sasaran utama dalam hal kegiatan pendapat masyarakat tertinggi namun dibalik itu ada tantangan atau suatu keharusan yang harus dilakukan oleh pelaku UMKM untuk mengetahui perkembangan UMKM yang dijalankan. Masyarakat Ekonomi ASEAN adalah momen untuk menguji kehebatan para pebisnis di Indonesia sebelum menghadapi persaingan global. Momen ini adalah "pertarungan hidup dan mati" bagi setiap para pengusaha di Indonesia, apa pun bisnis mereka. Karena saat MEA sudah terealisasi, mau tidak mau, para pebisnis harus mau mengubah strategi pemasaran menjadi lebih profesional agar dapat memenangkan persaingan yang semakin kompetitif (Maulana, 2020:169). Manajemen pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan yang terdiri dari kegiatan mengorganisaikan, mengarahkan, mengkoordinir serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif (Melati, 2020:1).

Persingan yang ketat didalam dunia bisnis saat ini terjadi pada berbagai bidang, termasuk dibidang bisnis kuliner. Kebutuhan akan makanan dan minuman merupakan kebutuhan dasar manusia yang wajib terpenuhi sehingga bisnis kuliner menjadi *trend* dikalangan masyarakat indonesia saat ini. meningkatnya persaingan yang kuat dibidang kuliner perusahaan harus melakukan strategi pemasaran yang

efektif dan terbaru sehingga konsumen mendapatkan apa yang mereka butuhkan, sehingga timbul kepuasan dalam penggunaan produk.

Fenomena banyaknya bisnis dalam bidang kuliner saat ini sangat beragam, salah satunya yaitu kue. Pada umumnya, kue terbuat dari adonan tepung. Baik itu dari tepung terigu, tepung beras, tepung tapioka, maupun tepung sagu. Kue termasuk produk makanan yang populer di Indonesia dan konsumennya tersebar luas diberbagai lapisan masyarakat. Kue lapis kukus sendiri sudah ada sejak zaman dahulu dan sekarang mulai dikemas dan diinovasikan lebih *modern* untuk menyesuaikan zaman dan keinginan konsumen saat ini, kue ini biasanya terdiri dari dua warna yang ditumpuk berlapis-lapis, kue ini dikukus setiap lapisannya sebelum kemudian lapisan atasannya ditambahkan lagi. Kue lapis kukus juga merupakan kue yang banyak digemari oleh masyarakat Indonesia khususnya di Surabaya dan Sidoarjo karena kue ini dapat dibawa menjadi oleh-oleh saat mudik lebaran maupun untuk konsumsi sehari-hari setiap waktu. Di Indonesia sendiri terdapat berbagai macam kue dengan olahan yang yang bervariasi. Salah satunya yaitu kue Lapis Kukus / Bolu Kukus Jayandaru.

Lapis Kukus Jayandaru merupakan produk makanan yang di produksi oleh Spikoe Bolu Kukus Jayandaru yang sudah berdiri sejak Tahun 2017. Dengan menampilkan banyak varian rasa diantaranya Original, Chocopandan, Brownies, Telo Ungu, Strawberry, Tiramisu, Oreo, dan Pisang. Hingga saat ini Lapis kukus Jayandaru Sidoarjo merupakan salah satu produk Kue Lapis yang banyak digemari oleh para konsumen dan menjadi pilihan oleh-oleh. Dalam penelitian kali ini, peneliti melakukan penelitian pada salah satu cabang pusat Lapis Kukus

Jayandaru Sidoarjo yang berada di Gedangan yaitu di Jalan Nangka No 02 Seruni, Stand Komplek Arhanudse, Gedangan Sidoarjo, Jawa Timur. Berikut merupakan daftar penjualan Lapis Kukus Jayandaru Sidoarjo pada tahun 2022-2023. Sebagaimana pada Tabel 1.1 berikut:

Tabel 1. 1
Data penjualan Lapis Kukus Jayandaru Sidoarjo tahun 2022-2023

No	Bulan	Penjualan/Box 2022	Penjualan/Box 2023
1	Januari	9.000	6.107
2	Februari	9.180	9.455
3	Maret	10.000	7.500
4	April	15.567	20.561
5	Mei	18.982	11.480
6	Juni	9.500	9.550
7	Juli	9.987	8.143
8	Agustus	8.575	10.000
9	September	10.750	9.785
10	Oktober	9.492	7.500
11	November	10.750	10.855
12	Desember	18.779	20.318
Total		140.562	131.254

Sumber : Lapis Kukus Jayandaru Sidoarjo (2024)

Pada Tabel 1.1 menunjukkan banyaknya penjualan lapis kukus pada tahun 2022-2023 yang terjadi ketidakstabilan di setiap bulan. Penjualan meningkat pada pertengahan bulan karena bertepatan pada hari raya Idul Fitri serta pada akhir bulan bertepatan dengan hari Natal dan tahun baru, namun cenderung naik turun pada setiap bulan. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen membeli suatu produk yaitu kualitas produk yang ditawarkan.

Kualitas produk merupakan keseluruhan suatu produk segala yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen pada produk yang berkualitas Carmelia Cesariana dkk (2022:214). Amalia (2020), dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen produk kosmetik ulfiah shop (Studi pada Pengguna Facebook di Kota Makassar)". Kualitas produk merupakan segala sesuatu yang dihasilkan oleh perusahaan dan dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen.

Kualitas produk yang ada di Bolu Kukus Jayandaru mengalami perbedaan pada ukuran lapis yang terkadang tidak sama lapis satu dengan lainnya dan juga belum ada segel pada box lapis, hal ini membuat konsumen merasa kecewa berbeda dengan beberapa toko roti disekitarnya yang menawarkan kualitas rasa, tekstur dan bentuk roti yang sama dan sudah memiliki segel pada box lapis sehingga mempengaruhi penjualan produk Lapis Kukus Jayandaru. Berdasarkan penjelasan diatas maka peneliti menyimpulkan bahwa Kualitas produk adalah kondisi fisik, sifat, dan fungsi suatu barang atau layanan jasa yang mencakup mutu, durabilitas, reliabilitas, kemudahan penggunaan, kesesuaian, perbaikan, dan komponen lainnya. Tujuannya adalah memenuhi kepuasan dan kebutuhan konsumen dengan standar yang telah ditetapkan.

Juwanto (2020:26) menjelaskan tentang hubungan kualitas produk dengan kepuasan konsumen, kualitas produk sebagai berhubungan erat dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk keseluruhan produk, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, dan atribut

bernilai lainnya. Ayu Diah Shapira (2020) “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Mawar Bakery And Cake Shop Cabang Simalingkar Medan).” Menghasilkan penelitian bahwa hubungan kualitas produk dengan kepuasan konsumen berpengaruh positif walaupun tidak signifikan dengan kepuasan konsumen Mawar Bakery and Cake Shop Cabang Simalingkar Medan yang artinya semakin baik kualitas produk maka kepuasan konsumen akan terpenuhi.

Harga juga menjadi faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Jika harga yang ditetapkan oleh pengusaha tidak sesuai dengan kualitas produk maka konsumen tidak akan melakukan pembelian. Lailatus Sa’adah (2020:15) Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu dan tempat tertentu. Fitriyanur (2020) dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen rumah makan lesehan dapur m'riah" Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut.

Harga pada Bolu kukus Jayandaru dari segi harga, harga untuk per-boxnya seharga Rp 33.000 tanpa menyediakan pesan antar maupun melalui aplikasi gojek atau grab namun jika konsumen ingin pesanan diantar harus ada minimal pembelian 100 box, sedangkan pelaku usaha sejenis disekitarnya hanya seharga Rp 30.000 Per-box sudah termasuk pesan antar jadi harga yang ditawarkan kurang

terjangkau di kantong masyarakat sekitar, akhirnya berpengaruh pada kepuasan konsumen yang ada. Berdasarkan penjelasan diatas maka peneliti menyimpulkan bahwa harga adalah penentu konsumen dalam menentukan suatu kepuasan konsumen terhadap suatu produk maupun jasa.

Sa'adah (2020:7) menjelaskan tentang hubungan harga dengan kepuasan konsumen, Strategi penetapan harga sangat penting untuk menarik perhatian konsumen. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Nuruddin Mahmud (2021) "pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Transmart Setia Budi Semarang." Hubungan harga dengan kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan artinya semakin baiknya strategi harga yang di terapkan seperti harga yang terjangkau harga sesuai dengan produk, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat maka harga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan menjadi faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, hal ini dapat membantu konsumen melakukan pembelian ulang dilain waktu. Shalsabila (2023:149) menyatakan bahwa Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan ini bukanlah suatu hal yang permanen atau kaku, melainkan fleksibel dan dapat dirubah. Perubahan ini tentunya berupa peningkatan kualitas pelayanan agar semakin lebih baik lagi. Agusti dan Verano (2022:38) dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan

Konsumen (Kfc arjuna Medan Perjuangan)", Kualitas Pelayanan adalah upaya perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan melalui jasa yang mengiringi produk yang ditawarkan dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan konsumen.

Kualitas Pelayanan yang ada Bolu kukus Jayandaru sangat kurang sekali dari segi pemberian kualitas pelayanan yang tidak terjamin, seperti tidak adanya pelayanan pesan antar melalui aplikasi gojek atau grab dan respon terhadap keluhan konsumen yang lambat. Berbeda dengan para usaha sejenis disekitarnya yang sudah menerapkan pesan antar melalui gojek, grab bahkan shoppe food untuk memesan produk di Bolu kukus Jayandaru. Berdasarkan penjelasan diatas maka peneliti menyimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan adalah pada dasarnya berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen.

Keberhasilan usaha tidak ditentukan oleh produsen melainkan oleh pelanggan maupun konsumen, maka dari itu terdapat hubungan yang erat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan / konsumen. semakin tinggi kualitas pelayanan menyebabkan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan / konsumen Arief (2020:213). Fajar Saputro dan Muhammad Jalari (2023) "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Roti Bakar" Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen menunjukkan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen yang berarti kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Roti Bakar.

Penting bagi perusahaan untuk berfokus pada kepuasan konsumen agar mampu bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin ketat. Kepuasan konsumen sangat dibutuhkan karena dapat mempengaruhi kenaikan atau penurunan penjualan. Ginting (2023:44) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Karma (2020:334), dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen “, Kepuasan konsumen adalah harapan yang terwujud. Dari definisi tersebut dapat kita ketahui bahwa harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang atau jasa). Dengan terciptanya kepuasan pelanggan maka tujuan perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan perusahaan akan dapat terpenuhi sehingga perusahaan mendapatkan keuntungan.

Dalam masalah kepuasan konsumen sendiri Bolu kukus Jayandaru adalah tidak memberikan harapan yang sesuai kepada konsumen untuk membeli kembali dan kualitas pelayanan yang kurang sehingga mengurangi kepuasan konsumen pada saat membeli produk lapis atau kue pada Bolu kukus Jayandaru. Hal ini menyebabkan konsumen kurang tertarik untuk membeli kembali. Sehingga disimpulkan adanya keterkaitan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen agar konsumen selalu tertarik dan mengulangi pembelian produk atau jasa

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut dan hasil penelitian sebelumnya masih menunjukkan adanya ketidaksamaan antara kualitas produk, harga, dan

kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Maka peneliti merasa tertarik melakukan penelitian kembali untuk menguji variabel tersebut. Sehingga dapat mendukung data yang relevan sesuai kondisi saat ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas penelitian ini dapat dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo?
2. Apakah variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo?
3. Apakah variabel kualitas produk secara dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas produk secara dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini di harapkan dapat bermanfaat bagi beberapa pihak, adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengalaman dan referensi untuk menambah ilmu pengetahuan dalam manajemen pemasaran. sehingga peneliti dapat memahami betapa pentingnya pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

2. Bagi perusahaan

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi, sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam meningkatkan penjualan produk khususnya melalui kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan yang dihasilkan perusahaan setelah covid-19.

3. Bagi pembaca

Dari penelitian yang dilakukan ini pembaca dapat memahami pentingnya pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

4. Bagi Universitas Bhayangkara Surabaya

Penelitian ini dapat menjadi referensi atau bahan kajian bagi mahasiswa yang ingin mengembangkan penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan manajemen pemasaran terutama dalam konsep kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman dari usulan penelitian ini secara keseluruhan, maka dalam sistematika penelitian ini akan digambarkan secara garis besar penelitian ini. adapun sistematika penulisan penelitian ini. dari penelitian ini dapat disusun sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini merupakan bagian pertama dimana dalam bab ini dibahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini membahas tentang penelitian terdahulu, landasan teori hubungan antar variabel, kerangka konseptual dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisi tentang kerangka proses berpikir, definisi operasional dan pengukuran variabel, teknik penentuan populasi, besar sampel dan teknik pengambilan sampel, lokasi dan waktu penelitian, teknik

pengumpulan data, pengujian data, teknik analisis data dan uji hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang deskripsi objek penelitian, data, dan deskripsi hasil penelitian analisis dan pengujian hipotesis, pembahasan.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Didalam bab ini akan dikemukakan simpulan dan saran yang akan diperoleh dari keseluruhan pembahasan yang akan dilakukan pada bab-bab selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan salah satu upaya dari peneliti guna mencari suatu perbandingan dan selanjutnya guna mencari atau menemukan referensi baru untuk penelitian selanjutnya, disamping itu kajian atau penelitian terdahulu dapat membantu penelitian dalam memposisikan penelitian serta menunjukkan orisinalitas dari penelitian. Pada bagian ini peneliti akan mencantumkan berbagai hasil penelitian atau kajian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan, kemudian nantinya akan membuat ringkasannya, baik berupa penelitian yang telah terpublikasi atau belum terpublikasi (skripsi, tesis, disertasi, dan sebagainya). Dengan hal ini, maka nantinya akan dapat dilihat sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak atau akan dilakukan. Penelitian atau kajian yang mempunyai keterkaitan dengan kajian ini antara lain :

a) Nuruddin Mahmud (2021)

Dalam penelitiannya yang berjudul “pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Transmart Setia Budi Semarang.” Menggunakan metode kuantitatif. Kesimpulannya adalah pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

b) Ayu Diah Shapira (2020)

Dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi

Kasus: Mawar Bakery And Cake Shop Cabang Simalingkar Medan).” Menggunakan metode kuantitatif. Kesimpulannya adalah Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mawar Bakery and Cake Shop Cabang Simalingkar Medan. Kualitas pelayanan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mawar Bakery and Cake Shop Cabang Simalingkar Medan. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mawar Bakery and Cake Shop Cabang Simalingkar Medan. Kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mawar Bakery and Cake Shop Cabang Simalingkar Medan.

c) Fajar Saputro dan Muhammad Jalari (2023)

Dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Roti Bakar” Menggunakan metode kuantitatif. Kesimpulannya adalah Variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan roti bakar. Variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan roti bakar. Variabel harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan roti bakar. Variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan roti bakar.

Tabel 2. 1
Perbedaan dan Persamaan Penelitian

Nama Penelitian	Nuruddin Mahmud (2021)	Ayu Diah Shapira (2020)	Fajar Saputro dan Muhammad Jalari (2023)	Peneliti (2024)
Judul	Pengaruh Harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Transmart Setia Budi Semarang	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Mawar Bakery And Cake Shop Cabang Simalingkar Medan)	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Roti Bakar”	Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo
Persamaan	-Kualitas Pelayanan (X3) -Kepuasan Konsumen (Y)	-Kualitas Produk (X1) -Kepuasan Konsumen (Y)	-Kualitas Produk (X1) -Kepuasan Konsumen (Y)	-Kualitas Produk (X1) -Harga (X2) -Kualitas pelayanan (X3) -Kepuasan Konsumen (Y)
Perbedaan	-Harga (X1) -Kualitas Produk (X2)	-Kualitas Pelayanan (X2) -Harga (X3)	-Kualitas Pelayanan (X2) -Harga (X3)	Objek Penelitian
Objek	Transmart Setia Budi Semarang	Mawar Bakery And Cake Shop Cabang Simalingkar Medan	Roti Bakar	Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo

Sumber : Peneliti (2024)

2.2 Landasan Teori

Sugiyono (2019: 85) teori merupakan seperangkat konsep, definisi, dan proporsi yang berfungsi untuk melihat fenomena secara sistematis, melalui spesifikasi hubungan antar variabel, sehingga dapat berguna untuk menjelaskan dan meramalkan fenomena. Konseptualisasi diperoleh melalui jalan yang sistematis. Suatu teori harus dapat diuji kebenarannya jika tidak berarti tidak dapat dikatakan sebagai teori. Didalam suatu teori terdapat berbagai pendapat para ahli dan hasil penelitian berasal dari sumber yang jelas studi keputastakaannya. Berdasarkan pendapat para ahli dapat disimpulkan bahwa suatu teori adalah suatu konseptualisasi yang umum. Landasan teori menjadi pedoman bagi seorang peneliti dalam melakukan sebuah penelitian.

2.2.1 Kualitas Produk

2.2.1.1 Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk adalah salah satu hal yang menjadi pertimbangan utama dalam kepuasan konsumen setelah melakukan transaksi dalam suatu produk. Kualitas produk menjadi tolok ukur sebuah produk terhadap kepuasan konsumen maka dari itu dengan adanya kualitas produk yang baik akan memenuhi keinginan konsumen terhadap suatu produk Kumrotin & Susanti (2021 : 56).

Carmelia Cesariana dkk (2022 : 45) mendefinisikan bahwa kualitas produk merupakan keseluruhan suatu produk yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen pada produk yang berkualitas. Yulianto (2022) Produk merupakan inti dari sebuah kegiatan pemasaran karena produk merupakan output atau hasil dari salah satu kegiatan atau aktivitas

perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar sasaran untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Pada dasarnya, saat membeli suatu produk, seorang konsumen tidak hanya membeli produk. Akan tetapi, konsumen juga membeli manfaat atau keunggulan yang dapat diperoleh dari produk yang dibelinya. Oleh karena itu, suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang lain, salah satunya dari segi kualitas produk yang ditawarkan.

Kualitas Produk dapat disimpulkan bahwa baik atau buruknya sebuah kualitas produk dapat dinilai oleh konsumen itu sendiri. Pemuasan kebutuhan para konsumen dilihat dari sebuah kualitas produk untuk menentukan pemasarannya.

2.2.1.2 Indikator Kualitas Produk

Indikator Kualitas Produk Kumrotin & Susanti (2021:58) berpendapat dalam menjaga keunggulan persaingan dalam pasar harus mengetahui faktor penentu dari suatu kualitas produk. Kualitas produk terdiri dari indikator :

1. *Performance* atau kinerja adalah manfaat dari sebuah produk yang kita beli memiliki fungsi utama sebagai karakteristik operasi dasar yang berhubungan dengan sebuah produk atau jasa. Hal yang menjadi pertimbangan produk merupakan kinerja yang dapat mempengaruhi karakteristik atau fungsi utama dari sebuah produk itu sendiri.
2. *Durability* (daya tahan), memiliki arti suatu produk dapat diartikan mempunyai ketahanan yang cukup lama maka semakin lama pula pergantian terhadap produk lainnya. Frekuensi pemakaian yang semakin besar pada konsumen terhadap suatu produk maka daya tahan suatu produk semakin besar pula.

3. *Range and type of features* merupakan fitur dari suatu produk yang didesain untuk menambah dan menarik konsumen pada suatu produk. Ide yang ditingkatkan dalam fitur ini biasanya dapat meningkatkan kualitas dari sebuah produk selama pesaing belum memilikinya. Manfaat dasar suatu produk merupakan dimensi fitur yang memberikan ciri-ciri tambahan untuk melengkapi fungsi produk. Jika suatu fitur dapat ditambahkan untuk konsumen maka fitur tersebut memiliki sifat yang menjadi pilihan bagi konsumen, jadi fitur tersebut harus memiliki manfaat utama yang suah standar.
4. *Reliability* (reliabilitas), adalah tidak dalam periode waktu tertentu, suatu produk akan bekerja atau memuaskan suatu probabilitas. Suatu produk dapat diandalkan apabila semakin kecil terjadinya kerusakan.
5. *Sensory Characteristic*, merupakan bentuk, rasa, bau, dan tampak dapat dilihat dari sebuah produk.
6. *Perceived quaility* (kesan kualitas), suatu barang yang digunakan tidak langsung oleh konsumen sehingga memungkinkan konsumen tidak mengerti terhadap suatu informasi suatu produk yang bersangkutan. Sehingga konsep dari iklan , reputasi, harga, merk dan negara asal didapat konsumen dari sebuah produk.

2.2.1.3 Dimensi Kualitas Produk

Dimensi kualitas produk Carmelia Cesariana dkk (2022 : 47) terdiri dari:

- a. *Performance* (kinerja) yaitu merupakan ciri-ciri kinerja produk yang dimiliki suatu produk.

- b. *Durability* (daya tahan), yaitu berkaitan dengan usia produk atau daya aktif sebuah produk sebelum produk tersebut kehilangan masa pakai.
- c. *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), ialah seberapa jauh suatu produk dapat memenuhi standar ataupun tidak ditemuinya kelemahan pada produk.
- d. *Features* (fitur), merupakan ciri-ciri produk yang dibuat untuk menyempurnakan fungsi dari produk dan untuk menarik ketertarikan pelanggan terhadap produk yang dijual.
- e. *Reliability* (reliabilitas), yaitu kemungkinan suatu produk dapat bekerja dengan baik atau tidak dalam jangka waktu tertentu.
- f. *Aesthetics* (estetika), berkaitan dengan penampilan produk.
- g. *Perceived quality* (kesan kualitas), yaitu merupakan hasil yang berasal dari penilaian penggunaan yang secara tidak sadar dilakukan karena adanya kemungkinan konsumen tidak mengerti dengan produk yang berkaitan atau kurangnya informasi dengan produk yang digunakan.

2.2.1.4 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Dapkevicius & Melnikas (2022) Berikut ini beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kualitas produk:

1. Bahan Baku

Kualitas bahan baku yang digunakan dalam proses produksi akan sangat mempengaruhi kualitas produk akhir. Bahan baku yang berkualitas baik akan menghasilkan produk yang baik pula jika bahan baku tidak bagus hasil akhirnya pun akan jelek.

2. Tenaga Kerja

Keterampilan, pengetahuan, dan pengalaman tenaga kerja yang terlibat dalam proses produksi akan berdampak pada kualitas produk yang dihasilkan.

3. Desain Produk

Desain produk yang baik, dengan mempertimbangkan aspek fungsionalitas, ergonomis, estetika, dan kemudahan penggunaan, akan meningkatkan kualitas produk.

4. Standar Kualitas

Adanya standar kualitas produk serta pelayanan yang jelas dan kepatuhan terhadap standar tersebut yang sudah ditetapkan akan membantu menjamin konsistensi kualitas produk.

5. Pemeliharaan Peralatan

Peralatan dan mesin produksi yang dirawat dengan baik dan diperhatikan kebersihannya akan berfungsi optimal dan menghasilkan produk dengan kualitas yang lebih terjamin.

6. Pengemasan dan Penyimpanan

Pengemasan yang tepat dan kondisi penyimpanan yang sesuai akan melindungi produk dari kerusakan dan mempertahankan kualitasnya.

7. Umpan Balik Pelanggan

Masukan dan umpan balik dari pelanggan tentang kualitas produk dapat memberikan insight berharga untuk perbaikan dan peningkatan kualitas produk di masa mendatang agar dapat berkembang menjadi lebih baik dan inovatif.

2.2.2 Harga

2.2.2.1 Pengertian Harga

Harga merupakan salah satu faktor penentu konsumen dalam menentukan suatu kepuasan konsumen terhadap suatu produk maupun jasa. Lailatus Sa'adah (2020:15) Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu.

Tjiptono & Diana (2020:257) Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. Tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kuantitas yang terjual. Selain itu, secara tidak langsung, harga juga mempengaruhi biaya, karena kuantitas yang terjual berpengaruh pada biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produksi.

Dari pengertian itu, dijelaskan bahwa harga merupakan sebuah kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang atau jasa dimana kesepakatan itu disetujui oleh kedua belah pihak.

2.2.2.2 Indikator Harga

Lailatus Sa'adah (2020:15) ada empat indikator harga yaitu :

1. Keterjangkauan harga

Suatu produk yang dapat dijangkau oleh para konsumen kemudian diberikan harga oleh suatu perusahaan dimana harga yang terjangkau akan membuat konsumen tertarik untuk kembali menikmati produk tersebut.

2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Sebuah perusahaan dikatakan berhasil jika harga pada produknya sesuai dengan kualitas yang mereka berikan, jika kualitas produk baik dan harga tinggi maka konsumen tidak merasa keberatan jika membeli produk tersebut karena mempunyai kesesuaian harga dengan kualitas produknya.

3. Daya saing harga dalam pasar

Sebuah perusahaan jika ingin mengalahkan kompetitornya harus memberikan harga atau suatu produk yang berkualitas sehingga dapat bersaing terhadap kompetitornya.

4. Kesesuaian harga dengan manfaat

Kesesuaian harga yang diberikan oleh penyedia jasa harus sesuai dengan dampak positif produk yang diberikan juga. Begitu pula jika harga yang dihadirkan tinggi maka sebaiknya manfaat yang disajikan tinggi pula.

Dari Indikator harga tersebut dapat disimpulkan bahwa harga sangat penting untuk diperhatikan dan diukur oleh perusahaan dalam menetapkan strategi harga yang tepat. Indikator-indikator tersebut dapat digunakan perusahaan untuk mengukur dan mengevaluasi persepsi konsumen terhadap harga produk mereka.

2.2.2.3 Faktor Yang Mempengaruhi Harga

Menurut Haque-Fawzi (2022) Perusahaan harus memutuskan dimana akan memposisikan produknya berdasarkan kualitas dan harga. Untuk itu perusahaan harus mempertimbangkan banyak faktor dalam menentukan kebijakan penetapan harga, melalui prosedur berikut :

1. Memilih Tujuan Penetapan Harga

Perusahaan harus memutuskan tujuan yang ingin dicapai dengan penawaran produk tertentu. Jika perusahaan telah memilih pasar sasaran dan menentukan posisi pasarnya dengan cermat, maka strategi bauran pemasarannya dapat ditentukan. Semakin jelas tujuan perusahaan, semakin mudah untuk menetapkan harga.

2. Menentukan Kebijakan Penetapan Harga

Menentukan kebijakan penetapan harga merupakan salah satu aspek penting dalam pemasaran produk atau jasa.

3. Menentukan Permintaan

Tiap harga yang dikenakan perusahaan akan menghasilkan tingkat permintaan yang berbeda-beda dan akan memberikan pengaruh yang berbeda pula pada tujuan pemasarannya. Perusahaan dapat memperkirakan kurva permintaan, probabilitas kuantitas yang akan dijual pada tiap kemungkinan harga. Semakin tidak elastis permintaan semakin tinggi harga yang dapat ditetapkan perusahaan. Untuk itu perusahaan harus memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepekaan harga dan berbagai metode yang dapat digunakan dalam memperkirakan kurva permintaan dan faktor-faktor yang menentukan elastisitas harga dari permintaan.

2.2.3 Kualitas Pelayanan

2.2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Hartatik & Susanti (2022 : 59) kualitas layanan merupakan hasil dari dan keinginan yang dinikmati dari suatu layanan yang diberikan dari perusahaan. Pelayanan juga merupakan suatu tindakan atau kinerja yang menunjukkan

pentingnya penerimaan jasa pelayanan dan terlibat secara baik di proses dalam pelayanan itu sendiri berpendapat bahwa kualitas produk merupakan suatu yang diharapkan konsumen terhadap pelayanan dengan diberikannya perbandingan antara pelayanan perusahaan terhadap konsumen dengan pelayanan yang diberikan. Carmelia Cesariana dkk (2022 : 162) menyatakan kualitas pelayanan merupakan keahlian perusahaan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan dan juga apabila pelayanan yang diterima ataupun dialami sudah sesuai yang diharapkan, sehingga kualitas dipersepsikan baik dan dapat memuaskan pelanggan.

Kesimpulannya adalah Kualitas Pelayanan merupakan harapan atas pengendalian keunggulan dalam pemenuhan keinginan konsumen.

2.2.3.2 Indikator Kualitas Pelayanan

Terdapat 5 indikator kualitas pelayanan Teddy Chandra dkk (2020:69)

1. Reliabilitas (*reability*)

Adalah suatu kemampuan oleh barang atau jasa yang memberikan sifat handal dan akurat. suatu cara pemuasan segera ataupun akurasi kepada para konsumen yang dinyatakan dalam kemampuan. Kinerja yang diharapkan konsumen berarti pelayanan yang tanpa adanya kesalahan, akurasi yang tinggi ataupun sikap simpatik terhadap semua konsumen.

2. Daya Tanggap (*responsiveness*)

Merupakan suatu keahlian dari seorang konsumen untuk memberikan barang ataupun jasa secara tanggap dan cepat. sebuah pelayanan yang

diberikan oleh suatu perusahaan yang mempunyai rasa yang responsif terhadap para konsumen dengan menyampaikan informasi yang baik dan jelas

3. Jaminan (*assurance*)

Suatu keahlian seorang karyawan dan menimbulkan rasa percaya atau yakin pada konsumen dalam memberikan kualitas produk yang lebih berkualitas dan pelayanan yang maksimal untuk kenyamanan konsumen saat proses pembelian produk perusahaan

4. Empati (*emphaty*)

Merupakan suatu rasa yang dipakai untuk memahami suatu keinginan konsumen yang mempunyai sifat tulus dan perhatian. Dimana diharapkan memiliki suatu pengetahuan dan pengartian tentang konsumen untuk memenuhi serta memiliki keadaan yang nyaman bagi konsumen terhadap suatu perusahaan.

5. Bukti Fisik (*tangible*)

Pengertian bukti fisik dalam kualitas pelayanan adalah bentuk aktualisasi nyata secara fisik dapat terlihat atau digunakan oleh pegawai sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat dirasakan membantu pelayanan yang diterima oleh orang yang menginginkan pelayanan, sehingga puas atas pelayanan yang dirasakan, yang sekaligus menunjukkan prestasi kerja atas pemberian pelayanan yang diberikan.

2.2.3.3 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Carmelia Cesariana dkk (2022:155) terdapat tiga faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan antara lain :

a. *Expected service*

Adalah harapan atau perkiraan konsumen tentang kualitas pelayanan yang akan diterima, *Expected service* digunakan sebagai alat pembandingan dalam menilai kualitas jasa. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan (*expected service*), maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan

b. *perceived service*

Merupakan penilaian konsumen atas keseluruhan pelayanan yang langsung konsumen terima terhadap proses standart produk perusahaan yang diterima, yang merupakan selisih antara harapan konsumen dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

c. *Customer Perceived Value*

Bahwa seorang konsumen akan memperhitungkan berapa yang keuntungan yang akan diperoleh dengan pengorbanan yang diberikan dibanding dengan yang diberikan oleh pesaing, dan jika ternyata menurut konsumen, yang diberikan tidak sesuai dengan harapannya, maka dia tidak akan menggunakan jasa dari perusahaan tersebut lagi dan pindah ke perusahaan pesaing yang dapat memberikan nilai yang lebih bagus.

2.2.4 Kepuasan Konsumen

2.2.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

Hartatik & Susanti (2022 : 82) menyampaikan bahwa kepuasan pelanggan ialah perasaan suka atau tidak suka yang dirasakan oleh seseorang saat membandingkan antara hasil atau kinerja produk yang ekspektasikan dan

dipersepsikan. Seorang pelanggan akan merasa puas atau tidak puas tergantung kinerja dari suatu produk. Apabila kinerja suatu produk lebih rendah dari ekspektasi maka pelanggan tentunya merasa tidak puas dan sebaliknya, apabila kinerja suatu produk tersebut sama dengan atau di atas ekspektasi maka pelanggan akan merasa puas.

Yulianto (2022) yang menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Bagi perusahaan yang berfokus pada konsumen, kepuasan konsumen adalah sasaran dan sekaligus alat pemasaran.

Disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu pemenuhan harapan. Dimana mereka membandingkan kinerja produk dan jasa dengan harapan sebelumnya, serta sejauh mana produk dan jasa tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

2.2.4.2 Indikator Kepuasan Konsumen

Hartatik & Susanti (2022 : 85) berpendapat bahwa faktor ataupun indikator kepuasan konsumen yang penelitian ini gunakan adalah :

1. Perasaan puas, yaitu ungkapan rasa puas dari konsumen ketika pelayanan yang diterima bersifat baik dari suatu penyedia barang atau jasa.
2. Kesiediaan rekomendasi erpenuhinya harapan konsumen setelah melakukan penggunaan produk ketika sesuai atau tidaknya suatu kualitas produk atau jasa, sehingga terpenuhinya harapan konsumen.

3. Minat berkunjung kembali selalu membeli produk yaitu konsumen akan selalu menggunakan atau mengunjungi serta mencoba terus-menerus produk yang akan di beli sehingga tercapainya harapan yang konsumen inginkan.

2.2.4.3 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Carmelia Cesariana dkk (2022:88) terdapat empat faktor kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

- a. Kualitas produk merupakan Produk yang ditawarkan harus memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Kualitas produk mencakup daya tahan, keandalan, kemudahan penggunaan, dan atribut lainnya yang menentukan kepuasan konsumen.
- b. Kualitas layanan adalah Layanan yang diberikan kepada konsumen harus memuaskan, seperti kemudahan dalam pemesanan, kecepatan pengiriman, dan penanganan keluhan yang baik serta proses pembayaran yang memudahkan konsumen.
- c. Emosional adalah faktor emosional seperti kepercayaan, keamanan, dan pengalaman positif yang dirasakan konsumen saat menggunakan produk atau layanan dapat memengaruhi kepuasan mereka.
- d. Harga adalah harga yang ditawarkan harus sesuai dengan kualitas produk dan layanan yang diberikan. Konsumen akan merasa puas jika mereka mendapatkan nilai yang sebanding dengan harga yang dibayarkan.
- e. Biaya merupakan biaya yang dikeluarkan konsumen selain harga produk, seperti biaya transportasi, biaya pemasangan, atau biaya pemeliharaan, juga dapat memengaruhi kepuasan mereka.

2.2.4.4 Dimensi Kepuasan Konsumen

Teddy Chandra dkk (2020:33) terdapat beberapa dimensi kepuasan konsumen yang perlu diperhatikan. Berikut adalah dimensi-dimensi tersebut:

1. Kualitas produk/jasa adalah dimensi ini mencakup kualitas dan kinerja produk atau jasa, keandalan, daya tahan, dan kesesuaian dengan spesifikasi yang dijanjikan.
2. Kualitas layanan adalah profesionalisme dalam memberikan layanan kepada konsumen.
3. Nilai yang dirasakan mengacu pada persepsi konsumen terhadap nilai yang diterima dari produk/jasa dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan.
4. Pengalaman konsumen mencakup keseluruhan pengalaman konsumen selama berinteraksi dengan perusahaan, termasuk aspek emosional, sosial, dan fisik.

2.2.4.5 Konsep Kepuasan Konsumen

Teddy Chandra dkk (2020:168) ada tiga konsep inti yang memiliki kesamaan di antara beragamnya cara mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu.
2. Kesesuaian harapan yaitu kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja aktual produk atau jasa perusahaan. Dalam hal ini akan lebih ditekankan pada kualitas pelayanan (*service quality*) yang memiliki komponen berupa harapan pelanggan akan pelayanan yang diberikan (seperti :

kebersihan lokasi, kecepatan pelayanan, keramahan/ kesopanan dokter, perawat dan karyawan).

3. Minat pembelian ulang yaitu kepuasan pelanggan diukur secara *behavior* dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi. Pelayanan yang berkualitas dapat menciptakan kepuasan konsumen dimana mutu pelayanan tersebut akan masuk kebenak konsumen sehingga dipersepsikan baik.

2.2.5 Hubungan Antar Variabel

2.2.5.1 Hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen

Juwanto (2020:26) menyatakan kualitas produk sebagai *the ability of a product to perform its functions. Its includes the product's overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes.* Artinya kualitas produk berhubungan erat dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk keseluruhan produk, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, dan atribut bernilai lainnya. Ayu Diah Shapira (2020) “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Mawar Bakery And Cake Shop Cabang Simalingkar Medan).” Menghasilkan penelitian bahwa hubungan kualitas produk dengan kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mawar Bakery and Cake Shop Cabang Simalingkar Medan. Dari hasil tersebut, berarti semakin tinggi variabel kualitas produk, maka semakin tinggi juga kepuasan pelanggan.

Kualitas produk yang dimaksud di sini antara lain adalah jaminan rasa, tanggal kadaluarsa yang jelas, kebersihan, rasa yang enak dan bahan-bahan yang berkualitas. Kualitas produk yang baik pada Bolu Kukus Jayandaru adalah kualitas roti yang memiliki jaminan rasa yang stabil, tanggal kadaluarsa yang jelas sehingga kualitas roti dapat tetap terjamin. Hal lain yang diperhatikan dalam kualitas produk adalah kebersihannya, roti yang berkualitas adalah roti yang bersih pada kemasan maupun produk rotinya. Melalui penelitian ini peneliti ingin mengetahui apakah kualitas produk pada obyek penelitian kali ini juga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

2.2.5.2 Hubungan Harga dengan Kepuasan Konsumen

Sa'adah (2020:7) menjelaskan tentang hubungan harga dengan kepuasan konsumen, Strategi penetapan harga sangat penting untuk menarik perhatian konsumen. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Nuruddin Mahmud (2021) "pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Transmart Setia Budi Semarang." Hubungan harga dengan kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan artinya bahwa apabila harga kompetitif maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat.

Harga yang dimaksud di sini antara lain adalah keterjangkauan harga, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat, kesesuaian harga dengan kualitas produk dan harga sesuai dengan pelayanan yang diberikan. Harga yang ditetapkan oleh Bolu Kukus Jayandaru adalah keterjangkauan harga dengan kondisi

perekonomian yang ada, daya saing harga dengan kompetitornya, kesesuaian harganya dengan manfaat yang akan diberikan. Melalui penelitian ini peneliti ingin mengetahui apakah setelah melakukan pembelian apakah harga juga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

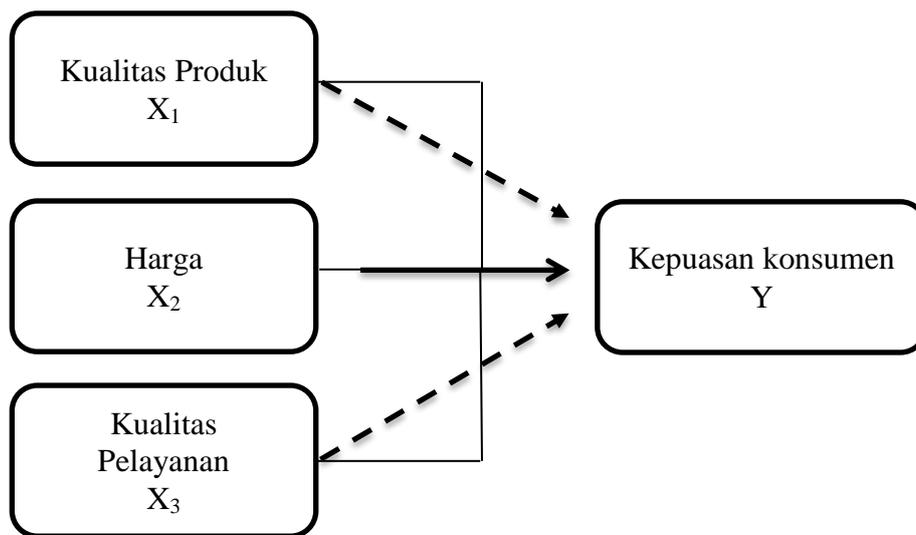
2.2.5.3 Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen

Arief (2020:213) Keberhasilan usaha tidak ditentukan oleh produsen melainkan oleh pelanggan maupun konsumen, maka dari itu terdapat hubungan yang erat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan / konsumen. Semakin tinggi kualitas pelayanan menyebabkan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan / konsumen. Fajar Saputro dan Muhammad Jalari (2023) “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Roti Bakar” Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen menunjukkan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen yang berarti kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Roti Bakar.

Kualitas pelayanan yang dimaksud di sini antara lain adalah sikap ramah, sopan, kesediaan membantu keinginan konsumen, cepat tanggap dan respon positif terhadap kebutuhan konsumen. Kualitas pelayanan yang ingin diberikan di Bolu Kukus Jayandaru adalah pelayanan karyawannya yang ramah, sopan dalam melayani pelanggan, yang tanggap akan setiap keinginan konsumen. Melalui penelitian ini peneliti ingin mengetahui apakah kualitas pelayanan pada obyek penelitian kali ini juga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan sebuah alur pemikiran terhadap suatu hubungan antar konsep satu dengan konsep lainnya untuk dapat memberikan gambaran dan mengarahkan asumsi terkait dengan variabel-variabel yang akan diteliti. Kerangka konseptual digunakan untuk memberikan gambaran rancangan penelitian secara lengkap dan detail tentang variabel yang diteliti dengan dukungan sumber baik teoritik maupun empirik, yang dapat memberikan gambaran untuk penelitian dan penyusunan indikator-indikator guna menilai variabel-variabel baik bebas maupun terikat dalam penelitian ini.



Sumber : Peneliti (2024)

Gambar 2. 1
Kerangka Konseptual

—————→ : Hubungan Simultan

- - - - -→ : Hubungan Parsial

X₁, X₂, X₃ : Independen

Y : Dependen

1. Variabel Independen (bebas) yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lain yang dilambangkan dengan (X1) adalah kualitas produk, (X2) adalah harga, (X3) adalah Kualitas Pelayanan.
2. Variabel dependen (terikat) yaitu variabel yang dipengaruhi variabel lain yang dilambangkan dengan (Y) adalah kepuasan konsumen. Dari kerangka tersebut menjelaskan bahwa variabel kualitas produk (X1), harga (X2), kualitas pelayanan (X3) mempunyai pengaruh pada kepuasan konsumen (Y), yang artinya apabila variabel-variabel bebas tersebut dilakukan dengan baik, maka akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk perusahaan.

2.4 Hipotesis

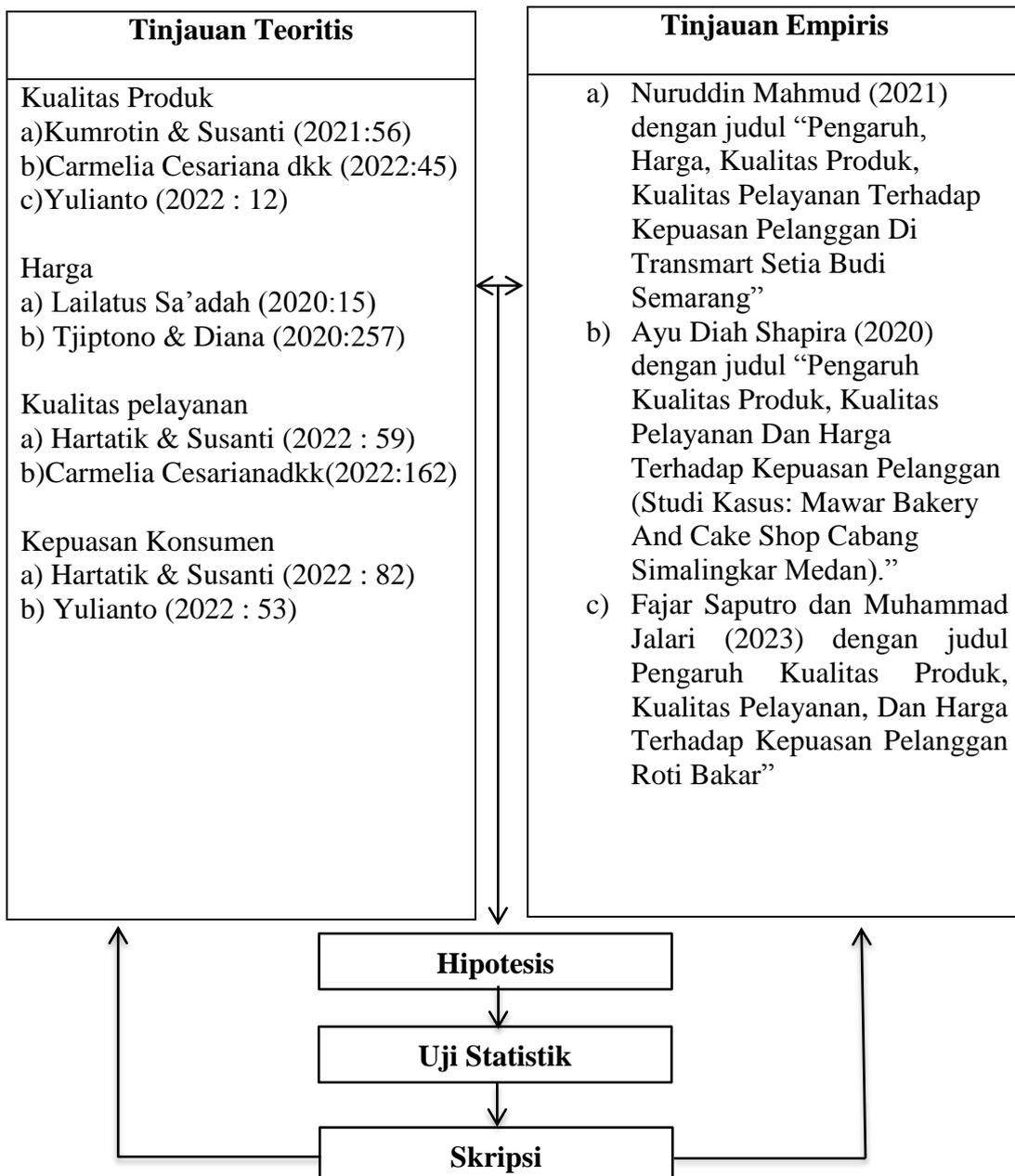
Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya tersusun dalam bentuk kalimat pertanyaan Sugiyono dalam (Ginting dkk., 2023). Berdasarkan kerangka konseptual yang telah dijelaskan, dapat dirumuskan hipotesis sementara seperti berikut :

1. Bahwa variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo.
2. Bahwa variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo.
3. Bahwa variabel kualitas produk secara dominan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Kerangka Proses Berpikir



Sumber : Peneliti (2024)

Gambar 3. 1
Kerangka Pola Berpikir

Berdasarkan latar belakang perumusan masalah dan studi serta tinjauan pustaka, maka disusunlah proses kerangka berpikir ini yang diperoleh dari hasil tinjauan teoritis dan tinjauan empirik. Tinjauan teoritis diperoleh dengan cara mempelajari teori-teori yang relevan dengan permasalahan yang diajukan dalam studi, secara lengkap telah dibahas dalam bab tinjauan pustaka, serta dengan cara mempelajari hasil-hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan permasalahan studi yang dilakukan atas teori-teori dan studi empirik diperoleh variabel-variabel dengan segala hubungan dan pengaruhnya. Sehingga didalam melakukan penelitian, peneliti tidak hanya berpikir secara deduktif atau induktif saja, akan tetapi diperlukan suatu interaksi atau keterkaitan antara keduanya dan proses berpikir secara deduktif (tinjauan teori) dan proses berpikir secara induktif (tinjauan empirik) tersebut dapat ditemukan variabel-variabel yang digunakan atas dasar disusunnya penulisan skripsi. Kerangka proses berpikir menunjukkan bahwa dari keterkaitan antara tinjauan teori dan tinjauan empirik dapat menghasilkan hipotesis yang merupakan dugaan sementara dalam studi. Pengujian hipotesis dilakukan berdasarkan uji kuantitatif dengan alat uji statistik yang relevan sehingga hipotesis akan teruji kebenarannya, yang kemudian dijadikan bahan banding untuk menemukan fenomena baru dalam mengembangkan ilmu pengetahuan karya ilmiah yang disusun dalam skripsi. Tanda panah yang menghubungkan antara skripsi dengan tinjauan teori dan tinjauan empiris dapat diartikan bahwa skripsi ini dapat memberikan kontribusi berupa dukungan dengan memperkuat teori-teori dan penelitian yang relevan.

3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

3.2.1 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah proses dan langkah-langkah yang menjadi pemberi informasi dalam segala aspek yang dibutuhkan selama penelitian ini, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Berikut adalah penjelasan terkait dari definisi operasional variabel dalam penelitian ini :

a. Variabel Bebas

1) Kualitas Produk (X1)

Kualitas produk adalah salah satu hal yang menjadi pertimbangan utama dalam kepuasan konsumen setelah melakukan transaksi dalam suatu produk. Kualitas produk menjadi tolok ukur sebuah produk terhadap kepuasan konsumen maka dari itu dengan adanya kualitas produk yang baik akan memenuhi keinginan konsumen terhadap suatu produk Kumrotin & Susanti (2021 : 56). Indikator dalam mengukur kualitas produk (Kumrotin & Susanti, 2021), yaitu :

1. *Performance*
2. *Range and type of features*
3. Daya tahan/ Durability
4. *Sensory Characteristic*
5. *Perceived quality*

2) Harga (X2)

Lailatus Sa'adah (2020:15) Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Menurut Lailatus Sa'adah (2020:15) Indikator harga, yaitu :

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaatnya.

3) Kualitas Pelayanan (X3)

Hartatik & Susanti (2022 : 59) kualitas layanan merupakan hasil dari dan keinginan yang dinikmati dari suatu layanan yang diberikan dari perusahaan. Pelayanan juga merupakan suatu tindakan atau kinerja yang menunjukkan pentingnya penerimaan jasa pelayanan dan terlibat secara baik di proses dalam pelayanan itu sendiri berpendapat bahwa kualitas produk merupakan suatu yang diharapkan konsumen terhadap pelayanan dengan diberikannya perbandingan antara pelayanan perusahaan terhadap konsumen dengan pelayanan yang diberikan. Teddy Chandra (69:2020) ada lima Indikator kualitas pelayanan, yaitu :

1. *Tangibility*
2. *Realibility*
3. *Rensponsiveness*
4. *Empathy*
5. *Assurance*

b. Variabel Terikat

1) Kepuasan Konsumen (Y)

Hartatik & Susanti (2022 : 82) menyampaikan bahwa kepuasan pelanggan ialah perasaan suka atau tidak suka yang dirasakan oleh seseorang saat

membandingkan antara hasil atau kinerja produk yang ekspektasikan dan dipersepsikan. Seorang pelanggan akan merasa puas atau tidak puas tergantung kinerja dari suatu produk. Apabila kinerja suatu produk lebih rendah dari ekspektasi maka pelanggan tentunya merasa tidak puas dan sebaliknya, apabila kinerja suatu produk tersebut sama dengan atau di atas ekspektasi maka pelanggan akan merasa puas. Indikator kepuasan konsumen Hartatik & Susanti (2022 : 82) yaitu :

1. Terpenuhinya harapan konsumen.
2. Perasaan puas saat melayani konsumen.
3. tanggap saat ada keluhan konsumen.

3.2.2 Pengukuran Variabel

Sugiyono (2020:145), skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dalam penelitian ini untuk mengetahui jawaban dari setiap item instrumen maka akan digunakan skala Likerts. Skala Likerts digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, disebut sebagai variabel penelitian. Menurut Sugiyono (2020:55) jawaban item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain :

Tabel 3. 1
Skala Likert

No	Keterangan	Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Cukup Setuju (CS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2020:55)

3.2.3 Desain Instrumen Penelitian

Instrumen merupakan sebuah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi untuk menjawab permasalahan penelitian. Instrumen sebagai alat waktu penelitian yang menggunakan suatu metode. Menyusun instrument penelitian dapat dilakukan jika peneliti telah memahami penelitiannya. Sugiyono (2019:156) instrument penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun fenomena sosial yang diamati. Penelitian berisikan serangkaian upaya dengan tata cara yang tersusun secara sistematis dan bertujuan untuk memecahkan masalah serta melaporkan hasil penelitian. Metodologi penelitian merupakan serangkaian tata cara yang digunakan dalam mendapatkan pengetahuan ilmiah atau ilmu.

Tabel 3. 2
Desain Instrumen Penelitian Lapis Kukus Jayandaru Tahun 2024

Variabel	Indikator	Pernyataan
Kualitas Produk (Kumrotin & Susanti, 2021)	<i>Performance</i>	Produk di Bolu Kukus Jayandaru memiliki rasa yang enak
	<i>Range and type of features</i>	Kemasan yang menarik pada produk bolu kukus jayandaru, untuk menarik minat konsumen
	<i>Realibility atau durability</i>	Produk bolu kukus memiliki tingkat kematangan yang baik
	<i>Sensory Characteristic</i>	Kualitas produk bolu kukus jayandaru apakah sudah sesuai harapan konsumen
	<i>Perceived quaility</i>	Anda sangat ingin membeli dan merekomendasikan produk bolu kukus jayandaru karena kualitas produk yang baik
Harga Lailatus Sa'adah (2020:15)	Keterjangkauan Harga	Harga bolu kukus jayandaru sesuai dengan kemampuan konsumen
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Bolu kukus jayandaru memiliki kualitas baik dan harga yang terjangkau.
	Daya saing harga	Harga Bolu kukus jayandaru sesuai dengan kualitas produk yang dijual.
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga produk Bolu kukus jayandaru sesuai dengan manfaat yang didapat konsumen.
Kualitas Pelayanan Teddy Chandra (69:2020)	Berwujud (<i>Tangibles</i>)	Pelayanan bolu kukus Jayandaru membuat konsumen nyaman.
	Kehandalan (<i>Reability</i>)	pelayanan bolu kukus jayandaru diberikan sebaik mungkin kepada konsumen
	Ketanggapan (<i>Responsive</i>)	Bolu kukus jayandaru memberi pelayanan yang ramah dan sopan.
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	Bolu kukus jayandaru cepat merespon keluhan konsumen.
	Empati (<i>Emphaty</i>)	Respon karyawan bolu kukus jayandaru yang baik
Kepuasan Konsumen Hartatik & Susanti (2022 : 82)	Kesesuaian harapan	Produk bolu kukus jayandaru sangat memuaskan konsumen.
	Minat berkunjung kembali	Kenyamanan pelayanan bolu kukus jayandaru membuat ingin berkunjung kembali.
	Kesediaan rekomendasi	Konsumen merekomendasikan kepada orang lain jika produk sesuai dengan yang diinginkan.

Sumber : Peneliti (2024)

3.3 Teknik Penentuan Populasi, Besar Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1 Populasi

Sugiyono (2019:126) menyatakan bahwa *“Population is the total collection of element about which we wish to make some inference A population element is the subject on which the measurement is being taken. It is the unit of study”*. Populasi adalah keseluruhan element yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi adalah keseluruhan subyek yang akan diukur, yang merupakan unit yang diteliti. Sugiyono (2019:130) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Berdasarkan pengertian tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo yang telah melakukan pembelian produk tersebut.

3.3.2 Sampel

Sugiyono (2019:127) sampel merupakan bagian dari jumlah serta karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan penulis tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, seperti misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka penulis dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Adapun kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah konsumen yang pernah melakukan dan merasakan, menikmati, pembelian di lapis kukus Jayandaru Sidoarjo.

$$n = \frac{z^2(pq)}{e^2}$$

Keterangannya:

n = Kuantitas sampel yang diperlukan

z = Harga kurva normal dengan deviasi 5%, dengan nilai yaitu 1,96

p = Peluang benar 50% = 0,5

q = Pulang salah 50% = 0,5

e = Tingkat kesalahan sampel (sampling error) = 10% setara (0,1)

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = 96,04$$

Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 96 orang dari konsumen Lapis Kukus Jayandaru Sidoarjo. Oleh karena itu, peneliti akan menggunakan sampel menjadi sebanyak 100 responden untuk mengantisipasi kemungkinan beberapa angket tidak dapat digunakan dalam penelitian atau pengumpulan data.

3.3.3 Teknik Sampling

Penelitian ini menggunakan simple random sampling. Sugiyono (2020: 129) simple random sampling adalah teknik pengambilan sampel bersal dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan tingkatan yang terdapat pada populasi tersebut. Teknik tersebut memberikan peluang sama terhadap anggota populasi untuk dipilih sebagai anggota sampel. Adapun kriteria responden yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pembeli dengan usia minimal 17 – 60 tahun

2. Pembeli bolu kukus jayandaru yang pernah datang atau baru datang melakukan pembelian atau melakukan pembelian lebih dari 1 kali pada outlet bolu kukus jayandaru Sidoarjo.

3.4 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah lingkungan, tempat, atau wilayah yang direncanakan oleh peneliti untuk dijadikan sebagai objek penelitian dalam rangka mengumpulkan data-data yang dibutuhkan. Tempat merupakan daerah atau wilayah di mana subjek atau objek penelitian yang hendak diteliti. Penelitian ini dilaksanakan di Jalan Nangka No 02 Seruni, Stand Komplek Arhanudse, Gedangan Sidoarjo, Jawa Timur. Peneliti mengambil lokasi penelitian tersebut karena menjual produk bolu kukus yang sangat laris. Dapat dilihat produk ini banyak dibeli oleh kalangan menengah ke atas namun ada juga kalangan menengah yang membeli produk tersebut bahkan ada yang mencoba membeli kembali atau *repeat order*. Sehingga peneliti ini menganalisis tentang konsumen yang berminat membeli ulang atau *repeat order* melihat dari segi kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh bolu kukus jayandaru. Waktu penelitian dilakukan dalam jangka waktu yakni maret 2024 sampai dengan data yang diperlukan sudah lengkap untuk pengumpulan data yang dibutuhkan oleh peneliti.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa cara, dalam proses pengumpulan data dilakukan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Tinjauan kepustakaan

Teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, jurnal, dan penelitian-penelitian terdahulu yang berhubungan dengan masalah yang ada dalam pembuatan proposal.

2. Pengumpulan data langsung di lapangan

Teknik pengumpulan data langsung di lapangan dilakukan dengan cara memberikan kuesioner kepada pihak yang bersangkutan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden. Penyebaran kuesioner dilakukan untuk mendapatkan data yang valid dan reliable, serta informasi yang relevan berkaitan dengan masalah yang diteliti. Dalam pembuatan kuesioner ini digunakan teknik skala Likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial yang terjadi. Jawaban setiap pertanyaan yang diberikan akan diberi nilai/skor mulai dari terbesar yaitu 5 hingga 1.

3.6 Pengujian Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang diperoleh dari hasil perhitungan dan pengukuran. Data yang digunakan merupakan data kuesioner yang telah diisi oleh responden dan telah dikelola menjadi data statistik.

3.6.1 Uji Validitas

Makbul (2021:24), Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid dan tidaknya kuesioner. Sebuah survei

dianggap valid jika pertanyaan yang ada dalam kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Tujuan uji validitas adalah untuk mengetahui sejauh mana ketepatan antara data yang sebenarnya ada dalam objek dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Ada beberapa teknik yang digunakan

3.6.2 Uji Reabilitas

Uji reabilitas menunjukkan apakah instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak dengan responden yang sama, dan menunjukkan hasil yang konsisten. Dengan kata lain, uji reabilitas ini mengukur apakah kuesioner yang dikirim kepada responden penelitian menunjukkan ketepatan, kesamaan, dan konsistensi meskipun kuesioner ini kemudian digunakan dua kali atau lebih. Uji reabilitas dilakukan dengan pertanyaan kuesioner yang dinyatakan valid. Untuk menguji reabilitas sebuah daftar pertanyaan dari sebuah variabel penelitian digunakan koefisien *Cronbach's alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika *Cronbach's alpha* $>0,60$ (sedang). Jika nilai alfa $>0,7$ artinya reliabilitas mencakupi, sedangkan alpha $>0,80$ akan mensugesti seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten dan secara internal memiliki reliabilitas yang kuat. Jika nilai alpha $<0,50$ kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel.

3.7 Analisis Data dan Uji Hipotesis

3.7.1 Analisis Data

Sugiyono (2019:285) teknik analisis data berkenaan dengan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan pengujian hipotesis yang diajukan digunakan untuk menguji parameter populasi melalui statistik, atau menguji

ukuran populasi melalui data sampel. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah metode analisis data kuantitatif dengan menggunakan alat uji data program *Statistical Package For Sciences (SPSS)*. Adapun tahapan pengolahan data yang dilakukan adalah :

3.7.1.1 Analisis Statistik Deskriptif

Sugiyono (2019:216) statistika deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menanalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa maksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis statistik deskriptif ini berfungsi untuk mengetahui nilai kecenderungan data hasil penulisan dengan menguraikan atau menjabarkan data-data variabel seperti *mean, median, range, dan standart deviasi*.

3.7.1.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah analisis yang menentukan pengaruh beberapa variabel bebas (*independen*) terhadap variabel terikat. Kambali & Supiyan (2019:4) model analisis regresi linier berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan dan tingkat pengaruh variabel bebas (*independen*) terhadap variabel terikat, bentuk umum persamaan regresi linier berganda ini adalah $Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$.

Y = Minat Beli Ulang

a = Konstanta

Variabel X_1 β_1 = Koefisien regresi

Variabel X_2 β_2 = Koefisien Regresi

Variabel X_3	β_3	= Koefisien Regresi
X_1		= Kualitas Produk
X_2		= Harga
X_3		= Kualitas Pelayanan
e		= <i>Standard error of estimate</i>

3.7.1.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dengan nilai antara nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2019:97).

3.7.2 Uji Hipotesis

Untuk memperoleh jawaban dari rumusan masalah dan hipotesis penelitian yang telah diungkapkan, maka dibutuhkan pengujian hipotesis yang sesuai terkait hipotesis yang telah dirumuskan. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan pengujian hipotesis secara parsial (Uji t) dan secara simultan (Uji F), serta uji secara dominan. Adapun penjelasan dari masing-masing pengujian adalah sebagai berikut:

3.7.2.1 Uji Hipotesis 1 (Uji F)

Andika (2018:100) uji F hitung dilakukan untuk mengetahui apakah secara serentak variabel bebas mempunyai pengaruh positif signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Model hipotesis yang digunakan dalam uji ini adalah $H_0 : b_1 = b_2 = 0$ (Variabel bebas secara bersama – sama tidak berpengaruh positif signifikan terhadap variabel terikat). $H_0 : b_1 < b_2 < 0$ (Variabel bebas secara bersama – sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat). Nilai akan dibandingkan dengan nilai kriteria pengambilan keputusan yaitu diterima bila $t > t_{\alpha}$ pada $\alpha = 5\%$ diterima bila $t < -t_{\alpha}$ pada $\alpha = 5\%$.

3.7.2.2 Uji Hipotesis 2 (Uji t)

Andika (2018:100) uji bertujuan untuk melihat secara parsial apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (X_i) terhadap variabel terikat (Y) bentuk pengujiannya adalah $H_0 : b_i = 0$ (Variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat). $H_a : b_i < 0$ (Variabel bebas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat). Nilai akan dibandingkan dengan nilai kriteria pengambilan keputusan yaitu diterima bila $t > t_{\alpha}$ pada $\alpha = 5\%$ diterima bila $t < -t_{\alpha}$ pada $\alpha = 5\%$.

3.7.2.3 Uji Hipotesis 3 (Penentuan Variabel Dominan)

Astuti (2020: 7) menjelaskan bahwa kualitas produk adalah salah satu sasaran positioning utama pasar. Kualitas memiliki dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Sehingga produk yang berkualitas yang dicari oleh konsumen karena mereka ingin memenuhi kepuasannya.

Untuk mengetahui mana yang paling berpengaruh antara variabel bebas yang terdiri dari Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap variabel terikat Kepuasan Konsumen (Y) di Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo, maka dilakukan dengan melihat ranking koefisien regresi yang dapat dilihat dari nilai standardized Coefficients (β) dari masing-masing variabel bebas yang signifikan. Variabel yang memiliki koefisien terbesar merupakan salah satu variabel bebas (X) yang mempunyai pengaruh dominan terhadap variabel terikat (Y).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat Bolu Kukus Jayandaru

Bolu Kukus Jayandaru merupakan salah satu brand produk yang bergerak dibidang kuliner khususnya roti dan kue. Usaha Bolu Kukus Jayandaru didirikan pada tahun 2017 yang digagas oleh pasangan suami istri yaitu bapak Misdianto dan ibu Titik Suryani dengan nama awal yaitu Lapis Kukus Surabaya Ayrii cake dan pada tahun 2022 berubah nama menjadi Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo. Outlet pusat Bolu Kukus Jayandaru berlokasi di Jalan Nangka No 02 Seruni, Stand Komplek Arhanudse, Gedangan Sidoarjo. Pada awalnya keinginan untuk berwirausaha dan melihat peluang usaha ini belum ada disekitar daerah tempat tinggal yang menjual lapis kukus khas Sidoarjo, akhirnya bapak Misdianto dan ibu Titik Suryani memberanikan diri untuk membuka usaha dengan membeli lahan ruko di sekitar rumahnya menjadi outlet Bolu Kukus Jayandaru. Outlet Bolu Kukus Jayandaru buka setiap hari mulai pukul 07.00-21.00 khusus hari senin outlet buka pukul 14.00-21.00. Pada awal buka usaha Lapis Kukus dijual dengan harga Rp 26.000,-. Dengan berjalannya waktu, harga Lapis Kukus mengalami penyesuaian atau kenaikan harga setiap tahunnya dan sekarang mejadi harga per-box Rp 33.000,-. Untuk varian rasa original dan pandan.

Setelah bertahun-tahun usaha Lapis Kukus ini berdiri, tepatnya pada tahun 2017 hingga saat ini pesaing mulai bermunculan. Untuk mengatasi pesaing dan meyakinkan pelanggan terhadap kualitas yang dimilikinya Bolu Kukus Jayandaru

selalu mengedepankan kebersihan pada saat melakukan produksi lapis dengan selalu menggunakan hairnet, baju khusus untuk produksi serta sarung tangan. Produk Bolu Kukus Jayandaru juga memiliki sertifikasi halal dari MUI dan selalu diperbarui setiap 3 tahun untuk memberikan kenyamanan khususnya umat muslim saat membeli produk lapis kukus. Konsumen yang membeli produk Bolu Kukus Jayandaru terdiri dari berbagai kalangan yaitu laki-laki maupun perempuan, yang rata-rata berumur 17 keatas, ada juga remaja dan pelajar. Produk yang dihasilkan Bolu Kukus Jayandaru sudah memenuhi kualitas standart kesehatan makanan, tidak hanya itu harga lapis kukus yang dijual juga cukup terjangkau, serta kualitas pelayanan baik dan cepat respon yang juga berkaitan dengan kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian.

4.1.2 Visi dan Misi

Bolu Kukus Jayandaru memiliki tujuan untuk peduli dan berbagi dalam memberikan kepuasan terhadap konsumen dengan melibatkan karyawan dalam memberikan kontribusi kepada masyarakat. Berikut visi dan misi Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo.

a. Visi

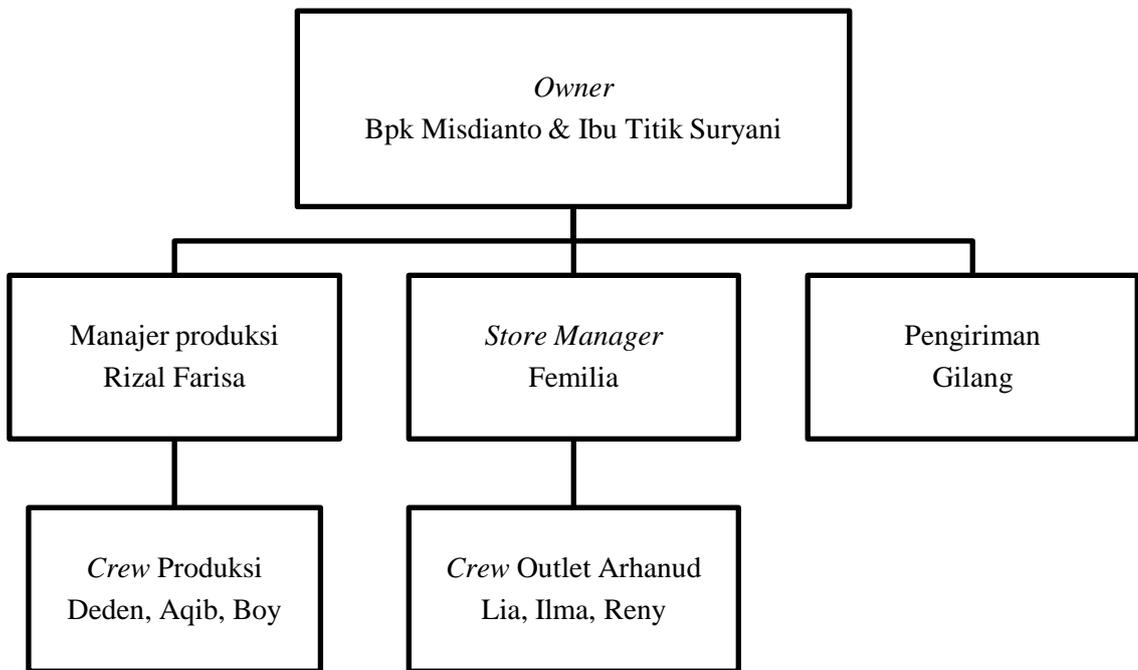
Menjadi perusahaan pembuat bolu kukus yang dikenal atas kualitas, inovasi, dan layanan terbaik bagi pelanggan.

b. Misi

1. Memproduksi bolu kukus dengan bahan-bahan berkualitas tinggi dan proses yang higienis untuk menjamin rasa dan tekstur yang lezat.
2. Berinovasi menciptakan varian baru untuk memenuhi selera pasar & konsumen.

3. Memberikan layanan pelanggan yang responsif, ramah, dan profesional untuk memastikan kepuasan pelanggan.
4. Menjalin kemitraan yang saling menguntungkan dengan pemasok, distributor, dan mitra bisnis lainnya.
5. Menjaga Lingkungan daerah sekitar agar tetap asri dan membangun lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar.

4.1.3 Struktur Organisasi



Sumber : Bolu Kukus Jayandaru (Outlet Arhanud)

Gambar 4. 1
Struktur Organisasi Bolu Kukus Jayandaru (Outlet Arhanud)

Struktur organisasi di dalam usaha tersebut adapun tugas dan tanggung jawab dari bagian- bagian yang terdapat dalam usaha ini adalah:

1. *Owner*

Kekuasaan tertinggi dalam suatu usaha berada ditangan pemilik suatu usaha yang memiliki usaha tersebut yang memiliki hak dan kewajiban yaitu :

- a. Mengawasi keseluruhan aktifitas seluruh outlet dan proses produksi.
- b. Pengambilan keputusan semua kinerja yang ada dalam Usaha.
- c. Menentukan peraturan dan kebijakan Outlet Bolu Kukus Jayandaru.
- d. Melakukan evaluasi mengenai masalah dan menemukan solusi.

2. *Manager* Produksi

Manajer produksi yang Merencanakan, menerapkan dan mengendalikan strategi produksi yang efektif dan efisien..

- a. Merencanakan dan menyusun jadwal produksi.
- b. Memastikan stok bahan baku memadai.
- c. Memastikan K3 diterapkan oleh seluruh pegawai.
- d. Mengawasi proses produksi sesuai standar kualitas dan biaya.

3. *Store Manager*

Store Manager yang bertanggung jawab mengawasi seluruh operasional toko, penjualan, stok barang, pelayanan konsumen, dan manajemen karyawan.

- a. Bertanggung jawab mengelola karyawan setiap toko.
- b. Mengawasi Stok Barang yang ada di toko.
- c. Memastikan pelayanan toko sesuai dengan prosedur.
- d. Menjaga suasana dan kebersihan toko.

4. *Crew* Produksi

Crew produksi bertanggung jawab untuk memenuhi standar kualitas dan waktu produksi. Mereka bertugas untuk memeriksa kualitas produk, melakukan tahapan produksi, memantau peralatan produksi, dan mengikuti prosedur keselamatan untuk mencegah kecelakaan di lingkungan kerja.

- a. Melakukan pemeliharaan mesin pembuatan lapis kukus.
- b. Menyiapkan bahan dan peralatan sesuai kebutuhan produksi.
- c. Melakukan proses produksi lapis kukus.
- d. Menyelesaikan dan mengemas produk lapis kukus untuk pengiriman.

5. *Crew* Outlet

Crew outlet adalah seseorang yang membantu kelancaran seluruh kegiatan operasional sebuah outlet atau toko.

- a. Bekerja dan berkomunikasi secara efektif dengan rekan kerja dan pelanggan.
- b. Menanggapi pertanyaan dan keluhan dari pelanggan.
- c. Menyapa, berinteraksi, dan memantau pelanggan.
- d. Membantu pelanggan memilih varian lapis yang akan dibeli.

6. Pengiriman atau *Driver*

Driver pengiriman adalah seseorang yang berkendara dari satu titik ke titik yang lain untuk mengirimkan barang sampai tujuan.

- a. Mengirim lapis dari rumah produksi sampai ke semua outlet dengan aman.
- b. Mengangkut dan menurunkan lapis sampai kedalam outlet.
- c. Memastikan barang yang dikirim sampai tepat waktu.
- d. Menjaga kondisi kendaraan dan memperbaikinya ketika terjadi kendala.

4.2 Profil Responden

Di dalam penelitian ini, profil responden digunakan untuk mempermudah peneliti untuk mengetahui karakteristik-karakteristik dari para konsumen. Penggolongan dilakukan kepada konsumen berdasarkan jenis kelamin dan usia. Dari penggolongan tersebut dapat memberikan kesimpulan mengenai keadaan dari para konsumen Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo. Penggolongan tersebut akan dilampirkan berdasarkan tabel masing – masing berikut ini, yaitu:

4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diketahui bahwa jenis kelamin responden sebagai terlihat pada Tabel 4.1:

Tabel 4. 1
Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Responden)	Persentase (%)
Laki – Laki	30	30,0%
Perempuan	70	70,0%
Total	100	100%

Sumber : Peneliti (2024)

Karakteristik responden dalam penelitian ini mencakup 100 orang konsumen dengan komposisi gender yang terdiri dari 30% laki-laki dan 70% perempuan. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan. Responden dipilih secara acak untuk memberikan representasi yang seimbang dari populasi konsumen Bolu Kukus Jayandaru. Informasi demografis ini penting untuk memahami berbagai perspektif dan preferensi konsumen yang dapat mempengaruhi hasil penelitian terkait kepuasan terhadap kualitas produk, harga, dan pelayanan.

4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diketahui bahwa usia responden sebagai terlihat pada Tabel 4.2:

Tabel 4. 2
Profil Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah (Responden)	Persentase (%)
17 – 25 Tahun	16	16,0%
26 – 30 Tahun	13	13,0%
33 – 35 Tahun	13	13,0%
36 – 40 Tahun	17	17,0%
41 - 45 Tahun	22	22,0%
≥ 46 Tahun	19	19,0%
Total	100	100%

Sumber : Peneliti (2024)

Karakteristik usia responden dalam penelitian ini menunjukkan variasi yang signifikan dengan mayoritas responden berada dalam rentang usia 41-45 tahun (22%), diikuti oleh kelompok usia ≥ 46 tahun (19%), dan usia 36-40 tahun (17%). Kelompok usia 17-25 tahun menyumbang 16% dari total responden, sementara kelompok usia 26-30 tahun dan 33-35 tahun masing-masing sebesar 13%. Dengan melibatkan berbagai kelompok usia ini, penelitian ini memberikan gambaran yang komprehensif mengenai persepsi dan kepuasan konsumen dari berbagai tahapan usia, yang berpotensi memiliki kebutuhan dan preferensi yang berbeda terhadap produk dan layanan yang ditawarkan oleh Bolu Kukus Jayandaru.

4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diketahui bahwa pekerjaan responden sebagai terlihat pada Tabel 4.3:

Tabel 4. 3
Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah (Responden)	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	17	17,0%
Pegawai Swasta	30	30,0%
Pegawai Negeri	10	10,0%
Wirausaha	14	14,0%
Ibu Rumah Tangga	27	27,0%
Lainnya	2	2,0
Total	100	100%

Sumber : Peneliti (2024)

Karakteristik pekerjaan responden dalam penelitian ini menunjukkan variasi yang beragam. Mayoritas responden bekerja sebagai pegawai swasta (30%), diikuti oleh ibu rumah tangga (27%) dan pelajar/mahasiswa (17%). Responden yang berprofesi sebagai wirausaha mencapai 14%, sedangkan pegawai negeri sebanyak 10%. Sebanyak 2% responden berasal dari kategori pekerjaan lainnya. Dengan melibatkan berbagai latar belakang pekerjaan ini, penelitian ini memberikan wawasan yang luas tentang persepsi dan kepuasan konsumen dari berbagai segmen pekerjaan, yang dapat memiliki preferensi dan harapan yang berbeda terhadap produk dan layanan yang disediakan oleh Bolu Kukus Jayandaru.

4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diketahui bahwa pendapatan responden sebagai terlihat pada Tabel 4.4:

Tabel 4. 4
Profil Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Jumlah (Responden)	Persentase (%)
< Rp 1.499.999	33	33,0%
Rp 1.500.000 – Rp 4.499.999	54	54,0%
Rp 4.500.000 – Rp 5.999.999	9	9,0%
>Rp 6.000.000	4	3,0%
Total	100	100%

Sumber : Peneliti (2024)

Karakteristik pendapatan responden dalam penelitian ini mencerminkan berbagai tingkat ekonomi. Mayoritas responden memiliki pendapatan bulanan antara Rp 1.500.000 – Rp 4.499.999 (54%), diikuti oleh mereka dengan pendapatan kurang dari Rp 1.499.999 (33%). Responden dengan pendapatan antara Rp 4.500.000 – Rp 5.999.999 sebanyak 9%, sementara responden dengan pendapatan lebih dari Rp 6.000.000 berjumlah 3%. Dengan melibatkan responden dari berbagai tingkat pendapatan, penelitian ini berupaya untuk memahami bagaimana perbedaan ekonomi mempengaruhi persepsi dan kepuasan konsumen terhadap produk dan layanan Bolu Kukus Jayandaru.

4.3 Deskripsi Hasil Penelitian

4.3.1 Penilaian Masing-Masing Variabel

Hasil penelitian menggambarkan tanggapan responden dalam menjawab instrumen penelitian terkait dengan Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X3) dan Kepuasan Konsumen (Y). Analisis deskriptif bertujuan untuk menggambarkan karakteristik dan jawaban responden terhadap pernyataan dalam kuesioner untuk masing-masing variabel. Untuk jawaban responden diperoleh dari besarnya interval kelas mean setelah diketahui, kemudian dibuat rentang skala sehingga diketahui dimana letak rata-rata penilaian responden terhadap pernyataan setiap variabel. Adapun untuk menentukan kelas interval dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Panjang Kelas} &= \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan interval sebesar 0,8, maka dapat disimpulkan kriteria rata-rata jawaban responden sebagai berikut:

Tabel 4. 5
Interval Jawaban Responden

Interval	Kategori	Nilai
1,00 ≤ 1,80	Sangat Tidak Setuju	1
1,80 ≤ 2,60	Tidak Setuju	2
2,60 ≤ 3,40	Cukup Setuju	3
3,40 ≤ 4,20	Setuju	4
4,20 ≤ 5,00	Sangat Setuju	5

Sumber : Sugiyono (2018)

4.3.2 Deskripsi Variabel Kualitas Produk

Tabel 4. 6
Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk (X1)

Pernyataan	5		4		3		2		1		Mean Item	Kriteria
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
Produk di Bolu Kukus Jayandaru memiliki rasa yang enak	22	22,0	52	52,0	20	20,0	3	3,0	3	3,0	3,87	Setuju
Kemasan yang menarik pada produk bolu kukus jayandaru, menarik minat konsumen	25	25,0	50	50,0	21	21,0	3	3,0	1	1,0	3,95	Setuju
Produk bolu kukus memiliki kematangan yang baik dan sesuai standar	19	19,0	43	43,0	25	25,0	11	11,0	2	2,0	3,66	Setuju
Kualitas produk bolu kukus jayandaru sudah sesuai harapan konsumen	22	22,0	48	48,0	21	21,0	9	9,0	-	-	3,83	Setuju
Anda sangat ingin membeli dan merekomendasikan produk bolu kukus jayandaru karena kualitas produk yang baik	24	24,0	53	53,0	21	21,0	1	1,0	1	1,0	3,98	Setuju
Mean Total											3,85	Setuju

Sumber : Peneliti (2024)

Berdasarkan analisis diperoleh nilai mean tertinggi dan terendah untuk berbagai item pernyataan. Item pernyataan "Anda sangat ingin membeli dan merekomendasikan produk bolu kukus jayandaru karena kualitas produk yang baik" memiliki mean tertinggi sebesar 3,98, yang menunjukkan bahwa konsumen sangat setuju bahwa kualitas produk yang baik mendorong mereka untuk membeli dan merekomendasikan produk tersebut. Di sisi lain, item pernyataan "Produk bolu kukus memiliki kematangan yang baik dan sesuai standar" memiliki mean ter-

endah sebesar 3,66 yang masih berada dalam kategori setuju, tetapi menunjukkan masih ada ruang untuk perbaikan menurut persepsi konsumen. Mean total dari seluruh item pernyataan adalah 3,85, yang berarti bahwa secara keseluruhan, konsumen setuju bahwa kualitas produk, kemasan, dan pelayanan di Bolu Kukus Jayandaru memuaskan dan sesuai dengan harapan mereka.

4.3.3 Deskripsi Variabel Harga

Tabel 4. 7
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga (X2)

Pernyataan	5		4		3		2		1		Mean Item	Kriteria
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
Harga bolu kukus jayandaru sesuai dengan kemampuan konsumen	20	20,0	49	49,0	25	25,0	4	4,0	2	2,0	3,81	Setuju
Bolu kukus jayandaru memiliki kualitas baik dan harga yang terjangkau.	22	22,0	45	45,0	23	23,0	8	8,0	2	2,0	3,68	Setuju
Harga Bolu kukus jayandaru sesuai dengan kualitas produk yang dijual.	20	20,0	44	44,0	27	27,0	7	7,0	2	2,0	3,73	Setuju
Harga produk Bolu kukus jayandaru sesuai dengan manfaat yang didapat konsumen.	20	20,0	43	43,0	28	28,0	6	6,0	3	3,0	3,73	Setuju
Mean Total											3,75	Setuju

Sumber : Peneliti (2024)

Berdasarkan analisis ditemukan nilai mean tertinggi dan terendah pada berbagai item pernyataan terkait harga. Item pernyataan "Harga Bolu Kukus Jayandaru sesuai dengan kemampuan konsumen" memiliki mean tertinggi sebesar 3,81, menunjukkan bahwa konsumen sangat setuju harga yang ditetapkan sesuai

dengan kemampuan mereka. Di sisi lain, item pernyataan "Bolu kukus jayandaru memiliki kualitas baik dan harga yang terjangkau" memiliki mean terendah sebesar 3,68, yang masih berada dalam kategori setuju, tetapi menunjukkan bahwa ada sedikit perbedaan persepsi mengenai kualitas dan harga produk. Mean total dari seluruh item pernyataan adalah 3,75, yang menunjukkan bahwa secara keseluruhan, konsumen setuju bahwa harga yang ditetapkan oleh Bolu Kukus Jayandaru sudah sesuai dengan kemampuan, kualitas, dan manfaat yang mereka peroleh dari produk tersebut.

4.3.4 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 4. 8
Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan (X3)

Pernyataan	5		4		3		2		1		Mean Item	Kriteria
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
Pelayanan bolu kukus Jayandaru membuat konsumen nyaman.	19	19,0	48	48,0	22	22,0	8	8,0	3	3,0	3,72	Setuju
pelayanan bolu kukus jayandaru diberikan sebaik mungkin kepada konsumen	21	21,0	38	38,0	31	31,0	8	8,0	2	2,0	3,68	Setuju
Bolu kukus jayandaru memberi pelayanan yang ramah dan sopan.	19	19,0	44	44,0	27	27,0	9	9,0	1	1,0	3,71	Setuju
Bolu kukus jayandaru cepat merespon keluhan konsumen.	16	16,0	43	43,0	29	29,0	9	9,0	3	3,0	3,6	Setuju
Respon karyawan bolu kukus jayandaru yang baik	22	22,0	38	38,0	34	34,0	5	5,0	1	1,0	3,75	Setuju
Mean Total											3,69	Setuju

Sumber : Peneliti (2024)

Berdasarkan analisis menunjukkan nilai mean tertinggi dan terendah pada berbagai item pernyataan terkait kualitas pelayanan. Item pernyataan "Respon karyawan bolu kukus jayandaru yang baik" memiliki mean tertinggi sebesar 3,75, yang menunjukkan bahwa konsumen setuju bahwa karyawan bersedia melayani di luar jam kerja. Sebaliknya, item pernyataan "Bolu kukus jayandaru cepat merespon keluhan konsumen" memiliki mean terendah sebesar 3,6, yang tetap berada dalam kategori setuju, tetapi menunjukkan bahwa ada area di mana perbaikan bisa dilakukan terkait respon terhadap keluhan konsumen. Mean total dari seluruh item pernyataan adalah 3,69, yang menunjukkan bahwa secara keseluruhan, konsumen setuju bahwa kualitas pelayanan di Bolu Kukus Jayandaru memuaskan dan sesuai dengan harapan mereka.

4.3.5 Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen

Tabel 4. 9
Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Pernyataan	5		4		3		2		1		Mean Item	Kriteria
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
Produk bolu kukus jayandaru sangat memuaskan konsumen.	23	23,0	47	47,0	20	20,0	9	9,0	1	1,0	3,82	Setuju
Kenyamanan pelayanan bolu kukus jayandaru membuat ingin berkunjung kembali	22	22,0	48	48,0	22	22,0	5	5,0	3	3,0	3,81	Setuju
Konsumen merekomendasikan kepada orang lain jika produk sesuai dengan yang diinginkan.	17	17,0	53	53,0	20	20,0	7	7,0	3	3,0	3,74	Setuju
Mean Total											3,79	Setuju

Sumber : Peneliti (2024)

Berdasarkan analisis statistik deskriptif menunjukkan nilai mean tertinggi dan terendah pada berbagai item pernyataan terkait kepuasan konsumen. Item pernyataan "Produk bolu kukus jayandaru sangat memuaskan konsumen" memiliki mean tertinggi sebesar 3,82, yang menunjukkan bahwa konsumen setuju bahwa produk sangat memuaskan. Sebaliknya, item pernyataan "Konsumen akan selalu merekomendasikan kepada orang lain jika produk sesuai dengan yang diinginkan" memiliki mean terendah sebesar 3,74, yang masih berada dalam kategori setuju, tetapi menunjukkan bahwa rekomendasi kepada orang lain sedikit lebih rendah dibandingkan dengan kepuasan terkait produk. Mean total dari seluruh item pernyataan adalah 3,79, yang menunjukkan bahwa secara keseluruhan, konsumen setuju bahwa produk dan pelayanan Bolu Kukus Jayandaru memuaskan dan sesuai dengan harapan mereka.

4.4 Analisis Hasil Penelitian dan Pengujian Hipotesis

4.4.1 Analisis Hasil Penelitian

4.4.1.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018:51) Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu kuesioner penelitian. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan yang ada pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan di ukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan nilai r table dengan *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Dengan kriteria pengujian uji validitas adalah sebagai berikut :

- a. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka instrument atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (sinyatakan valid)
- b. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka instrument atau item-item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)

Adapun hasil uji validitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 10
Hasil Uji Validitas

Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1.1	0,767	0,1966	Valid
X1.2	0,732	0,1966	Valid
X1.3	0,742	0,1966	Valid
X1.4	0,805	0,1966	Valid
X1.5	0,672	0,1966	Valid
X2.1	0,808	0,1966	Valid
X2.2	0,868	0,1966	Valid
X2.3	0,851	0,1966	Valid
X2.4	0,887	0,1966	Valid
X3.1	0,850	0,1966	Valid
X3.2	0,883	0,1966	Valid
X3.3	0,858	0,1966	Valid
X3.4	0,823	0,1966	Valid
X3.5	0,831	0,1966	Valid
Y1.1	0,797	0,1966	Valid
Y1.2	0,876	0,1966	Valid
Y1.3	0,903	0,1966	Valid

Sumber : Peneliti (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan, nilai r hitung untuk semua item kuesioner mengenai Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X3), dan Kepuasan Konsumen (Y) lebih besar dari r tabel (0,1966) pada tingkat signifikansi 5%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua item kuesioner valid dan layak digunakan sebagai alat penelitian.

4.4.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner penelitian yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Uji reliabilitas juga digunakan untuk menguji konsistensi data yang dimiliki dalam jangka waktu tertentu, yakni untuk mengetahui sejauh apa pengukuran yang digunakan dapat diandalkan atau dipercaya. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara *one shot* (pengukuran sekali saja) yaitu pengukurannya dilakukan hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pernyataan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pernyataan (Ghozali, 2018:45)

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus Cronbach Alpha. Penilaian dalam pengujian ini didasarkan pada nilai Cronbach's Alpha, di mana jika nilainya $> 0,6$, maka instrumen dianggap reliabel, sedangkan jika nilainya $< 0,6$, instrumen dianggap tidak reliabel. Adapun hasil dari pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 11
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,797	Reliabel
Harga (X2)	0,876	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X3)	0,903	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,838	Reliabel

Sumber : Peneliti (2024)

Berdasarkan nilai-nilai Cronbach Alpha pada tabel di atas, yaitu 0,797 untuk Kualitas Produk (X1), 0,876 untuk Harga (X2), 0,903 untuk Kualitas Pelayanan (X3), dan 0,838 untuk Kepuasan Konsumen (Y), dapat disimpulkan bahwa semua

kuesioner dalam penelitian ini reliabel. Hal ini dikarenakan setiap item memiliki nilai Cronbach Alpha yang lebih besar dari 0,6, yang menunjukkan tingkat reliabilitas yang memadai. Oleh karena itu, kuesioner tersebut dapat dianggap layak digunakan sebagai instrumen pengukuran dalam penelitian ini.

4.4.1.3 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan analisis untuk mengetahui pengaruh variabel independent yang jumlahnya lebih dari satu terhadap satu variabel dependen. Model analisis regresi linier berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan dan seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independent terhadap variabel dependen (Ghazali,2018:95). Berikut adalah persamaan regresi linier berganda yang digunakan oleh peneliti adalah, sebagai berikut:

Tabel 4. 12
Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.871	.725		-1.202	.232
	Kualitas Produk (X1)	.300	.053	.399	5.646	.000
	Harga (X2)	.140	.065	.182	2.131	.036
	Kualitas Pelayanan (X3)	.236	.060	.388	3.943	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber : Peneliti (2024)

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh model persamaan regresi linear, sebagai berikut:

$$Y = -0,871 + 0,300.X1 + 0,140.X2 + 0,236.X3 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (α) sebesar -0,871 menunjukkan bahwa jika semua variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) sama dengan bernilai nol, maka Kepuasan Konsumen (Y) akan bernilai -0,873.
2. Koefisien regresi untuk variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 0,300. Ini berarti bahwa jika nilai Kualitas Produk (X1) meningkat satu satuan, sementara variabel lainnya tetap konstan, maka nilai Kepuasan Konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,300. Koefisien ini bersifat positif, menunjukkan bahwa semakin baik Kualitas Produk, semakin tinggi tingkat Kepuasan Konsumen pada Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo.
3. Koefisien regresi untuk variabel Harga (X2) sebesar 0,140. Ini berarti bahwa jika nilai Harga (X2) meningkat satu satuan, sementara variabel lainnya tetap konstan, maka nilai Kepuasan Konsumen (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,140. Koefisien ini bersifat positif, menunjukkan bahwa semakin tinggi Harga yang ditetapkan, maka tingkat Kepuasan Konsumen pada Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo akan mengalami peningkatan.
4. Koefisien regresi untuk variabel Kualitas Pelayanan (X3) sebesar 0,263. Ini berarti bahwa jika nilai Kualitas Pelayanan (X3) meningkat satu satuan, sementara variabel lainnya tetap konstan, maka nilai Kepuasan Konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,263. Koefisien ini bersifat positif, menunjukkan bahwa semakin baik Kualitas Pelayanan yang diberikan, semakin tinggi tingkat Kepuasan Konsumen pada Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo.

4.4.1.4 Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) pada dasarnya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil memperlihatkan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independent memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Tetapi penggunaan koefisien determinasi tersebut memiliki suatu kelemahan, yaitu terdapatnya suatu bias terhadap jumlah variabel independent yang dimasukkan kedalam model. Agar terhindar dari bias tersebut, maka digunakan nilai adjusted R^2 dimana nilai adjusted R^2 mampu naik atau turun apa turun apabila terjadi penambahan satu variabel independent (Ghozali, 2018:97) Dari hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 13
Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.883 ^a	.779	.773	1.15762
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X3), Kualitas Produk (X1), Harga (X2)				

Sumber : Peneliti (2024)

Dari tabel tersebut, terlihat bahwa nilai R Square sebesar 0,779 atau 77,9%, yang mengindikasikan bahwa variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama mempengaruhi Kepuasan Konsumen (Y)

sebesar 77,9%. Sebesar 22,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

4.4.2 Uji Hipotesis

4.4.2.1 Uji F

Menurut Ghozali (2018:97) Uji statistik F yaitu ketepatan terhadap fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai yang aktual. Jika nilai signifikan $F < 0,05$, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel independen. Uji statistik F juga memperlihatkan apakah semua variabel independen yang dimasukan dalam model yang mempengaruhi secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji statistik F mempunyai signifikan 0,05 (Ghozali, 2018:97). Kriteria pengujian hipotesis dalam penggunaan statistik F adalah ketika nilai signifikansi $F < 0,05$, maka hipotesis alternatif diterima, yang menyatakan bahwa semua independen secara simultan dan signifikan mempengaruhi variabel dependen. Dengan perumusan hipotesis diantaranya adalah:

H_0 = Tidak ada pengaruh secara simultan antara Kualitas produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

H_a = Ada pengaruh secara simultan antara Kualitas produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Adapun kriteria yang digunakan untuk pengujian simultan adalah:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau signifikan $F < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, berarti ada pengaruh signifikan secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau signifikan $F > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang berarti ada pengaruh tidak signifikan secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Adapun hasil uji simultan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 14
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	454.661	3	151.554	113.092	.000 ^b
	Residual	128.649	96	1.340		
	Total	583.310	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X3), Kualitas Produk (X1), Harga (X2)						

Sumber : Peneliti (2024)

Dari tabel di atas, nilai F hitung sebesar 113,092, melebihi nilai F tabel sebesar 2,70, dan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa secara bersama-sama, variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y). Dengan demikian, hipotesis pertama dapat diterima.

4.4.2.2 Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (Uji t) digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) secara parsial terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen (Y). Adapun pedoman untuk pengambilan keputusan yaitu dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen atau hipotesis ditolak.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen atau hipotesis diterima.

Nilai t tabel dengan tingkat signifikan 5% dan derajat bebas (*degree of freedom*)

$$t \text{ tabel} = t (a/2 ; n-k-1)$$

$$a = 5\% = t (0,05/2 ; 100-3-1)$$

$$= 0,025 ; 96$$

$$= 1,985$$

Tabel 4. 15
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.871	.725		-1.202	.232
	Kualitas Produk (X1)	.300	.053	.399	5.646	.000
	Harga (X2)	.140	.065	.182	2.131	.036
	Kualitas Pelayanan (X3)	.236	.060	.388	3.943	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber : Peneliti (2024)

Berikut ini adalah hasil uji t dalam penelitian ini:

1. Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan data dalam tabel, didapati bahwa nilai signifikansi untuk variabel Kualitas Produk (X1) adalah 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y), karena nilai signifikansi kurang dari 0,05. Selain itu, nilai t hi-

tung sebesar 5,646 yang melebihi nilai t tabel 1,985, menunjukkan bahwa secara parsial, Kualitas Produk (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Berdasarkan hasil ini, hipotesis dapat diterima, dan dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X1) memiliki pengaruh yang signifikan dan parsial terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo.

2. Pengaruh Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan data dalam tabel, didapati bahwa nilai signifikansi untuk variabel Harga (X2) adalah 0,036. Hal ini menunjukkan bahwa Harga (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y), karena nilai signifikansi kurang dari 0,05. Selain itu, nilai t hitung sebesar 2,131 yang lebih dari nilai t tabel 1,985, menunjukkan bahwa secara parsial, Harga (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Berdasarkan hasil ini, hipotesis diterima, dan dapat disimpulkan bahwa Harga (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan data dalam tabel, didapati bahwa nilai signifikansi untuk variabel Kualitas Pelayanan (X3) adalah 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y), karena nilai signifikansi kurang dari 0,05. Selain itu, nilai t hitung sebesar 3,943 yang kurang dari nilai t tabel 1,985, menunjukkan bahwa secara parsial, Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh secara signifikan ter-

hadap Kepuasan Konsumen (Y). Berdasarkan hasil ini, hipotesis diterima, dan dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (X3) pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo.

4.4.2.3 Uji Dominan

Uji dominan dilakukan untuk mengetahui variabel independen yang paling berpengaruh dominan di dalam regresi linear. Uji dominan digunakan sebagai alat uji untuk mengetahui pengaruh yang paling dominan dari variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) yang dilihat dari nilai koefisien regresi (b) yang distandarisasi dengan nilai beta. Kriteria uji dominan yaitu jika nilai koefisien regresi variabel memiliki nilai terbesar, maka variabel tersebut memiliki pengaruh dominan. Semakin besar nilai beta, maka semakin besar pengaruhnya terhadap variabel dependen Ghazali (2018:166).

Tabel 4. 16
Hasil Uji Dominan

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.871	.725		-1.202	.232
	Kualitas Produk (X1)	.300	.053	.399	5.646	.000
	Harga (X2)	.140	.065	.182	2.131	.036
	Kualitas Pelayanan (X3)	.236	.060	.388	3.943	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber : Peneliti (2024)

Dari analisis tersebut, dapat diamati bahwa koefisien beta untuk Kualitas Produk (X1) adalah 0,399, untuk Harga (X2) adalah 1,82, dan untuk Kualitas Pelayanan (X3) adalah 0,388. Dengan membandingkan nilai-nilai ini, dapat disim-

pulkan bahwa Kualitas Produk (X1) adalah variabel yang paling berpengaruh dalam memengaruhi Kepuasan Konsumen. Sebagai hasilnya, hipotesis ketiga dapat diterima.

4.5 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel indenpenden yakni Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) mempunyai hubungan yang erat dengan variabel dependen yakni Kepuasan Konsumen (Y) pada Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo, Variabel tersebut juga mempunyai kontribusi yang besar dalam mempengaruhi peningkatan maupun penurunan Penjualan. Variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 77,9% sedangkan sisanya Sebesar 22,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain dan variabel lain di luar penelitian.

4.5.1 Pengaruh Simultan Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dikatakan bahwa variabel Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen dengan nilai F hitung sebesar 113,092, melebihi nilai F tabel sebesar 2,70, dan nilai signifikansi 0,000 kurang dari 0,05. Artinya dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti variabel Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Bolu Kukus

Jayandaru Sidoarjo. Setiap kenaikan variabel bebas akan diikuti oleh kenaikan variabel terikat.

Sesuai dengan Penelitian sebelumnya yang dilakukan Nuruddin Mahmud (2021) yang berjudul “pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Transmart Setia Budi Semarang”. Menerangkan bahwa berdasarkan perhitungan diperoleh F hitung sebesar 45,140 pada *level significance* (taraf signifikan) sebesar 5 % diperoleh F tabel sebesar 2,70 sehingga nilai F hitung = 45,140 > dari F tabel = 2,70 atau signifikan 0,000 kurang dari 5% atau 0,05. Artinya ada pengaruh antara harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk, secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan Transmart Setia Budi Semarang.

Dengan demikian hipotesis yang telah dirumuskan menyebutkan bahwa Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo terbukti kebenarannya.

4.5.2 Pengaruh Secara Parsial Kualitas Produk (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dikatakan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap variabel Kepuasan konsumen didapati bahwa nilai signifikansi untuk variabel Kualitas Produk (X1) adalah 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y), karena nilai signifikansi kurang dari 0,05. Selain itu, nilai t hitung sebesar 5,646 yang melebihi nilai t tabel 1,985, menun-

jukkan bahwa secara parsial Kualitas Produk (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Berdasarkan hasil ini, hipotesis dapat diterima, dan dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X1) memiliki pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo. Dengan demikian, semakin baik kualitas produk maka kepuasan konsumen pada Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo akan semakin meningkat.

Kualitas produk merupakan kondisi yang dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, lingkungan, yang memenuhi atau melebihi harapan. Jika kualitas produk yang dirasakan konsumen memenuhi harapan mereka, maka konsumen akan puas dan diharapkan kembali membeli produk tersebut. Hasil penelitian ini mendukung teori yang dikemukakan Carmelia Cesariana dkk (2022 : 45) mendefinisikan bahwa kualitas produk merupakan keseluruhan suatu produk segala yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen pada produk yang berkualitas. Jika kualitas produk ditingkatkan maka kepuasan konsumen akan meningkat.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Ayu Diah Shapira (2020) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Mawar Bakery And Cake Shop Cabang Simalingkar Medan)”. Menerangkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t-hitung > t-tabel yaitu ($3,822 > 1,986$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil daripada 0,05 ($0,000 < 0,05$).

4.5.3 Pengaruh Secara Parsial Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dikatakan bahwa nilai signifikansi untuk variabel Harga (X2) adalah 0,036. Hal ini menunjukkan bahwa Harga (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y), karena nilai signifikansi kurang dari 0,05. Selain itu, nilai t hitung sebesar 2,131 yang lebih dari nilai t tabel 1,985, menunjukkan bahwa secara parsial, Harga (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Berdasarkan hasil ini dapat disimpulkan bahwa Harga (X2) memiliki pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo. Harga memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan pelanggan. Oleh sebab itu, harga yang ditetapkan harus seimbang dengan kualitas yang diberikan pada konsumen. Dengan demikian, semakin baik harga maka kepuasan konsumen pada Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo akan semakin meningkat.

Harga menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini mendukung teori yang dikemukakan Ayu dan Suprpti (2022) Harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukar konsumen untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Dalam menetapkan harga, pemilik usaha harus menyesuaikan harga dengan kualitas produk atau jasa yang ditawarkan. Harga yang terlalu tinggi tanpa diimbangi dengan kualitas yang baik maka dapat menimbulkan kekecewaan konsumen. Dengan demikian, pemilik usaha perlu membandingkan harga yang ditetapkan dengan harga produk atau jasa serupa

yang diproduksi atau ditawarkan oleh pesaing. Hal ini dimaksudkan agar harga yang ditentukan oleh perusahaan tersebut tidak terlalu tinggi atau sebaliknya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Ayu Diah Shapira (2020) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Mawar Bakery And Cake Shop Cabang Simalingkar Medan)”. Menunjukkan bahwa secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t-hitung $>$ t-tabel yaitu ($2,427 > 1,986$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,017 lebih kecil daripada 0,05 ($0,017 < 0,05$).

4.5.4 Pengaruh Secara parsial Kualitas Pelayanan (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dikatakan bahwa nilai signifikansi untuk variabel Kualitas Pelayanan (X3) adalah 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y), karena nilai signifikansi kurang dari 0,05. Selain itu, nilai t hitung sebesar 3,943 yang kurang dari nilai t tabel 1,985, menunjukkan bahwa secara parsial, Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Berdasarkan hasil ini, hipotesis diterima, dan dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (X3) pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo. Dengan demikian, semakin baik kualitas pelayanan maka kepuasan konsumen pada Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo akan semakin meningkat.

Hasil ini membuktikan bahwa salah satu tindakan untuk memuaskan pelanggan adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada para pelanggan dengan sebaik – baiknya. Penelitian ini mendukung teori yang dikemukakan oleh Carmelia Cesariana dkk (2022:146) menyatakan kualitas pelayanan yaitu tingkatan keunggulan yang di harapkan serta pengendalian atas tingkatan keunggulan tersebut gunaenuhi harapan konsumen. Harapan konsumen merupakan keyakinan konsumen sebelum mencoba atau membeli suatu produk yang dijadikan acuan dalam menilai produk tersebut. Apabila konsumen merasa puas maka akan melakukan pembelian ulang bahkan merekomendasikan kepada orang lain.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Fajar Saputro dan Muhammad Jalari (2023) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Roti Bakar” menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memiliki nilai sig. sebesar 0,000 ($<0,05$) yang berarti kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Roti Bakar.

4.5.5 Variabel Bebas yang Berpengaruh Dominan Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Hipotesis ketiga yang menyatakan “Bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh secara dominan dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo” Terbukti kebenarannya. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji dominan bahwa variabel kualitas produk (X1) memiliki nilai koefisien

beta paling besar yaitu 0,399, untuk Harga (X2) adalah 1,82, dan untuk Kualitas Pelayanan (X3) adalah 0,388. Dengan membandingkan nilai-nilai ini, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X1) adalah variabel yang paling berpengaruh dalam memengaruhi Kepuasan Konsumen.

Hal tersebut terjadi karena variabel kualitas produk adalah indikator penting untuk menilai tingkat kepuasan konsumen pada produk yang ditawarkan. Penelitian ini mendukung teori yang dikemukakan oleh Rabiah (2020:7) produk yang berkualitas akan menjadi pertimbangan utama konsumen dalam menentukan pemilihan suatu produk. Semakin baik kualitas produk maka kepuasan konsumen pada Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo akan semakin meningkat.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Fajar Saputro dan Muhammad Jalari (2023) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Roti Bakar”. Menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen dibanding variabel harga dan kualitas pelayanan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis pada penelitian mengenai pengaruh Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada produk Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis uji simultan (Uji F) bahwa variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) secara simultan (bersama-sama) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).
Kumrotin & Susanti (2021 : 56) Kualitas produk adalah salah satu hal yang menjadi pertimbangan utama dalam kepuasan konsumen setelah melakukan transaksi dalam suatu produk. Kualitas produk menjadi tolok ukur sebuah produk terhadap kepuasan konsumen maka dari itu dengan adanya kualitas produk yang baik akan memenuhi keinginan konsumen terhadap suatu produk. Kotler dkk, (2018 : 308) harga merupakan sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk memperoleh manfaat dari suatu produk. Tjiptono (2019 : 61) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Dari ketiga variabel bebas tersebut, apabila mengalami peningkatan maka kepuasan konsumen akan meningkat. Pendapat ini di dukung penelitian dari Nuruddin Mahmud (2021)

yang berjudul “pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Transmart Setia Budi Semarang”. Menerangkan bahwa pengaruh secara simultan dan positif signifikan antara harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk, secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan.

2. Berdasarkan hasil uji t pada variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo adalah sebagai berikut : Hasil analisis uji parsial (uji t) bahwa Kualitas Produk (X1) memiliki pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo. Dengan demikian, semakin baik kualitas produk maka kepuasan konsumen pada Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo akan semakin meningkat. Rabiah (2020) Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. produk yang berkualitas akan menjadi pertimbangan utama konsumen dalam menentukan pemilihan suatu produk. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Ayu Diah Shapira (2020) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Mawar Bakery And Cake Shop Cabang Simalingkar Medan)”. Menerangkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Harga (X2) secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen yang dibuktikan bahwa Harga (X2) memiliki pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Bolu Kukus

Jayandaru Sidoarjo. Lailatus Sa'adah (2020:15) Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Ayu Diah Shapira (2020) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Mawar Bakery And Cake Shop Cabang Simalingkar Medan)". Menunjukkan bahwa secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Kualitas Pelayanan (X3) secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen yang berarti Kualitas Pelayanan (X3) secara parsial berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) pada Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo. Meithiana Indasari (2019:61), Kualitas Pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen secara langsung maupun tidak langsung. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Fajar Saputro dan Muhammad Jalari (2023) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Roti Bakar" menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.

3. Hasil uji variabel dominan, bahwa variabel kualitas produk (X1) memiliki nilai koefisien beta paling besar dibandingkan dengan variabel Harga (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3). Dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X1) ada-

lah variabel yang paling berpengaruh signifikan dalam memengaruhi Kepuasan Konsumen pada Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo. Penelitian ini mendukung teori yang dikemukakan oleh Rabiah (2020:7) produk yang berkualitas akan menjadi pertimbangan utama konsumen dalam menentukan pemilihan suatu produk. Semakin baik kualitas produk maka kepuasan konsumen pada Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo akan semakin meningkat. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Fajar Saputro dan Muhammad Jalari (2023) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Roti Bakar”. Menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen dibanding variabel harga dan kualitas pelayanan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka diajukan saran-saran antara lain:

1. Dikarenakan Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo. Maka pemilik harus berusaha meningkatkan lagi kualitas produk yang selama ini sudah ada yang meliputi, kemasan yang lebih menarik dari sebelumnya, memberikan segel pada setiap box lapis dan lebih diperhatikan untuk potongan produk lapis agar sama dan presisi bentuknya. Dengan meningkatkan kualitas produk maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Memberikan Harga produk tetap terjangkau dengan pesaing sekitarnya agar konsumen bersedia membeli kembali, serta melakukan Kualitas Pelayanan sebaik mungkin agar

meningkatkan Kepuasan Konsumen pada saat pembelian. Kumrotin & Susanti (2021 : 56) Kualitas produk adalah salah satu hal yang menjadi pertimbangan utama dalam kepuasan konsumen setelah melakukan transaksi dalam suatu produk. Kualitas produk menjadi tolok ukur sebuah produk terhadap kepuasan konsumen maka dari itu dengan adanya kualitas produk yang baik akan memenuhi keinginan konsumen terhadap suatu produk. Kotler dkk, (2018 : 308) harga merupakan sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk memperoleh manfaat dari suatu produk. Tjiptono (2019 : 61) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Dari ketiga variabel bebas tersebut, apabila mengalami peningkatan maka kepuasan konsumen akan meningkat. Pendapat ini di dukung penelitian dari Nuruddin Mahmud (2021) Menerangkan bahwa ada pengaruh secara simultan dan positif signifikan antara harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk, secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan.

2. Bagi Masing-Masing variabel

a. Variabel Kualitas Produk

Hasil analisis uji parsial (uji t) Kualitas Produk (X1) secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen yang dibuktikan dengan hasil nilai *thitung* lebih besar dari *t tabel* dan nilai signifikan yang dihasilkan lebih kecil. Dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X1) memiliki

pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo. Dengan demikian, semakin baik kualitas produk maka kepuasan konsumen pada Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo akan semakin meningkat. Bolu kukus jayandaru Sidoarjo disarankan untuk meningkatkan Kualitas Produk secara konsisten serta memperhatikan perihal ukuran lapis agar semua lapis sama rata ukurannya, dan juga dapat memberikan segel pada box lapis untuk menjaga kebersihan kue yang ada di dalamnya. Suryani (2019) Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Kapasitas suatu produk untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai dan bahkan di atas harapan konsumen. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Ayu Diah Shapira (2020) yang berjudul menerangkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

b. Variabel Harga

Hasil uji parsial (uji t) Harga (X2) secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen yang dibuktikan dengan hasil nilai *t hitung* lebih besar dari *t tabel* dan nilai signifikan yang dihasilkan lebih kecil. Dapat disimpulkan bahwa Harga (X2) memiliki pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo. Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo sebaiknya memperhatikan perkembangan Harga karena adanya harga yang terjangkau untuk semua kalangan membuat konsumen puas serta meningkatkan daya saing dengan

usaha sejenis dan juga dapat menetapkan harga produk tetap terjangkau baik harga yang ada di outlet maupun harga untuk pesan antar agar konsumen bersedia membeli kembali produk Bolu Kukus Jayandaru. Supranto (2020:12) harga ialah sejumlah uang dimana seseorang harus membayar untuk mendapatkan hak menggunakan produk. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Ayu Diah Shapira (2020) yang berjudul menunjukkan bahwa secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

c. Variabel Kualitas Pelayanan

Hasil analisis uji parsial (uji t) Kualitas Pelayanan (X3) secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen yang dibuktikan dengan hasil nilai *t hitung* lebih besar dari *t tabel* dan nilai signifikan yang dihasilkan sebesar lebih kecil. yang berarti Kualitas Pelayanan (X3) secara parsial berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) pada Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo. Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo Sebaiknya selalu memperhatikan dan memberikan Kualitas Pelayanan yang baik dan cepat tanggap untuk merespon keluhan konsumen agar dapat memuaskan konsumen yang membeli produk Bolu Kukus Jayandaru dan juga bisa menambahkan metode pembelian melalui gojek, grab, dan shoppe food agar menjangkau konsumen lebih luas lagi. Andrian Sudarso (2019:55) Jadi pelayanan adalah interaksi dan hubungan timbal balik antara produsen terhadap konsumen yang tidak berwujud secara fisik tetapi berupa sebuah tindakan untuk memenuhi kebutuhan dalam bentuk suatu kepuasan. Hasil

penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Fajar Saputro dan Muhammad Jalari (2023) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.

3. Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa secara dominan variabel Kualitas Produk (X1) menjadi variabel paling dominan diantara variabel lainnya. Hal tersebut terjadi karena variabel kualitas produk adalah indikator penting untuk menilai tingkat kepuasan konsumen pada produk yang ditawarkan. Maka pemilik usaha harus meningkatkan kualitas produk melalui kemasan yang unik dan mempunyai ciri khas tersendiri. Penelitian ini mendukung teori yang dikemukakan oleh Rabiah (2020:7) produk yang berkualitas akan menjadi pertimbangan utama konsumen dalam menentukan pemilihan suatu produk. Semakin baik kualitas produk maka kepuasan konsumen pada Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo akan semakin meningkat. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Fajar Saputro dan Muhammad Jalari (2023) Menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen dibanding variabel harga dan kualitas pelayanan.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (uji R square) Variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 77,9% sedangkan sisanya Sebesar 22,1% dipengaruhi oleh faktor lain dan variabel lain di luar penelitian. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel yang

lainnya yang berhubungan dengan Kepuasan Pelanggan agar hasil penelitian bisa lebih lengkap dan lebih baik serta dapat mengambil sampel yang lebih banyak lagi, agar hasil penelitian yang di dapat bisa menjadi lebih kuat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusti, I. S., & Verano, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (KFC arjuna Medan Perjuangan). *Jurnal NIAGAWAN* Vol.11 No.1 Universitas Negeri Medan.
- Amalia (2020). "Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen produk kosmetik ulfiah shop (Studi pada Pengguna Facebook di Kota Makassar). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(6), 1–13.
- Andrian Sudarso, 2019 *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*, Yogyakarta Deepublish,
- Arief, M. (2020). *Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan : Bagaimana Mengelola Kualitas Pelayanan Agar Memuaskan Pelanggan (Pertama)*. PT. Bayui Media Publishing.
- Astuti, Andeka Aprilia. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening*. Universitas Islam Negeri Salatiga. Salatiga.
- Carmelia, Cesariana. Fadlan Juliansyah, & Rohani Fitriyani. Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial (JMPIS)* Volume 3, Issue 1, 2022.
- Chandra, Teddy, Stefani Chandra, & Layla Hafni. (2020). *Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis*. CV IRDH. Pekanbaru.
- Dewi, P. S. A., & Suprapti, N. W. S. (2018). Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan yang Dipengaruhi oleh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek (Studi Pada Produk Smartphone Merek Oppo). *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 87.
- Fawzi, Haque Grace Marissa, Ahmad Syarif Iskandar, dan Heri Erlangga. 2022. *Strategi Pemasaran Konsep, Teori, dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books. FEB UNARS Vol. 2, No. 12, Desember 2023.
- Firdausia, Rini. (2023). Pengaruh Keragaman Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ayah Bunda Di Kabupaten Situbondo Abdurachman Saleh Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, Vol. 2, No. 12, Desember 2023 : 2840-2856

- Fitriananur, 2020. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Lesehan Dapur M'Riah* Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Ssaifuddin Jambi. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi, Jambi. <http://repository.uinjambi.ac.id/3999>
- Ghozali, Imam. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Gofur, Abdul,. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)* Fakultas Ekonomi UNIAT Vol.4, No.1 Februari 2019: 37 – 44.
- Hartatik & Susanti, Ari. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Klinik Kecantikan Ella Skin Care. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis (JAB)*, 8(1), 44-56, 2022.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Mobile Broadband Di Kota Palembang. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 16(1), 43.
- Ismanto, J. (2020). *Manajemen Pemasaran*. In Manajemen Pemasaran (p. 86). UNPAM PRESS.
- J. Supranto dan Nandan Limakrisna, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2020.
- Juniarti, S., Zuraida, L., & Wikaningtyas, S. U. (2022). “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Pada Bento Kopi).” *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 366–381.
- Juwanto, (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Rahayu Demak*. Fakultas Ekonomi Universitas Semarang. Semarang.
- Kumrotin, evi laili., dan Ari Susanti. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo. *Jurnal Manajemen Indonesia (JMIND)* Vol6 , No.1 , Juni 2021.
- Mahmud, N. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Transmart Setiabudi Semarang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis STIE Anindyaguna* Vol 3, No 1, pp 159-167 April 2021.

- Makbul, M. (2021) 'Metode Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian'. *Jurnal OSF*. Makasar.
- Maulana, Suraya, A. (2020). *Kewirausahaan(Entrepreneurship) dalam Pandangan Islam (Histori-Politik dan Ekonomi)* (M. Nasrudin (ed.); Pertama). PT. Nasya Expanding Management.
- Murjana, I Made,. Yusi Faizathloctavi, Rosyia Wardani, & Nendy Pratama Agufianto. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Kopi Living. *Jurnal Ganec Swara* Vol. 17, No.3, September 2023.
- Murniati & Bawono, Suryaning. (2020). Pengaruh Perilaku Konsumen, Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Situs Belanja Online (Studi Kasus Pada Situs Belanja Online XYZ). *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan*. Volume 2: 131-144.
- Rabia,. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Nesmilo Di Samarinda. *eJournal Administrasi Bisnis*, Volume 8, Nomor 1, 65-74.
- Sa'adah, L., & Munir, F. (2020). *Kualitas Layanan, Harga dan Citra Merek Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen* (Zulfikar (ed.); Pertama). LPPM.
- Samuel T.U.A Ginting., Ezranto Keliat, Yuli R. Simanjuntak. Pengaruh Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Rs Komputer Medan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* Volume 25, No. 2, Agt 2023.
- Saputro, Fajar. Muhammad Jalari. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Roti Bakar. *Jurnal Riset Manajemen* Vol. 1, No. 3 September 2023.
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran* (M. Suardi (ed.); Pertama). Samudra Biru.
- Shapira, Ayu Diah (2020) Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Mawar Bakery And Cake Shop Cabang Simalingkar Medan). Skripsi thesis, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta. Bandung.

- Suryani, Ade Ni 2019. Pengaruh Kualitas Produk Herbalife Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Club Sehat Sky Town. *Jurnal Adminika*, Volume.5no.1 Januari - Juli 2019.
- Wahyuningsih, N., & Ernawati, S. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rocket Chicken Kota Bima. *Journal Scientific of Mandalika (JSM)*, 2(5), 176.
- Yulianto,. D, H., D. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Benih Padi Produksi BPTP Balai Benih Pertanian Kabupaten Bantul. *Jurnal Hunatech* Volume: 1 Nomor: 1 Juni 2022.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian



KUESIONER PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BOLU KUKUS JAYANDARU SIDOARJO

Perkenalkan saya mahasiswa Universitas Bhayangkara Surabaya Program Studi Manajemen Pemasaran Ingin meminta kesediaan Anda untuk berpartisipasi menjawab kuesioner yang akan saya ajukan, guna untuk pembuatan/penulisan skripsi sebagai tugas akhir saya di Universitas Bhayangkara Surabaya. Kuesioner ini dimaksudkan untuk mengetahui “PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BOLU KUKUS JAYANDARU SIDOARJO”.

Atas kesediaan dan kerjasama Anda, saya ucapkan terima kasih.

A. Petunjuk Pengisian :

1. Isilah data diri Anda dengan sebenar – benarnya pada urutan **B** tentang identitas responden.
2. Berilah tanda checklist (√) pada salah satu jawaban/pernyataan yang tersedia sesuai dengan pendapat anda dengan keadaan yang benar – benar anda alami sebagai konsumen Bolu Kukus Jayandaru.

3. Keterangan pilihan jawaban :

- | | | |
|----|---------------------|-----------------|
| a. | Sangat Tidak Setuju | memiliki skor 1 |
| b. | Tidak Setuju | memiliki skor 2 |
| c. | Netral | memiliki skor 3 |
| d. | Setuju | memiliki skor 4 |
| e. | Sangat Setuju | memiliki skor 5 |

4. Diharapkan untuk mengisi angket dengan lengkap dan tidak menjawab lebih dari satu pilihan jawaban.

A. Identitas Responden

1. Umur :

- 17 - 25 Tahun
- 26 – 30 Tahun
- 31 -35 Tahun
- 36 – 40 Tahun
- 41 – 45 Tahun
- \geq 46 Tahun

2. Jenis Kelamin :

- Laki - Laki
- Perempuan

3. Apa pekerjaan anda saat ini?

- Pelajar/Mahasiswa
- Pegawai Swasta

- Pegawai Negeri
- Wirausaha
- Lainnya : (.....)

4. Berapa pendapatan anda per bulan?

- < Rp 1.499.999
- Rp 1.500.000 – Rp 4.499.999
- Rp 4.500.000 – Rp 5.999.999
- > Rp 6.000.000

B. Pernyataan Kuesioner

No	Pernyataan	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
A. Kualitas Produk (X1)						
1	Produk di Bolu Kukus Jayandaru memiliki rasa yang enak					
2	Kemasan yang menarik pada produk bolu kukus jayandaru, menarik minat konsumen					
3	Produk bolu kukus memiliki kematangan yang baik dan sesuai standar					
4	Kualitas produk bolu kukus jayandaru sudah sesuai harapan konsumen					
5	Anda sangat ingin membeli dan merekomendasikan produk bolu kukus jayandaru karena kualitas produk yang baik					

B. Harga (X2)						
7	Harga bolu kukus jayandaru sesuai dengan kemampuan konsumen					
8	Bolu kukus jayandaru memiliki kualitas baik dan harga yang terjangkau.					
9	Harga Bolu kukus jayandaru sesuai dengan kualitas produk yang dijual.					
10	Harga produk Bolu kukus jayandaru sesuai dengan manfaat yang didapat konsumen.					
C. Kualitas Pelayanan (X3)						
12	Pelayanan bolu kukus Jayandaru membuat konsumen nyaman.					
13	pelayanan bolu kukus jayandaru diberikan sebaik mungkin kepada konsumen					
14	Bolu kukus jayandaru memberi pelayanan yang ramah dan sopan.					
15	Bolu kukus jayandaru cepat merespon keluhan konsumen.					
16	Respon karyawan bolu kukus jayandaru yang baik					
D. Kepuasan Konsumen (Y)						
17	Produk bolu kukus jayandaru sangat memuaskan konsumen.					
18	Kenyamanan pelayanan bolu kukus jayandaru membuat ingin berkunjung kembali					
19	Konsumen merekomendasikan kepada orang lain jika produk sesuai dengan yang diinginkan.					

Lampiran 2 Hasil Jawaban Responden

No	Kualitas Produk (X1)					Total	Harga (X2)				Total	Kualitas Pelayanan (X3)					Total	Kepuasan Konsumen (Y)				Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	
1	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
2	5	5	4	4	4	22	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	24	5	4	4	4	17
3	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	19	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	20
4	4	4	4	4	4	16	3	4	4	3	14	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	4	4	3	4	4	19	3	3	3	3	12	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
6	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	16	5	5	5	5	4	24	5	4	4	4	17
7	5	2	4	2	5	18	5	2	5	2	14	2	3	2	3	3	13	2	2	2	2	8
8	4	4	2	4	4	18	4	5	4	4	17	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
9	3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	2	3	2	2	2	12	2	2	2	2	8
10	3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
11	3	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	3	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
12	4	4	4	4	4	16	3	2	2	2	10	4	2	3	2	2	13	2	4	4	4	14
13	4	4	3	4	4	19	3	4	4	4	16	4	4	3	3	4	18	4	3	4	4	15
14	3	2	4	2	4	15	4	2	3	3	12	2	3	3	3	4	15	3	4	4	4	15
15	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
16	4	3	4	3	3	17	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	12	4	3	3	3	13
17	4	4	2	4	4	18	5	5	4	4	18	3	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16
18	4	4	4	4	4	16	5	3	3	3	14	4	3	3	4	3	17	4	4	4	4	16
19	3	4	4	3	4	18	3	4	4	3	14	4	3	4	4	3	18	3	4	4	4	15
20	4	4	4	4	4	16	4	4	3	3	14	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
21	4	4	4	4	4	16	4	2	3	3	12	4	3	4	3	4	16	4	4	4	4	16
22	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16	4	4	3	3	3	17	4	3	4	4	15
23	5	5	2	2	4	18	3	4	3	4	14	3	4	4	3	3	17	4	4	3	3	13
24	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
25	4	3	4	3	4	18	4	4	4	4	16	5	4	4	4	4	21	4	2	4	4	14
26	4	4	3	4	4	19	4	5	4	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
27	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	3	4	4	3	17	4	4	4	4	16
28	3	3	3	3	3	12	3	3	4	4	14	4	3	3	3	3	16	3	3	3	3	12
29	5	5	4	4	4	22	4	4	4	4	16	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	20
30	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
31	4	3	2	2	3	14	4	4	3	3	14	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
32	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
33	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
34	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
35	4	4	4	4	4	16	4	3	3	4	14	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
36	4	4	3	4	4	19	3	4	4	4	15	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
37	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
38	4	4	2	2	3	15	4	3	4	3	15	4	3	3	3	3	16	4	3	3	3	13
39	4	4	4	4	4	16	5	3	3	4	15	3	4	4	3	4	18	4	4	4	4	16
40	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16	4	3	4	3	4	18	4	4	4	4	16
41	4	2	5	2	2	16	4	3	4	4	15	3	4	4	4	3	18	4	2	4	4	14
42	4	4	4	3	4	19	4	4	4	5	17	4	5	4	4	4	21	4	5	4	4	15
43	4	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	5	4	4	5	5	23	4	5	4	4	13
44	4	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
45	4	4	4	4	4	16	3	4	3	3	13	4	5	3	3	4	19	4	4	4	4	16
46	5	3	4	5	5	22	5	5	4	5	19	4	5	5	5	5	24	5	5	4	4	14
47	5	5	5	5	5	25	5	5	3	5	18	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	20
48	4	4	4	4	4	16	3	5	3	4	15	5	3	4	3	5	20	3	4	4	4	11
49	4	3	3	4	4	18	3	4	3	4	14	2	2	4	4	3	15	4	4	4	4	12
50	2	2	2	4	2	16	4	5	4	4	17	3	4	3	3	3	16	3	3	3	3	9
51	4	4	3	4	3	18	4	4	4	4	16	4	4	4	5	5	22	4	5	4	4	13
52	3	4	3	5	4	19	3	3	5	3	14	4	4	4	3	3	18	3	3	4	4	10
53	3	3	3	3	3	12	3	3	4	3	13	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	9
54	1	3	1	3	4	12	4	4	2	2	12	1	3	2	2	2	10	2	2	3	3	7
55	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	16	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	20
56	3	3	2	3	3	14	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
57	4	4	4	3	4	19	3	3	2	3	12	3	3	3	4	3	16	4	3	4	4	11
58	4	4	4	5	5	21	4	4	5	4	17	4	5	5	3	5	23	5	5	4	4	18
59	5	5	4	5	4	21	3	5	4	4	16	3	4	4	3	3	17	4	5	4	4	14
60	4	4	4	4	3	19	4	3	3	3	13	3	2	2	2	3	12	4	4	4	4	12
61	3	3	3	3	3	12	4	3	3	4	14	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
62	2	2	2	2	4	12	2	2	2	2	8	2	1	1	2	2	8	1	4	2	2	7
63	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
64	4	5	4	4	4	21	4	5	4	5	18	5	5	5	5	4	24	5	5	4	4	14
65	5	5	5	5	5	25	3	4	4	4	15	4	3	4	3	3	17	5	5	5	5	20
66	3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
67	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	20
68	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	19	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	20
69	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
70	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
71	4	4	3	3	3	17	4	4	3	3	14	3	3	3	5	4	18	3	3	3	3	12
72	4	4	5	2	1	16	2	2	2	1	7	2	2	2	2	3	11	2	4	1	1	7
73	1	5	1	2	4	14	4	2	3	2	11	1	2	5	1	4	12	4	2	3	3	9
74	4	4	3	4	4	19	5	5	5	5	19	4	4	5	4	5	22	4	4	4	4	12
75	5	5	4	5	4	21	5	5	5	5	20	4	5	5	4	5	21	5	5	5	5	20
76	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	16	4	4	4	4	5	20	5	4	5	4	14
77	3	4	2	2	3	14	1	1	1	1	4	3	2	2	2	4	13	2	1	2	2	5
78	4	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	4	4	4	4	5	20	4	4	4	4	16
79	3	4	2	4	4	17	4	5	4	5	18	4	5	4	5	4	22	5	1	2	2	8
80	4	4	4	4	4	16	4	4	4	5	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
81	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16

Lampiran 3 Hasil SPSS

Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	100	1.00	5.00	3.8700	.89505
X1.2	100	1.00	5.00	3.9500	.82112
X1.3	100	1.00	5.00	3.6600	.97670
X1.4	100	2.00	5.00	3.8300	.87681
X1.5	100	1.00	5.00	3.9800	.76515
X2.1	100	1.00	5.00	3.8100	.87265
X2.2	100	1.00	5.00	3.7700	.95193
X2.3	100	1.00	5.00	3.7300	.93046
X2.4	100	1.00	5.00	3.7100	.95658
X3.1	100	1.00	5.00	3.7200	.96484
X3.2	100	1.00	5.00	3.6800	.96274
X3.3	100	1.00	5.00	3.7100	.91337
X3.4	100	1.00	5.00	3.6000	.96400
X3.5	100	1.00	5.00	3.7500	.89188
Y1.1	100	1.00	5.00	3.8200	.92529
Y1.2	100	1.00	5.00	3.8100	.93954
Y1.3	100	1.00	5.00	3.7400	.92791
Valid N (listwise)	100				

Uji Validitas

Correlations							
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Kualitas Produk (X1)
X1.1	Pearson Correlation	1	.500**	.550**	.435**	.335**	.767**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.500**	1	.382**	.549**	.320**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100

X1.3	Pearson Correlation	.550**	.382**	1	.427**	.315**	.742**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.435**	.549**	.427**	1	.612**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.335**	.320**	.315**	.612**	1	.672**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.001	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Kualitas Produk (X1)	Pearson Correlation	.767**	.732**	.742**	.805**	.672**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Harga (X2)
X2.1	Pearson Correlation	1	.567**	.608**	.611**	.808**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.567**	1	.636**	.747**	.868**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.608**	.636**	1	.660**	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.611**	.747**	.660**	1	.887**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Harga (X2)	Pearson Correlation	.808**	.868**	.851**	.887**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Correlations							
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Kualitas Pelayanan (X3)
X3.1	Pearson Correlation	1	.675**	.629**	.639**	.657**	.850**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.675**	1	.743**	.666**	.659**	.883**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.629**	.743**	1	.613**	.666**	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.639**	.666**	.613**	1	.564**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.657**	.659**	.666**	.564**	1	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Kualitas Pelayanan (X3)	Pearson Correlation	.850**	.883**	.858**	.823**	.831**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Correlations					
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Kepuasan Konsumen (Y)
Y1.1	Pearson Correlation	1	.588**	.651**	.857**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	.588**	1	.661**	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000

	N	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	.651**	.661**	1	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Kepuasan Konsumen (Y)	Pearson Correlation	.857**	.864**	.886**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).					

Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.797	5

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.876	4

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.903	5

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.838	3

Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.883 ^a	.779	.773	1.15762
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X3), Kualitas Produk (X1), Harga (X2)				

Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	454.661	3	151.554	113.092	.000 ^b
	Residual	128.649	96	1.340		
	Total	583.310	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X3), Kualitas Produk (X1), Harga (X2)						

Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.871	.725		-1.202	.232
	Kualitas Produk (X1)	.300	.053	.399	5.646	.000
	Harga (X2)	.140	.065	.182	2.131	.036
	Kualitas Pelayanan (X3)	.236	.060	.388	3.943	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)						

Lampiran 4 Tabel r

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	10.000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392

33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798

71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran 5 Tabel t

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	100.000	307.768	631.375	1.270.620	3.182.052	6.365.674	31.830.884
2	0.81650	188.562	291.999	430.265	696.456	992.484	2.232.712
3	0.76489	163.774	235.336	318.245	454.070	584.091	1.021.453
4	0.74070	153.321	213.185	277.645	374.695	460.409	717.318
5	0.72669	147.588	201.505	257.058	336.493	403.214	589.343
6	0.71756	143.976	194.318	244.691	314.267	370.743	520.763
7	0.71114	141.492	189.458	236.462	299.795	349.948	478.529
8	0.70639	139.682	185.955	230.600	289.646	335.539	450.079
9	0.70272	138.303	183.311	226.216	282.144	324.984	429.681
10	0.69981	137.218	181.246	222.814	276.377	316.927	414.370
11	0.69745	136.343	179.588	220.099	271.808	310.581	402.470
12	0.69548	135.622	178.229	217.881	268.100	305.454	392.963
13	0.69383	135.017	177.093	216.037	265.031	301.228	385.198
14	0.69242	134.503	176.131	214.479	262.449	297.684	378.739
15	0.69120	134.061	175.305	213.145	260.248	294.671	373.283
16	0.69013	133.676	174.588	211.991	258.349	292.078	368.615
17	0.68920	133.338	173.961	210.982	256.693	289.823	364.577
18	0.68836	133.039	173.406	210.092	255.238	287.844	361.048
19	0.68762	132.773	172.913	209.302	253.948	286.093	357.940
20	0.68695	132.534	172.472	208.596	252.798	284.534	355.181
21	0.68635	132.319	172.074	207.961	251.765	283.136	352.715
22	0.68581	132.124	171.714	207.387	250.832	281.876	350.499
23	0.68531	131.946	171.387	206.866	249.987	280.734	348.496
24	0.68485	131.784	171.088	206.390	249.216	279.694	346.678
25	0.68443	131.635	170.814	205.954	248.511	278.744	345.019
26	0.68404	131.497	170.562	205.553	247.863	277.871	343.500
27	0.68368	131.370	170.329	205.183	247.266	277.068	342.103
28	0.68335	131.253	170.113	204.841	246.714	276.326	340.816
29	0.68304	131.143	169.913	204.523	246.202	275.639	339.624
30	0.68276	131.042	169.726	204.227	245.726	275.000	338.518
31	0.68249	130.946	169.552	203.951	245.282	274.404	337.490
32	0.68223	130.857	169.389	203.693	244.868	273.848	336.531
33	0.68200	130.774	169.236	203.452	244.479	273.328	335.634
34	0.68177	130.695	169.092	203.224	244.115	272.839	334.793
35	0.68156	130.621	168.957	203.011	243.772	272.381	334.005
36	0.68137	130.551	168.830	202.809	243.449	271.948	333.262
37	0.68118	130.485	168.709	202.619	243.145	271.541	332.563

38	0.68100	130.423	168.595	202.439	242.857	271.156	331.903
39	0.68083	130.364	168.488	202.269	242.584	270.791	331.279
40	0.68067	130.308	168.385	202.108	242.326	270.446	330.688
41	0.68052	130.254	168.288	201.954	242.080	270.118	330.127
42	0.68038	130.204	168.195	201.808	241.847	269.807	329.595
43	0.68024	130.155	168.107	201.669	241.625	269.510	329.089
44	0.68011	130.109	168.023	201.537	241.413	269.228	328.607
45	0.67998	130.065	167.943	201.410	241.212	268.959	328.148
46	0.67986	130.023	167.866	201.290	241.019	268.701	327.710
47	0.67975	129.982	167.793	201.174	240.835	268.456	327.291
48	0.67964	129.944	167.722	201.063	240.658	268.220	326.891
49	0.67953	129.907	167.655	200.958	240.489	267.995	326.508
50	0.67943	129.871	167.591	200.856	240.327	267.779	326.141
51	0.67933	129.837	167.528	200.758	240.172	267.572	325.789
52	0.67924	129.805	167.469	200.665	240.022	267.373	325.451
53	0.67915	129.773	167.412	200.575	239.879	267.182	325.127
54	0.67906	129.743	167.356	200.488	239.741	266.998	324.815
55	0.67898	129.713	167.303	200.404	239.608	266.822	324.515
56	0.67890	129.685	167.252	200.324	239.480	266.651	324.226
57	0.67882	129.658	167.203	200.247	239.357	266.487	323.948
58	0.67874	129.632	167.155	200.172	239.238	266.329	323.680
59	0.67867	129.607	167.109	200.100	239.123	266.176	323.421
60	0.67860	129.582	167.065	200.030	239.012	266.028	323.171
61	0.67853	129.558	167.022	199.962	238.905	265.886	322.930
62	0.67847	129.536	166.980	199.897	238.801	265.748	322.696
63	0.67840	129.513	166.940	199.834	238.701	265.615	322.471
64	0.67834	129.492	166.901	199.773	238.604	265.485	322.253
65	0.67828	129.471	166.864	199.714	238.510	265.360	322.041
66	0.67823	129.451	166.827	199.656	238.419	265.239	321.837
67	0.67817	129.432	166.792	199.601	238.330	265.122	321.639
68	0.67811	129.413	166.757	199.547	238.245	265.008	321.446
69	0.67806	129.394	166.724	199.495	238.161	264.898	321.260
70	0.67801	129.376	166.691	199.444	238.081	264.790	321.079
71	0.67796	129.359	166.660	199.394	238.002	264.686	320.903
72	0.67791	129.342	166.629	199.346	237.926	264.585	320.733
73	0.67787	129.326	166.600	199.300	237.852	264.487	320.567
74	0.67782	129.310	166.571	199.254	237.780	264.391	320.406
75	0.67778	129.294	166.543	199.210	237.710	264.298	320.249
76	0.67773	129.279	166.515	199.167	237.642	264.208	320.096
77	0.67769	129.264	166.488	199.125	237.576	264.120	319.948
78	0.67765	129.250	166.462	199.085	237.511	264.034	319.804

79	0.67761	129.236	166.437	199.045	237.448	263.950	319.663
80	0.67757	129.222	166.412	199.006	237.387	263.869	319.526
81	0.67753	129.209	166.388	198.969	237.327	263.790	319.392
82	0.67749	129.196	166.365	198.932	237.269	263.712	319.262
83	0.67746	129.183	166.342	198.896	237.212	263.637	319.135
84	0.67742	129.171	166.320	198.861	237.156	263.563	319.011
85	0.67739	129.159	166.298	198.827	237.102	263.491	318.890
86	0.67735	129.147	166.277	198.793	237.049	263.421	318.772
87	0.67732	129.136	166.256	198.761	236.998	263.353	318.657
88	0.67729	129.125	166.235	198.729	236.947	263.286	318.544
89	0.67726	129.114	166.216	198.698	236.898	263.220	318.434
90	0.67723	129.103	166.196	198.667	236.850	263.157	318.327
91	0.67720	129.092	166.177	198.638	236.803	263.094	318.222
92	0.67717	129.082	166.159	198.609	236.757	263.033	318.119
93	0.67714	129.072	166.140	198.580	236.712	262.973	318.019
94	0.67711	129.062	166.123	198.552	236.667	262.915	317.921
95	0.67708	129.053	166.105	198.525	236.624	262.858	317.825
96	0.67705	129.043	166.088	1.98498	236.582	262.802	317.731
97	0.67703	129.034	166.071	198.472	236.541	262.747	317.639
98	0.67700	129.025	166.055	198.447	236.500	262.693	317.549
99	0.67698	129.016	166.039	198.422	236.461	262.641	317.460
100	0.67695	129.007	166.023	198.397	236.422	262.589	317.374

Lampiran 6 Tabel F

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

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

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Amalia Nur Hidayah
 N.I.M : 2012111036
 Program Studi : Manajemen
 Spesialisasi : Pemasaran
 Mulai Memprogram : Bulan Tahun
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bolu Kukus Jayandaru Sidoarjo.
 Pembimbing Utama : Dr. Muslichah Erma Widiana, Dra.Ec.,MM
 Pembimbing Pendamping : Dr. Haryono, SE, M.Si.

No.	Tanggal Bimbingan	Materi	Pembimbing I	Pembimbing II
1.	08 Mei 2024	Brain + 2/2		Kta
2.	20 Mei 2024	Acc		Kta
3.	29 Mei 2024	Pu.M.B. - Acc	SPS - ERS	ERS
4.	05 Juni 2024		SPS	
5.	24 Juni 2024	BAR 4 & 5		Itu
6.	28 Juni 2024	BAR 12 & 5		Itu
7.	02 Juli 2024	Acc		Itu
8.	06 Juli 2024	pub 4 & 5	SPS	
9.	11 Juli 2024	Acc	ERS	
10.				
11.				
12.				
13.				
14.				
15.				
16.				

SpB Skripsi
29/7/24

Surabaya, 23 November 2020
 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
 Ketua Program Studi Manajemen



17/11/24

Indah Noviandari, SE., M.Si

NIDN. 0704117101

SURAT PENUGASAN PEMBIMBINGAN SKRIPSI

Dalam rangka penyusunan skripsi mahasiswa :

Nama : Amalia Nur Hidayah
 N.I.M : 2012111036
 Program Studi : Manajemen
 Spesialisasi : Pemasaran
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bola Kukus Jayandaru Sidoarjo

Ditetapkan pembimbing sebagai berikut :

Pembimbing Utama : Dr. Mushichah Erma Widiana, Dra.Ec.,MM

Pembimbing Pendamping : Dr. Haryono, SE, M.Si

Untuk masa 12 (dua belas) bulan terhitung mulai bulan
 Tahun s/d bulan Tahun

Menyetujui,
 Pembimbing I



Dr. Mushichah Erma W, Dra.Ec.,MM

NIDN. 0703086802

Surabaya,
 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
 Ketua Program Studi Manajemen



Indah Novandari, SE., M.Si

NIDN. 0704117101

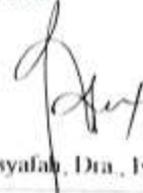
Pembimbing II



Dr. Haryono, SE, M.Si.Dr.

NIDN. 0720076601

Mengetahui,
 Dekan FEB



Siti Rosyafah, Dra., Ec., MM

NIDN. 0703106403