



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RUMAH MAKAN
AYAM GORENG NELONGSO JEMBER**

SKRIPSI

Oleh

Iis Maulidah

NIM 140210301025

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER
2018**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RUMAH MAKAN
AYAM GORENG NELONGSO JEMBER**

SKRIPSI

diajukan guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Pendidikan Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember dan untuk mencapai gelar Sarjana Pendidikan.

Oleh

Iis Maulidah

NIM 140210301025

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER
2018**

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Kedua orang tuaku tercinta Bapak Jais dan Mak Rom, yang selama ini telah sabar mendidik, menyayangi, mendukung dan do'a yang selalu mengiringi langkahku. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, umur yang berkah, dan membalas dengan surga-Nya.
2. Kedua adik tercinta Wasilatur Rohmah dan Himmatul 'Aliyah yang telah memberikan semangat dan do'a untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Mam yang telah mendukung, memberi semangat dan nasehat serta do'a yang tiada henti.
4. Bapak/Ibu Guru yang telah memberi ilmu dan mendidik saya mulai tingkat TK, SD, SMP, SMA, Bapak/Ibu Dosen Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jember, serta semua pihak yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan berbagi pengalamannya kepada saya dengan ikhlas.
5. Almamater kebanggaanku Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember sebagai tempat menimba ilmu.

MOTTO

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah
kesulitan itu ada kemudahan.

(QS. Al-Insyirah: 5-6)*



*<https://www.abanaonline.com/2018/01/motto-hidup-islami-dari-al-quran.html>

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Iis Maulidah

NIM : 140210301025

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember”** adalah benar-benar hasil karya sendiri kecuali kutipan yang sudah disebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada instansi manapun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 15 November 2018

Yang menyatakan,

Iis Maulidah

NIM. 140210301025

PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RUMAH MAKAN
AYAM GORENG NELONGSO JEMBER**

SKRIPSI

diajukan guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Sarjana (S1) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi
Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Oleh:

Nama : Iis Maulidah
NIM : 140210301025
Tahun Angkatan : 2014
Tempat, Tanggal Lahir : Banyuwangi, 17 Juli 1996
Jurusan/Prog. Studi : Pend. IPS/Pend.Ekonomi

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Drs. Joko Widodo, M.M
NIP. 19600217 198603 1 003

Mukhamad Zulianto, S.Pd., M.Pd.
NIP. 19880721 201504 1 001

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember**” telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 15 November 2018
Tempat : FKIP Gedung 01 Universitas Jember

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

Drs. Joko Widodo, M.M
NIP. 19600217 198603 1 003

Mukhamad Zulianto, S.Pd., M.Pd.
NIP. 19880721 201504 1 001

Anggota I,

Anggota II,

Drs. Sutrisno Djaja, M.M
NIP. 19540302 198601 1 001

Dr. Sukidin, M.Pd.
NIP. 19660323 199301 1 001

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Prof. Drs. Dafik, M.Sc., Ph.D
NIP. 19680802 199303 1 004

RINGKASAN

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember; Iis Maulidah; 140210301025; 2018; 58 halaman; Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Pada era globalisasi saat ini, banyak terjadi perkembangan pada berbagai bidang termasuk bidang perekonomian. Hal ini menyebabkan tingkat persaingan antar perusahaan semakin meningkat. Salah satu cara perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya ialah dengan menciptakan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen tercipta jika perusahaan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen karena konsumen akan memilih produk yang memberikan nilai terbesar bagi mereka. Sehingga dalam menentukan produk yang akan ditawarkan, perusahaan harus menyesuaikan pada selera konsumen agar konsumen merasa puas. Selera konsumen yang beragam mendorong perusahaan untuk selalu meningkatkan kualitas produknya. Selain meningkatkan kualitas produk, kualitas pelayanan juga perlu diperhatikan perusahaan, sebab konsumen tidak hanya mencari produk yang sesuai dengan selera mereka namun juga pelayanan yang memuaskan.

Bisnis yang berkembang di Indonesia saat ini adalah bisnis kuliner termasuk di kota Jember. Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember merupakan salah satu bisnis rumah makan yang ada di Jember. Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember menyediakan makanan olahan ayam. Seiring perkembangannya, banyak sekali rumah makan yang berbahan dasar ayam. Kebutuhan dan keinginan konsumen yang terus bertambah membuat Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember terus melakukan inovasi untuk meningkatkan kualitas produk. Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember tidak hanya menyediakan produk berbahan dasar ayam, namun juga berbahan dasar lain seperti ikan, bebek, bahkan juga menyediakan olahan sayuran. Rumah

makan ini juga menyediakan berbagai jenis minuman yang bisa dinikmati oleh konsumen.

Kualitas pelayanan juga sangat diperhatikan oleh Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember. Rumah makan ini memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Karyawan berpenampilan menarik dan memiliki komunikasi yang baik dengan konsumen, tempat yang bersih dan nyaman serta berbagai fasilitas yang dapat dinikmati oleh konsumen seperti wifi, musholla dan tempat parkir. Dalam usahanya, Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember buka selama 24 jam.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember dan untuk mengetahui variabel manakah yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember. Sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *accidental sampling*. Jumlah sampel yang digunakan adalah 50 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember sebesar 79,9% dan sisanya 20,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Variabel yang dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan yakni sebesar 40,7% sedangkan kualitas produk hanya berpengaruh sebesar 39,2%.

PRAKATA

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah S.W.T yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember”**, guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Ekonomi Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan, dan dukungan dari beberapa pihak yang terkait. Maka dari itu penulis sampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Drs. Dafik, M.Sc., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
2. Dr. Sumardi, M. Hum, selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
3. Dra. Sri Wahyuni, M.Si selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
4. Drs. Joko Widodo, M.M selaku Dosen Pembimbing I dan Mukhamad Zulianto, S.Pd., M.Pd selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini;
5. Drs. Sutrisno Djaja, M.M selaku dosen penguji I dan Dr. Sukidin, M.Pd selaku dosen penguji II yang telah memberikan masukan untuk perbaikan skripsi ini;
6. Seluruh Bapak/Ibu dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan ilmu selama penulis melakukan studi di Universitas Jember;
7. Bapak Robby selaku manajer Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember yang telah membantu kelancaran penelitian;

8. Keluarga besarku yang selalu memberi do'a, semangat, serta dukungan baik moral maupun materi;
9. Bapak K.H Hamam dan Ibu Nyai Isniyatul Ulya yang telah membimbing dan mendidik saya selama saya di Pondok Pesantren Mahasiswi Al-Husna;
10. Teman-teman seperjuangan Pendidikan Ekonomi angkatan 2014 yang telah memberikan semangat demi terselesaikannya penelitian ini; rekan-rekan *Research Group* Bisnis Ufa, Novel, Indah, Ifa, Riki, dan lainnya;
11. Sahabat tercinta sekaligus keluarga besar Ponpes Mahasiswi Al-Husna, Hana Himatul 'Aliyah, Siti Aisyah, Ulfa Maisaroh, Istiqomatul Lailatufa, Fina Nihayatul Husna, Nikmatu Sa'adah, Faridatul Hasanah, Suvi Dzatun, Risa Charisatin yang telah memberikan do'a, semangat, dan bantuan untuk menyelesaikan skripsi ini;
12. Seluruh pihak yang telah membantu demi kelancaran penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sempurna, oleh karena itu penulis mengharap kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga karya ilmiah berupa skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca.

Jember, 15 November 2018

Penulis

DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PERSETUJUAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
RINGKASAN	viii
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 Kualitas Produk	6
2.3 Kualitas Pelayanan.....	8
2.4 Kepuasan Konsumen	12
2.4.1 Loyalitas konsumen	13
2.4.2 Rekomendasi dari Mulut ke Mulut	14
2.5 Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Kosumen.....	15
2.6 Kerangka Berpikir	16
2.7 Hipotesis Penelitian	17

BAB 3. METODE PENELITIAN.....	18
3.1 Rancangan Penelitian.....	18
3.2 Metode Penentuan Lokasi Penelitian.....	18
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	19
3.3.1 Populasi Penelitian.....	19
3.3.2 Sampel Penelitian.....	19
3.4 Definisi Operasional Variabel	20
3.4.1 Variabel Bebas (X).....	20
3.4.2 Variabel Terikat (Y).....	21
3.5 Jenis Dan Sumber Data.....	22
3.5.1 Jenis Data	22
3.5.2 Sumber Data.....	22
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	22
3.6.1 Metode Angket.....	23
3.6.2 Metode Observasi.....	23
3.6.3 Metode Wawancara.....	23
3.6.4 Metode Dokumen.....	24
3.7 Metode Pengolahan Data.....	24
3.7.1 <i>Editing</i>	24
3.7.2 <i>Skoring</i>	24
3.7.3 Tabulasi	24
3.8 Uji Instrumen Penelitian	25
3.8.1 Uji Validitas	25
3.8.2 Uji Reliabilitas	25
3.9 Metode analisis Data.....	26
3.9.1 Analisis Deskriptif	27
3.9.2 Analisis Inferensial.....	27
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Hasil Penelitian.....	33
4.1.1 Data Pelengkap	33
4.1.1.1 Sejarah Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso.....	36

4.1.1.2 Struktur Organisasi	36
4.1.2 Data Utama.....	36
4.1.2.1 Gambaran Umum Responden	36
4.1.2.2 Uji Instrumen Penelitian	36
4.1.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	40
4.1.2.4 Analisis Data	43
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	49
BAB 5. KESIMPULAN	55
5.1 Kesimpulan.....	55
5.2 Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kriteria untuk r_{hitung} (r alpha)	26
Tabel 3.2 Pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi..	29
Tabel 4.1 Klasifikasi responden menurut jenis kelamin	37
Tabel 4.2 Klasifikasi responden menurut usia	37
Tabel 4.3 Jumlah nilai angket	38
Tabel 4.4 Hasil uji validitas	38
Tabel 4.5 Hasil uji reliabilitas	40
Tabel 4.6 Hasil uji normalitas	41
Tabel 4.7 Hasil uji multikolinieritas.....	42
Tabel 4.8 Hasil analisis garis regresi berganda.....	44
Tabel 4.9 Hasil uji analisis variansi varian garis regresi berganda.....	45
Tabel 4.10 Tingkat hubungan	45
Tabel 4.11 Hasil analisis koefisien determinasi	46
Tabel 4.12 Hasil uji F.....	46
Tabel 4.13 Hasil uji t.....	47
Tabel 4.14 Hasil analisis efektifitas garis regresi berganda.....	47
Tabel 4.15 Hasil <i>Standart Error of Estimate</i> Regresi Linier Berganda Model Summary	48

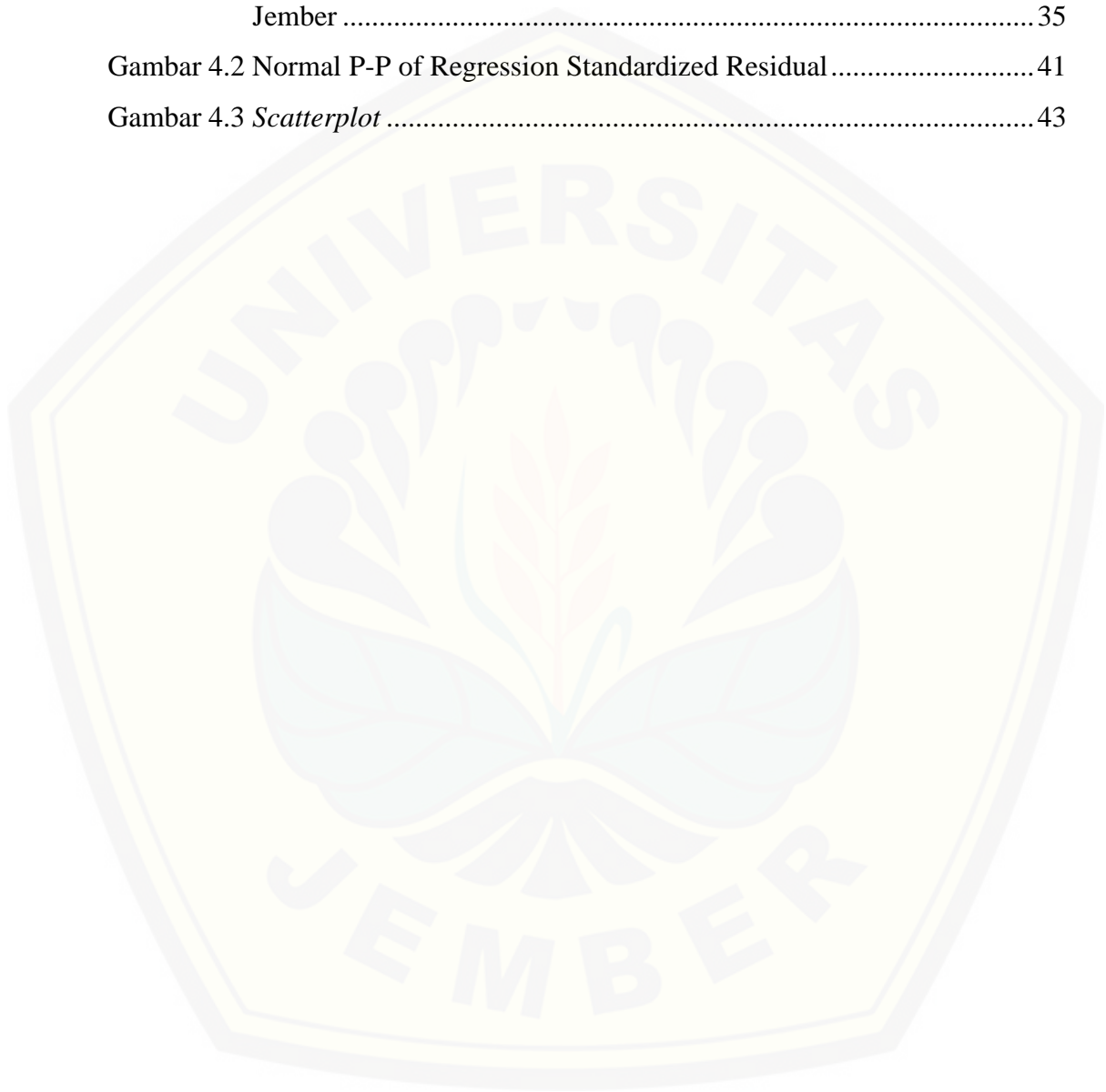
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian 16

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso
Jember 35

Gambar 4.2 Normal P-P of Regression Standardized Residual 41

Gambar 4.3 *Scatterplot* 43



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Matrik Penelitian	60
Lampiran B. Tuntunan Penelitian	62
Lampiran C. Angket Penelitian.....	64
Lampiran D. Pedoman Wawancara.....	69
Lampiran E. Transkrip Hasil Wawancara	70
Lampiran F. Daftar Responden.....	76
Lampiran G. Tabulasi Hasil Angket	78
Lampiran H. Hasil Uji Validitas	85
Lampiran I. Hasil Uji Reliabilitas	90
Lampiran J. Hasil Output Uji Asumsi Klasik	94
Lampiran K. Output Hasil Uji F	97
Lampiran L. Hasil Output Uji T.....	99
Lampiran M. Distribusi Nilai F Tabel.....	101
Lampiran N. Distribusi Nilai T Tabel	105
Lampiran O. Distribusi Nilai R Tabel.....	109
Lampiran P. Kartu Bimbingan	110
Lampiran Q. Surat Izin Observasi.....	112
Lampiran R. Surat Izin Penelitian.....	113
Lampiran S. Surat Izin Selesai Penelitian	114
Lampiran T. Dokumentasi	115
Lampiran U. Daftar Riwayat Hidup.....	119

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan yang terjadi pada berbagai bidang kehidupan dalam era globalisasi saat ini sangat pesat. Perkembangan ini ditandai dengan tingkat persaingan antar perusahaan yang semakin tinggi. Keadaan ini menyebabkan perusahaan senantiasa berusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, mengembangkan perusahaan, memperoleh laba yang optimal serta berusaha agar dapat memperkuat posisi perusahaan dalam menghadapi para pesaing. Perusahaan harus memiliki *competitive advantage*, salah satu caranya dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (*consumer oriented*). Dengan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen akan memudahkan perusahaan untuk menciptakan kepuasan bagi konsumennya. Sebab konsumen akan memilih produk yang memberikan nilai terbesar bagi mereka.

Kepuasan konsumen merupakan faktor penting dalam eksistensi perusahaan sehingga perusahaan harus menempatkan kepuasan konsumen sebagai tujuan utama perusahaan. Menurut Kotler (2005:68) kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang setelah membandingkan kenyataan dengan harapannya. Jika kenyataan memenuhi harapan, maka konsumen merasa puas. Sebaliknya jika kenyataan dibawah harapan, maka konsumen tidak akan merasa puas. Perasaan puas atau tidak tersebut diperoleh setelah konsumen melakukan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan merupakan evaluasi konsumen terhadap suatu produk apakah sesuai antara harapan dengan kenyataannya. Konsumen yang merasa puas cenderung akan terus menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dan tidak akan beralih kepada produk yang ditawarkan pesaing.

Salah satu bisnis yang digemari saat ini adalah bisnis dalam bidang makanan atau dikenal dengan istilah kuliner. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya rumah makan yang menghasilkan produk dengan jenis yang sama namun harga dan pelayanan yang beraneka ragam. Untuk dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat, perusahaan harus selalu melakukan inovasi untuk

meningkatkan kualitas produknya agar konsumen merasa puas dengan barang atau jasa yang telah dibeli. Namun, kualitas produk yang baik belum tentu membuat konsumen merasa puas. Kepuasan konsumen juga tergantung pada pelayanan yang ditawarkan perusahaan. Sehingga untuk memenuhi kepuasan konsumen maka perusahaan harus memberikan kualitas pada produk dan pelayanan (Widodo, 2012:56).

Kualitas produk menggambarkan sejauh mana produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut Kotler (2005:49) kualitas produk merupakan sekumpulan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Dalam menentukan produk yang akan ditawarkan, perusahaan harus menyesuaikan pada selera konsumen agar konsumen merasa puas. Apabila kualitas produk ditingkatkan, maka perilaku konsumen untuk melakukan pembelian juga akan meningkat serta dapat mempengaruhi kepuasan konsumen (Yazid, 2008:53).

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Sebab konsumen tidak hanya mencari produk yang sesuai dengan selera mereka namun juga pelayanan yang memuaskan. Pelayanan bukan hanya bagaimana ketanggapan pelayan dalam melayani konsumen, namun juga dapat dilihat dari tempat yang nyaman dan bersih, serta tersedianya fasilitas yang menunjang kebutuhan konsumen. Kualitas pelayanan yang baik dari perusahaan akan berdampak baik yaitu kepuasan konsumen.

Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember merupakan salah satu bisnis rumah makan yang berada di Jember. Rumah makan ini merupakan salah satu *franchise* yang berada di Jember dengan berpusat di Malang. Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember berdiri pada bulan September 2017. Rumah makan ini berada di Jl. Ruko Mastrip Square Blok K, Sumbersari, Jember. Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember menyediakan makanan olahan ayam. Seiring perkembangannya banyak sekali rumah makan yang berbahan dasar ayam. Hal ini merupakan salah satu ancaman karena memiliki banyak pesaing. Mempertahankan cita rasa dan terus berupaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen adalah hal yang harus diperhatikan.

Kebutuhan dan keinginan konsumen yang terus bertambah membuat Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember terus membuat suatu inovasi agar bisa menciptakan kepuasan konsumen. Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember tidak hanya menyediakan produk berbahan dasar ayam, namun juga berbahan dasar lain seperti ikan, bebek, bahkan juga menyediakan berbagai macam olahan sayuran. Rumah makan ini juga menyediakan berbagai jenis minuman yang bisa dinikmati oleh konsumen. Selain itu, rumah makan ini menyediakan beberapa varian sambal dan konsumen dapat mengambil sendiri sesuai dengan keinginan.

Memberikan sebuah pelayanan terbaik selalu dilakukan oleh Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember. Karyawan berpenampilan menarik dan memiliki komunikasi yang baik dengan konsumen. Selain itu, karyawan selalu sigap dalam melayani konsumen. Hal ini dilakukan agar karyawan dapat melayani konsumen secara maksimal. Rumah makan ini menyediakan tempat yang bersih dan nyaman serta berbagai fasilitas yang dapat dinikmati oleh konsumen seperti wifi, musholla dan tempat parkir. Dalam usahanya, Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember buka 24 jam. Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan memberikan kualitas produk maupun pelayanan yang baik. Tujuannya agar tercipta kepuasan konsumen. Konsumen yang merasa puas akan melakukan pembelian ulang serta memberitahukan pengalaman yang mereka beli atas suatu produk. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan manager Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember diperoleh informasi bahwa setiap harinya terdapat sekitar 700 konsumen yang melakukan pembelian disana.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini yaitu:

1. Adakah pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember?
2. Variabel manakah yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember.
2. Untuk mengetahui variabel manakah yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, penelitian ini dapat digunakan sebagai perbandingan sejauh mana teori yang diterima selama perkuliahan dengan dunia nyata terutama teori tentang kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen dalam memecahkan permasalahan yang berkaitan dengan kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember melalui kualitas produk dan kualitas pelayanan yang mempengaruhi sehingga dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.
2. Bagi perguruan tinggi, sebagai tambahan referensi dalam merangsang untuk diadakannya penelitian lebih lanjut yang seragam.
3. Bagi pemilik usaha, dapat dijadikan sebagai masukan bagi perusahaan khususnya Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember.
4. Bagi peneliti lain, dapat dijadikan acuan untuk melakukan penelitian yang ingin membahas mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai teori-teori yang berkaitan dengan variabel penelitian yang akan dijadikan sebagai dasar pandangan teori dalam penelitian. Pembahasan tinjauan pustaka meliputi tinjauan penelitian terdahulu, teori kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen.

2.1 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian sejenis yang relevan dan memiliki kaitan dengan masalah yang dibahas oleh peneliti yang dijadikan sebagai acuan dalam melakukan penelitian ini akan dipaparkan sebagai berikut:

Penelitian ini yang dilakukan oleh Ransulangi, dkk (2015) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan *Servicecape* terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Rumah Makan Ocean 27 Manado”. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan *servicecape* terhadap kepuasan konsumen pengguna Rumah Makan Ocean 27 Manado. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Berdasarkan uji koefisien determinasi diperoleh *adjusted R square* yaitu sebesar 0,633 yang menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga dan *servicecape* berpengaruh sebesar 63,3% terhadap variabel kepuasan konsumen sedangkan sisanya sebesar 36,7% dipengaruhi oleh variabel lain.

Penelitian selanjutnya oleh Pamela Montung, dkk (2015) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Kawan Baru”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan di restoran Kawan Baru. Hasil penelitiannya menunjukkan ada pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dengan $p(0,004) < 0,05$, dan ada pengaruh yang signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dengan $p(0,004) < 0,05$, serta ada pengaruh signifikan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan dengan $p(0,008) < 0,05$. Dengan demikian variabel kualitas produk, kualitas layanan dan persepsi

harga baik masing-masing maupun bersama-sama mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan disana.

Penelitian lain oleh Yetty Husnul Hayati dan Gracia Sekartaji (2015) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo”. Berdasarkan hasil pengujian regresi dengan menggunakan uji t dan uji F menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo. Berdasarkan uji koefisien determinasi diperoleh *adjusted R Square* yaitu sebesar 0,640 yang menunjukkan bahwa 64% variabel kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitas produk. Sedangkan sisanya sebesar 36% dipengaruhi oleh variabel lain.

2.2 Kualitas Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan produsen kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Menurut Kotler & Amstrong (2006:62) “produk berarti kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pasar sasaran”. Produk tidak hanya berupa barang (sesuatu yang berwujud), namun juga berupa jasa (sifatnya non-fisik). Menurut Mulyadi (2013:197) produk merupakan sesuatu yang berupa barang dan atau jasa yang mampu memberikan manfaat dan nilai kepada konsumen. Sedangkan Tjiptono (2008:95) menyatakan bahwa “produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan”. Jika dilihat dari kepentingan konsumen, konsumen tidak hanya membeli produk sekedar untuk memuaskan kebutuhan namun juga untuk memuaskan keinginan.

Menurut Tjiptono (2008) klasifikasi produk berdasarkan berwujud dan tidaknya dapat dikategorikan menjadi dua kelompok yakni barang dan jasa. Barang merupakan produk yang berwujud, jika dilihat dari aspek daya tahannya maka terdapat dua macam barang:

a. Barang tidak tahan lama (*Nondurables Goods*)

Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Umur ekonomis dalam kondisi pemakaian normal kurang dari satu tahun. Contohnya adalah makanan dan minuman.

b. Barang tahan lama (*Durable Goods*)

Barang tahan lama merupakan barang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama dan umur ekonomisnya lebih dari satu tahun. Contohnya antara lain TV, lemari, mobil, komputer, dan lain-lain.

Berdasarkan berbagai pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa produk merupakan hasil produksi dari produsen baik yang berupa barang atau jasa yang dipasarkan untuk dikonsumsi dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen. Hal yang perlu diperhatikan pada suatu produk adalah kualitas produk sebab kualitas produk yang baik akan memberikan nilai kepuasan yang tinggi terhadap konsumen. Menurut Kotler & Armstrong (2008:273) kualitas produk adalah kemampuan produk dalam melaksanakan berbagai fungsi termasuk ketahanan, kehandalan, ketepatan, dan kemudahan dalam penggunaan. Kualitas produk menggambar sejauh mana kemampuan produk dalam memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen. Sedangkan Kotler & Keller (2009) berpendapat bahwa kualitas produk adalah karakteristik dan fitur dari suatu produk yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau tersirat. Semakin tinggi tingkat kualitas produk, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen (Kotler & Keller, 2009:144).

Menurut Tjiptono, et al (2008:68) terdapat delapan dimensi kualitas produk, yaitu:

1. Kinerja (*Performance*), berkaitan dengan fungsi utama suatu produk dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam membeli produk. Misalnya kebersihan makanan dan kecepatan pengiriman paket titipan kilat untuk jasa pengiriman.

2. Fitur (*Features*), merupakan karakteristik atau ciri tambahan yang melengkapi manfaat suatu produk dan berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya.
3. Keandalan (*Reliability*), merupakan kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu dan kondisi tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadi kerusakan maka semakin handal produk tersebut.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to specification*), dimensi ini berkaitan dengan tingkat kesesuaian kinerja produk terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan.
5. Daya tahan (*Durability*), dimensi ini berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan.
6. Kemampuan untuk diperbaiki (*Serviceability*), yakni berkaitan dengan kecepatan, kompetensi, kegunaan, dan kemudahan produk untuk diperbaiki.
7. Estetika (*Aesthetic*) merupakan karakteristik yang bersifat subyektif mengenai nilai-nilai estetika yang berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari preferensi individual. Estetika menyangkut penampilan produk yang dapat dinilai dengan panca indera (rasa, aroma, suara, dan seterusnya).
8. Persepsi terhadap kualitas (*Perceived quality*), dimensi ini berkaitan dengan penilaian konsumen terhadap citra, merek, atau iklan.

Berdasarkan dimensi kualitas produk yang disebutkan oleh Tjiptono, peneliti menggunakan beberapa indikator yang sesuai dengan penelitian ini yaitu kinerja, fitur, kesesuaian dengan spesifikasi, dan estetika.

2.3 Kualitas Pelayanan

Salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan harapan mereka adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Menurut Sunyoto (2013:45) kualitas merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah memiliki nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap lebih memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai

guna seperti yang diinginkan. Sedangkan pelayanan adalah suatu kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain secara fisik yang menyediakan kepuasan konsumen. Menurut Kotler (2008:292) pelayanan dapat diartikan sebagai suatu produk yang tidak dapat dilihat, dirasakan, diraba, didengar, atau dibaui sebelum dibeli.

Kualitas sangat berkaitan erat dengan nilai dan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan adalah upaya untuk mengimbangi harapan konsumen melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaiannya kepada konsumen. Tjiptono (2008:56) berpendapat bahwa kualitas pelayanan merupakan sistem manajemen strategik dan integratif yang melibatkan semua manajer dan karyawan agar dapat memenuhi dan melebihi kebutuhan dan harapan konsumen. Menurut Wyckop (Tjiptono, 2008:59) “kualitas pelayanan digunakan sebagai tolak ukur tingkat kesesuaian layanan yang diberikan dengan ekspektasi pelanggan dengan wujud pemenuhan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen”.

Berdasarkan pendapat beberapa ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan upaya perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen agar sesuai dengan harapan konsumen. Baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada perusahaan sebagai penyedia pelayanan dalam memenuhi harapan konsumen.

Lupiyoadi (2006:194) menjelaskan bahwa terdapat beberapa peranan dari pelayanan, diantaranya adalah:

1. Menciptakan perhatian calon pembeli.
2. Menggugah minat calon pembeli.
3. Menanamkan keyakinan calon pembeli.
4. Memperlakukan konsumen sebagai raja yang harus dihormati, dilayani, dan dipuaskan.

Lupiyoadi (2006) juga menjelaskan bahwa terdapat beberapa standar pelayanan yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha, antara lain:

1. Tingkat keaktifan penjual dalam melayani calon pembeli.
2. Tingkat keramahan penjual dalam menghadapi calon pembeli.

3. Tingkat penjelasan produk yang ditawarkan oleh penjual kepada calon pembeli.
4. Tingkat demonstrasi yang diajukan penjual terhadap calon pembeli.

Berdasarkan uraian diatas, kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi ekspektasi konsumen secara konsisten.

Terdapat 5 dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman, et al (Kotler & Keller, 2009:52), diantaranya adalah:

1. Keandalan

Keandalan merupakan kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan andal dan akurat. Keakuratan ini dapat dilihat dari kinerja kasir yang memberikan struk pembayaran yang sesuai dengan uang yang diterima oleh konsumen. Keandalan ini berkaitan dengan pengetahuan karyawan dan unit usaha untuk memberikan layanan yang akurat tanpa membuat kesalahan serta menyampaikan produknya sesuai dengan waktu yang disepakati (Tjiptono dan Chandra, 2011:198). Menurut Lupiyoadi (2006:182) *reliability* yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Dalam hal ini, *reliability* berkaitan dengan ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

Berdasarkan pendapat ahli diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa keandalan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dan akurat tanpa membuat kesalahan dalam penyajian maupun penyampaian produknya.

2. Responsivitas

Daya tanggap merupakan kesediaan dalam membantu pelanggan dan memberikan layanan tepat waktu. Menurut Lupiyoadi (2013:217) daya tanggap merupakan kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen dengan penyampaian informasi yang jelas serta tidak membiarkan konsumen menunggu lama agar tidak menciptakan persepsi yang negatif mengenai kualitas pelayanan. Sedangkan menurut Tjiptono dan Chandra (2011:198) daya tanggap merupakan sikap karyawan dalam memberikan

pelayanan yang dibutuhkan dan menyelesaikan masalah dengan cepat serta kemampuan dan kesediaan karyawan untuk merespon dengan cepat atas segala permintaan konsumen.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa daya tanggap merupakan aktifitas perusahaan untuk memberikan pelayanan dengan segera. Pelayanan dalam menanggapi dan memberi solusi atas keluhan konsumen.

3. Jaminan

Jaminan yakni pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menumbuhkan kepercayaan dan keyakinan konsumen terhadap perusahaan. Keselamatan, keamanan, dan kenyamanan adalah salah satu yang diharapkan konsumen. Jaminan disini menekankan pada kebijaksanaan perusahaan dalam menciptakan rasa aman serta bebas resiko kepada konsumen. Tjiptono dan Chandra (2011:347) mengatakan bahwa dimensi jaminan mencakup kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki karyawan serta perusahaan, bebas dari bahaya, resiko, dan keraguan atas produk yang dijual. Sedangkan menurut Adam (2015:12) jaminan meliputi keterampilan petugas, keramahan petugas, kepercayaan, keamanan dalam penggunaan jasa.

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa jaminan merupakan kemampuan karyawan untuk melayani konsumen dengan sopan dan dapat dipercaya agar konsumen merasa yakin, aman, dan nyaman untuk melakukan pembelian atas produk yang ditawarkan perusahaan.

4. Empati

Empati merupakan kondisi memperhatikan dan memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan. Perusahaan memahami masalah konsumennya serta melayani konsumen sehingga mampu menciptakan hubungan baik antara perusahaan dengan konsumen. Menurut Lupiyoadi (2006:182) empati yaitu memberikan perhatian tulus yang bersifat individual yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Sedangkan menurut Adam (2015:12) empati merupakan kemudahan komunikasi dan pemahaman terhadap kebutuhan konsumen.

Berdasarkan pendapat ahli diatas dapat disimpulkan bahwa empati merupakan kepedulian perusahaan dalam melayani konsumennya.

5. Wujud

Wujud berkenaan dengan penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan bahan komunikasi. Menurut Tjiptono (2008:106) bukti fisik merupakan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perengkapan, sumberdaya manusia, dan materi komunikasi perusahaan. Sedangkan menurut Adam (2015:11) bentuk fisik mencerminkan fasilitas fisik jasa seperti gedung kantor, ruangan dan petugas. Bukti fisik berperan untuk memperkuat citra perusahaan sebab konsumen dapat membandingkan suatu perusahaan dengan perusahaan lain yang sejenis dalam segi penampilan seperti tempat parkir, gedung, serta tata ruangan.

Berdasarkan pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa bukti fisik yaitu fasilitas, peralatan, serta penampilan karyawan yang berperan untuk memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.

2.4 Kepuasan Konsumen

Kotler dan Kelller (2009:138-139) mengungkapkan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil dari suatu produk yang dirasa sebanding dengan harapannya. Jika kinerja lebih buruk dari ekspektasi, pelanggan tidak akan puas. Jika sesuai dengan ekpektasi, maka pelanggan akan merasa puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi maka pelanggan akan sangat puas. Hal yang sama diungkapkan oleh Sangadji dan Sopiah (2013:183-184), teori kepuasan mengemukakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan kinerja produk yang sesungguhnya. Ketika membeli suatu produk, konsumen memiliki harapan tentang bagaimana kinerja produk tersebut (*product performance*):

- a. Produk berkinerja lebih baik dari yang diharapkan atau diskonfirmasi positif. Jika ini terjadi, maka konsumen akan merasa puas.

- b. Produk berkinerja seperti yang diharapkan atau kofirmasi sederhana. Produk tersebut tidak memberikan rasa puas, tetapi juga tidak mengecewakan konsumen. Konsumen memiliki perasaan biasa saja atau netral.
- c. Produk berkinerja lebih buruk dari yang diharapkan atau diskonfirmasi negatif. Produk yang tidak sesuai dengan harapan konsumen akan menyebabkan konsumen kecewa sehingga konsumen merasa tidak puas.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan merupakan penilaian konsumen akan suatu produk atau jasa yang telah sesuai dengan harapannya. Harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya (Zeithaml, *et al.*, 1993 dalam Tjiptono 2008).

Tjiptono menjelaskan (2008:41) kepuasan pelanggan memberikan dua manfaat bagi perusahaan, yaitu loyalitas pelanggan dan *gethok tular* positif. Loyalitas pelanggan ditunjukkan dengan pembelian ulang dan penjualan silang. *Gethok tular* positif ditunjukkan dengan penambahan jumlah pelanggan baru. Sedangkan menurut Kotler (dalam Lupiyoadi dan Hamdani, 2006:192) kepuasan konsumen dapat dilihat dari sikap loyalitas konsumen, meningkatnya reputasi dan tingkat perasaan. Hal ini sesuai dengan pendapat Irawan (2004:37) yang menjelaskan bahwa kepuasan seseorang dapat dilihat dari merekomendasikan pada orang lain, loyalitas konsumen serta kepercayaan yang tinggi.

Berdasarkan pendapat diatas jelas bahwa jika kepuasan konsumen terpenuhi maka dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Ditunjukkan dengan sikap loyalitas konsumen serta merekomendasikan kepada orang lain atau rekomendasi dari mulut ke mulut.

2.4.1 Loyalitas konsumen

Kesetiaan atau loyalitas konsumen dalam dunia pemasaran merupakan keadaan yang selalu berusaha diciptakan oleh perusahaan terhadap konsumennya. Menurut Tjiptono (2011:387) loyalitas adalah komitmen terhadap suatu produk, merek, toko atau pemasok berdasarkan sikap positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Sedangkan Lupiyoadi (2006:386) menyatakan

bahwa kepuasan pelanggan harus disertai dengan loyalitas pelanggan. Loyalitas merupakan perilaku positif konsumen yang ditunjukkan dengan pembelian rutin yang didasarkan pada unit pengambilan keputusan.

Konsep loyalitas menurut Griffin (2002:20) menyatakan bahwa konsumen yang loyal ialah konsumen yang puas dengan produk atau jasa tertentu sehingga akan menjadi pemasar *word of mouth* kepada orang lain. Loyalitas pelanggan merupakan hasil dari kepuasan pelanggan yang dapat memberikan manfaat bagi perusahaan, yaitu hubungan yang harmonis antara perusahaan dan pelanggan (Schanaars dalam Tjiptono 2008:24).

2.4.2 Rekomendasi dari Mulut ke Mulut

Konsumen yang puas akan menginformasikan apa yang mereka rasakan setelah mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Hal ini sesuai dengan pendapat Irawan (2004:9) yang menyatakan “pelanggan yang merasa puas adalah penyebar promosi dari mulut ke mulut yang baik”. Hal serupa juga dikemukakan oleh Lupiyoadi (2006:194) yang menyatakan “pelanggan yang puas juga cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain”. Rekomendasi dari mulut ke mulut ini biasanya berasal dari orang-orang yang mereka percaya seperti teman dekat, keluarga dan publikasi media masa. Proses komunikasi yang dilakukan seseorang itu berantai, artinya ketika seseorang mendapatkan informasi dari seseorang maka ia cenderung akan menyampaikan informasi tersebut kepada orang lain.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan memberikan keuntungan bagi perusahaan karena konsumen yang merasa puas akan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk tersebut.

Menurut Silverman (2001:26) alasan seseorang melakukan rekomendasi dari mulut ke mulut, yaitu:

1. Kepercayaan yang bersifat mandiri. Pengambilan keputusan akan mendapatkan keseluruhan, kebenaran yang tidak diubah dari pihak ketiga yang mandiri.

2. Penyampaian pengalaman. Penyampaian pengalaman terjadi saat konsumen telah melakukan pembelian atas suatu produk. Konsumen yang merasa puas akan tertarik untuk membahas mengenai keunggulan kualitas serta pelayanan produk yang dikonsumsinya kepada orang lain. Hal itu akan mendorong orang lain untuk ikut membeli produk tersebut.

2.5 Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Kosumen

Kualitas produk merupakan karakteristik suatu produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Lupiyoadi (2006:158) menyatakan bahwa konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi terhadap produk yang mereka gunakan berkualitas. Produk yang berkualitas ialah produk yang bebas dari kerusakan dan konsisten dalam menghantarkan kinerja yang ditargetkan (Kotler & Amstrong, 2006:272). Hal yang sama diungkapkan oleh Supranto dan Limakrisna (2011:20) bahwasanya tingkat kepuasan konsumen sangat bergantung pada mutu dari suatu produk.

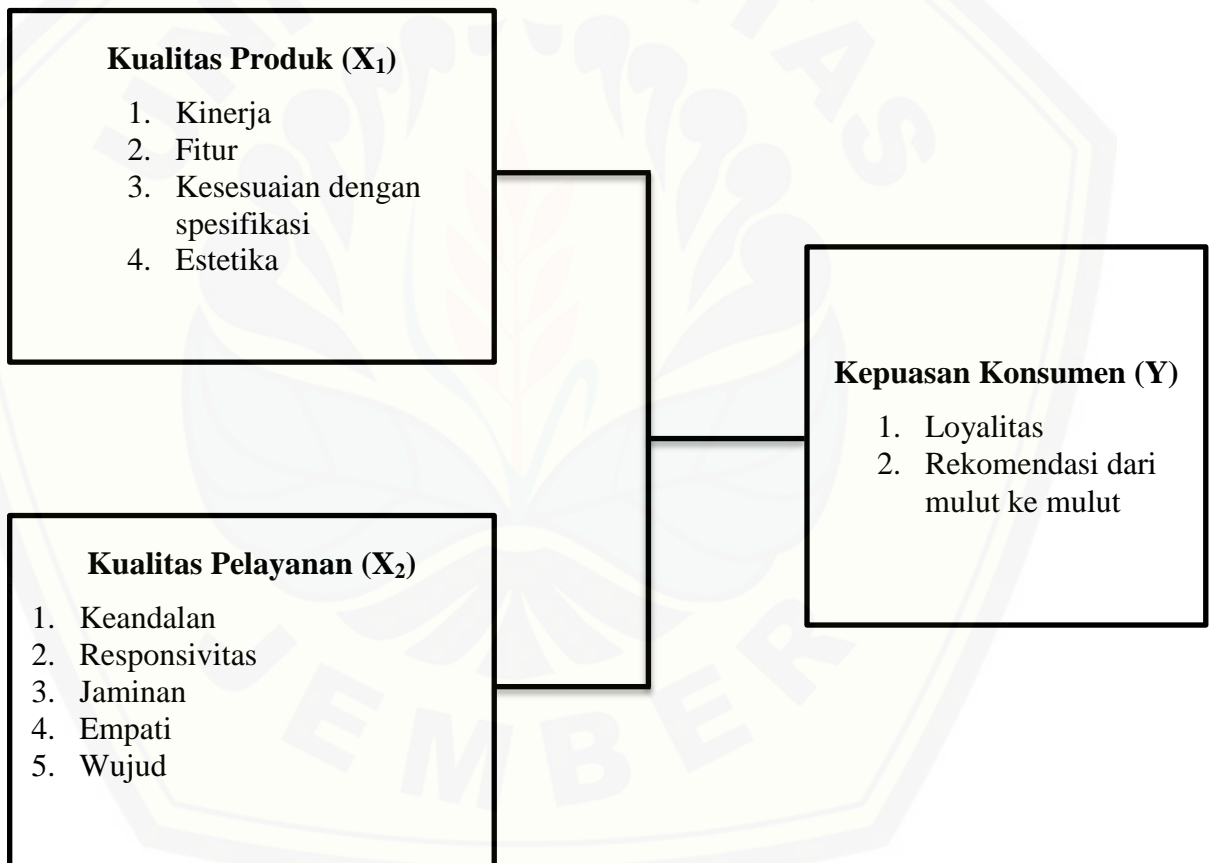
Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dapat menciptakan kepuasan bagi konsumennya. Tingginya kualitas yang diberikan perusahaan akan mencerminkan kepuasan para pelanggannya. Menurut Alma (2000:279) Hal penting perusahaan dalam menjalankan usahanya adalah penerapan kualitas pelayanan sehingga tercapai kepuasan pelanggan yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas konsumen dan tidak terbujuk berpindah pada perusahaan lain. Hal tersebut dikuatkan oleh Lupiyoadi dan Hamdani (2006:192) bahwa kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan konsumen tercipta apabila kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan baik dan sesuai dengan harapan konsumen. Kualitas yang baik akan mengakibatkan kepuasan konsumen sedangkan kualitas yang buruk akan mengakibatkan ketidakpuasan konsumen.

2.6 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan bentuk keseluruhan dari proses penelitian. Kerangka berpikir penelitian menggambarkan hubungan antara variabel independen, yaitu kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y). Penyusunan kerangka berpikir ini diharapkan dapat mempermudah peneliti dalam menguraikan secara sistematis pokok permasalahan yang akan dibahas.

Kerangka berpikir dalam penelitian ini dapat digambarkan seperti gambar 2.1 sebagai berikut:

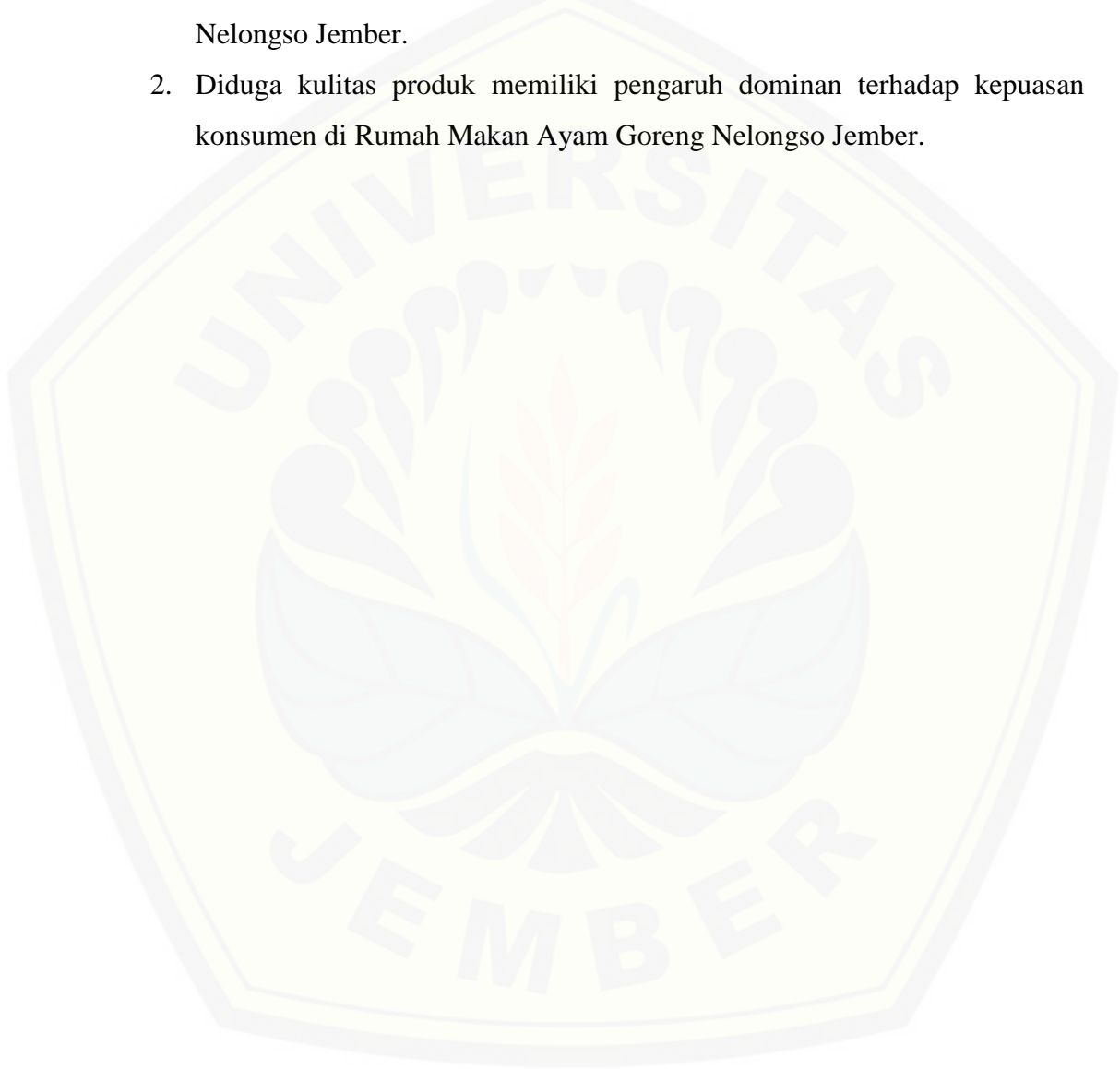


Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian

2.7 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka berpikir pada penelitian ini, maka yang menjadi hipotesis penelitian yaitu:

1. Diduga ada pengaruh yang signifikan variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember.
2. Diduga kualitas produk memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember.



BAB 3. METODE PENELITIAN

Bab ini akan membahas mengenai metode penelitian yakni metode yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitian. Metode penelitian yang digunakan meliputi rancangan penelitian, definisi operasional variabel, metode penentuan lokasi penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian merupakan kegiatan yang dilakukan oleh peneliti mulai dari perumusan hipotesis hingga analisis data. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif karena variabel bebas dan variabel terikatnya diukur dan disajikan dalam bentuk angka. Penentuan lokasi menggunakan metode *purposive area*. Metode pengumpulan data yang digunakan terdiri dari metode angket, metode observasi, metode wawancara, dan metode dokumen. Analisis yang digunakan ialah analisis deskriptif dan analisis inferensial.

3.2 Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan daerah yang dijadikan sebagai tempat untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam penelitian. Metode penentuan lokasi dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive area* karena tempat penelitian ditentukan dengan sengaja disesuaikan dengan tujuan penelitian. Tempat penelitian yang ditetapkan adalah Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember. Alasan peneliti memilih Ayam Goreng Nelongso Jember sebagai tempat penelitian adalah sebagai berikut:

1. Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember merupakan salah satu rumah makan yang banyak dikunjungi oleh konsumen.
2. Belum ada yang melakukan penelitian sejenis pada Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi Penelitian

Populasi terdiri atas obyek dan subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember.

3.3.2 Sampel Penelitian

Penentuan sampel dalam penelitian ini dengan metode *purposive sampling* yaitu metode penentuan sampel dengan menggunakan kriteria tertentu. Cara pengambilan sampel yang dilakukan adalah *accidental sampling* karena menjadikan siapa saja yang kebetulan ditemui di tempat penelitian dijadikan sampel. Pengambilan sampel berdasarkan kriteria-kriteria sebagai berikut:

1. Responden telah berusia >17 tahun, karena dapat mengisi kuisioner dengan bijak.
2. Responden yang melakukan pembelian di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso minimal dua kali.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Rocsoe (dalam Sugiyono, 2017:156) dengan ukuran sampel sebagai berikut:

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian yakni antara 30 sampai dengan 500.
2. Jika sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta, dan lain-lain) maka jumlah sampel setiap kategori minimal 30.
3. Jika dalam penelitian akan menggunakan analisis dengan multivariate (misalnya korelasi atau regresi ganda), maka jumlah sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen) maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$.
4. Untuk penelitian eksperimen sederhana yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 s/d 20.

Berdasarkan pendapat tersebut maka dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel sebanyak 50 responden.

3.4 Definisi Operasional Variabel

3.4.1 Variabel Bebas (X)

1. Kualitas Produk (X₁)

Kualitas produk merupakan kualitas makanan dan minuman yang ditawarkan dalam memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen. Adapun indikator dari kualitas produk adalah sebagai berikut:

a. Kinerja

Produk yang disajikan Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember memiliki cita rasa masakan yang enak.

b. Fitur

Keberagaman menu yang ditawarkan oleh Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember.

c. Kesesuaian dengan spesifikasi

Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember dalam menyajikan produk menyesuaikan terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan.

d. Estetika

Penyajian makanan yang menarik selalu diperhatikan oleh Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember.

2. Kualitas Pelayanan (X₂)

Kualitas pelayanan merupakan salah satu hal yang diutamakan oleh Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember yang bertujuan untuk menciptakan kepuasan konsumen.

a. Keandalan

Keandalan berkaitan dengan kemampuan Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso untuk memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang ditawarkan.

b. Responsivitas

Responsivitas atau daya tanggap merupakan respon yang diberikan oleh Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso terhadap keluhan konsumen tentang pelayanan.

c. Jaminan

Jaminan merupakan sikap yang ditunjukkan oleh karyawan Ayam Goreng Nelongso Jember untuk menumbuhkan rasa kepercayaan konsumen.

d. Empati

Empati merupakan perhatian karyawan Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember terhadap konsumen.

e. Wujud

Wujud atau bukti fisik merupakan penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik yang disediakan oleh Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember.

3.4.2 Variabel Terikat (Y)

1. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen dalam penelitian ini merupakan evaluasi purnabeli dimana penilaian konsumen Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember akan suatu produk (makanan/minuman) atau pelayanan telah sesuai harapannya serta adanya rasa puas terhadap produk yang telah dibeli.

Indikator dari kepuasan konsumen antara lain:

a. Loyalitas

Komitmen konsumen terhadap produk dan pelayanan yang diberikan oleh Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember berdasarkan sikap positif yang tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.

b. Rekomendasikan dari mulut ke mulut

Rekomendasikan dari mulut ke mulut dalam penelitian ini merupakan kesediaan konsumen untuk memberikan informasi kepada orang lain

terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh pihak Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember.

3.5 Jenis Dan Sumber Data

3.5.1 Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini meliputi kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif merupakan data yang bukan berupa hitungan yang diperoleh melalui wawancara, angket, dan studi pustaka. Data kuantitatif merupakan data yang dianalisis secara statistik yang diperoleh dari hasil perhitungan angket.

3.5.2 Sumber Data

Peneliti memperoleh data yang bersumber dari:

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber data yang dikumpulkan secara khusus dan berhubungan langsung dengan permasalahan yang diteliti. Data primer diperoleh melalui penyebaran angket secara tertutup kepada konsumen dan wawancara langsung kepada responden yang menjadi konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain, bukan diusahakan sendiri. Data sekunder diperoleh melalui dokumen-dokumen tentang obyek dan subyek yang diteliti. Data sekunder dalam penelitian ini berasal dari Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember dalam bentuk dokumen yang berupa bukti tertulis tentang profil dan struktur kerja.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah atau cara yang digunakan untuk memperoleh data yang obyektif. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode angket, observasi, wawancara, dan dokumen.

3.6.1 Metode Angket

Metode angket adalah cara pengumpulan data yang digunakan dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk mendapatkan jawabannya. Jenis angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup, yaitu peneliti telah menyediakan alternatif jawaban sehingga responden tinggal memilih salah satu jawaban yang menurutnya paling sesuai. Metode ini digunakan untuk memperoleh data primer. Data yang ingin diperoleh dari metode angket yaitu berupa kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

3.6.2 Metode Observasi

Metode observasi dilakukan dengan cara pengamatan langsung di lapangan. Metode observasi dalam penelitian ini mengamati langsung aktifitas di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember. Metode ini digunakan peneliti untuk mengumpulkan data penelitian dengan mengamati dan mencatat tentang gejala yang diteliti. Observasi dilakukan untuk mengetahui kualitas produk yang ditawarkan oleh Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember serta melihat pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

3.6.3 Metode Wawancara

Metode wawancara digunakan untuk mendapatkan keterangan tambahan dan melengkapi data yang dibutuhkan dalam penelitian. Hal ini dilakukan dengan bertanya langsung kepada pihak terkait untuk melengkapi dan mencocokkan terhadap informasi yang telah diperoleh dari konsumen yang melakukan pembelian di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan kepada responden untuk mendapatkan keterangan lebih lanjut mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember. Metode wawancara yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara terstruktur, yaitu wawancara yang dilakukan dimana daftar pertanyaan sudah dirumuskan terlebih dahulu.

3.6.4 Metode Dokumen

Metode dokumen diperoleh dari tempat penelitian yang berasal dari dokumen tertulis yang meliputi bukti tertulis tentang profil Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember dan struktur kerja.

3.7 Metode Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan setelah data penelitian terkumpul. Hasil pengolahan data yang digunakan digunakan sebagai dasar untuk menyimpulkan kebenaran hasil penelitian. Metode pengolahan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.7.1 *Editing*

Editing merupakan tahap awal untuk mengecek kelengkapan data dan identitas responden dan untuk mengetahui apakah data tersebut itu cukup baik dan dapat digunakan untuk proses berikutnya. Hal yang akan diproses dalam *editing* ini meliputi kelengkapan dalam pengisian kuisioner, kejelasan makna jawaban, keterbatasan tulisan, konsistensi jawaban, relevansi jawaban dan keseragaman suatu jawaban.

3.7.2 *Skoring*

Skoring merupakan kegiatan pengklasifikasian jawaban responden ke dalam kategori yang penting sesuai dengan kriteria yang ditetapkan. Tipe pengukuran yang digunakan adalah pengukuran bertingkat dengan *skala likert* dengan pembagian skala sebagai berikut:

- a. Sangat setuju diberi skor 3
- b. Setuju diberi skor 2
- c. Kurang setuju diberi skor 1

3.7.3 *Tabulasi*

Tabulasi adalah proses perhitungan frekuensi jawaban yang dipilih oleh responden terhadap pilihan pertanyaan yang diberikan kepada responden yang

ditulis dalam tabel. Tabulasi merupakan proses penyusunan data ke dalam tabel, sehingga data mudah untuk dibaca dan dipahami. Tabulasi dalam penelitian ini digunakan untuk memaparkan hasil penelitian dari angket yang disebarakan kepada responden ke dalam tabel.

3.8 Uji Instrumen Penelitian

3.8.1 Uji Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen. Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Uji validitas data dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *product moment* yang dirumuskan sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2)(N \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

(Arikunto, 2014)

Dimana:

- r_{xy} = Koefisien korelasi
- N = Jumlah Responden
- $\sum x$ = Total dari variabel x
- $\sum y$ = Total dari variabel y
- $\sum xy$ = Total dari hasil kali variabel x dan y

Kriteria pengujiannya adalah:

1. Valid, jika nilai $r_{hit} >$ nilai r_{tabel} pada derajat bebas (db) $n-2$ dengan taraf signifikan 5 %
2. Tidak valid, jika nilai $r_{hit} <$ nilai r_{tabel} pada derajat bebas (db) $n-2$ dengan taraf signifikan 5 %

3.8.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran dilakukan dua kali atau lebih.

Pengujian reliabilitas alat ukur dalam penelitian ini menggunakan *cronbach alpha* berdasarkan *skala likert*. Jika jumlah pertanyaan ≥ 10 maka angka kritis untuk mengukur instrumen adalah 0,33 sedangkan apabila jumlah butir pertanyaan < 10 maka angka kritisnya 0,20. Nilai kritis ini nantinya akan diperbandingkan dengan nilai alpha. Rumus *cronbach alpha* adalah sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{kr}{1+(k-1)r} \quad (\text{Arikunto, 2014})$$

Dimana:

- α = Koefisien reliabilitas
- r = Koefisien rata-rata antar variabel
- k = Jumlah independen variabel dalam persamaan
- 1 = Konstanta

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

1. Alat ukur reliabel jika nilai alpha $>$ angka kritis reliabel
2. Alat ukur tidak reliabel jika nilai alpha $<$ angka kritis reliabel

Tingkat reliabilitas instrumen bisa dilihat dari r_{hitung} (r alpha) dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel 3.1 Kriteria untuk r_{hitung} (r alpha)

r_{hitung} (r alpha)	Kriteria
0,800 – 1,00	Sangat tinggi
0,600 – 0,799	Tinggi
0,400 – 0,599	Cukup
0,200 – 0,339	Rendah
$< 0,200$	Sangat rendah

Sumber: Arikunto (2014:276)

Pengujian instrumen dalam penelitian ini menggunakan *SPSS versi 22.0 for windows* untuk mempermudah dalam melakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen.

3.9 Metode analisis Data

Metode analisis data digunakan untuk mengolah data hasil penelitian sehingga diperoleh suatu kesimpulan yang dapat dipertanggung jawabkan.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis inferensial. Menurut Sugiyono (2017) statistik inferensial adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. Berikut penjelasan mengenai analisis tersebut:

3.9.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember.

3.9.2 Analisis Inferensial

Analisis inferensial merupakan analisis statistik dengan menggunakan rumus statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan oleh peneliti dalam melakukan penelitian. Menurut Sugiyono (2017) statistik inferensial adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. Adapun langkah-langkah dalam analisis ini adalah sebagai berikut:

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah regresi dimana variabel terikatnya dihubungkan dengan lebih dari satu variabel bebas namun masih menunjukkan diagram hubungan linier. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Dalam penelitian ini, variabel terikat dipengaruhi oleh dua variabel bebas. Oleh karena itu, untuk menguji atau melakukan estimasi dari suatu permasalahan yang terdiri dari lebih dari satu variabel bebas dengan menggunakan regresi berganda. Persamaan umum regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

(Sugiyono, 2017)

Keterangan:

Y = variabel terikat (kepuasan konsumen)

X₁ = variabel bebas (kualitas produk)

X₂ = variabel bebas (kualitas pelayanan)

a = konstanta atau bilangan (harga Y bila X = 0)

b = koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel terikat yang didasarkan pada perubahan variabel bebas. Jika (+) maka terjadi kenaikan dan jika (-) maka terjadi penurunan.

Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda, terlebih dahulu dilakukan uji prasyarat atau uji asumsi klasik.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik ialah distribusi data normal atau mendekati data normal. Uji normalitas yang dilakukan terhadap sampel dilakukan dengan menggunakan uji *kolmogorov-smirnov* dengan menetapkan derajat keyakinan (α) sebesar 5%. Uji ini dilakukan pada setiap variabel dengan ketentuan bahwa jika secara individual masing-masing variabel memenuhi asumsi normalitas, maka secara simultan variabel-variabel tersebut dinyatakan memenuhi asumsi normalitas. Cara untuk menganalisis model regresi yang bebas normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik. Kriteria pengujian dengan melihat besaran *kolmogorov-smirnov* adalah sebagai berikut:

- 1) Angka signifikansi (sig) > 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal.
- 2) Angka signifikansi (sig) < 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi yang sangat kuat atau sempurna antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Menguji adanya multikolinearitas atau tidak dapat dengan melihat *Varian Inflation Factor* (VIF). Menurut Gujarati (dalam Ekananda, 2015: 95) berpendapat bahwa jika VIF lebih

besar dari 10, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinieritas tinggi dengan variabel bebas lainnya.

c. Uji heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas merupakan suatu gejala dimana residu dari suatu persamaan regresi berubah-ubah pada suatu rentang data tertentu. Sebagaimana diketahui residu dihasilkan dari regresi yang digunakan dalam penelitian (Ekananda, 2015: 111). Menurut Gunawan (2016: 103) salah satu cara yang dapat digunakan untuk melihat adanya heteroskedasitas adalah dengan memperhatikan plot dari sebaran residual (*ZRESID) dan variabel yang diprediksikan (*ZRESID). Jika sebaran titik – titik dalam plot tidak menunjukkan adanya suatu pola tertentu, maka dapat dikatakan bahwa model terbebas dari asumsi heteroskedasitas.

2. Analisis Varian Garis Regresi

Analisis korelasi berganda digunakan untuk mengukur kuat lemahnya hubungan antar variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Rumus analisis variansi garis regresi sebagai berikut:

$$R_y = \sqrt{\frac{b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y + b_3 \sum X_3 Y}{\sum Y^2}}$$

(Sugiyono, 2017)

Keterangan:

R_y = koefisien korelasi antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y)

b = bilangan koefisien prediktor (X)

X = jumlah variabel X

Y = jumlah variabel Y

$\sum Y^2$ = total kuadrat variabel Y

Tabel 3.2 Pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi

Interval Koefisien	Kriteria
0,800 – 1,00	Sangat Kuat
0,600 – 0,799	Kuat
0,400 – 0,599	Cukup Kuat
0,200 – 0,399	Rendah
< 0,200	Sangat Rendah

3. Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$F_{\text{hitung}} = \frac{(R_{X_1, X_2, Y})^2 (n-m-1)}{m (1-R^2_{X_1, X_2, Y})}$$

(Sugiyono, 2017)

Keterangan:

m = jumlah variabel bebas

n = jumlah responden

Kriteria pengujian yang digunakan adalah:

- a. Apabila $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima, artinya masing-masing variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember.
- b. Apabila $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak, artinya masing-masing variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember.

4. Uji t

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara parsial atau individual terhadap variabel terikat. Uji t dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{B_i}{S_{b_i}}$$

(Siregar, 2014)

Keterangan:

b_i = nilai konstanta

S_{b_i} = standar error

Dengan kesimpulan bahwa:

- a. Apabila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima, artinya masing-masing variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember.

- b. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya masing-masing variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember

5. Koefisien Determinasi Simultan (R²)

Untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat, maka perlu dicari koefisien determinasi secara keseluruhan. Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghazali, 2013:97). Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini, peneliti mencari nilai (R²) menggunakan bantuan program *SPSS for Windows 22.0*.

6. Efektifitas Garis Regresi Berganda

Cara ini digunakan untuk mengetahui berapa besar (%) pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Variabel bebas yang mempunyai pengaruh dominan adalah variabel bebas yang memiliki presentase paling besar diantara variabel bebas yang lain. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} \times \beta \times 100\% = \dots\%$$

(Ghazali, 2014)

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi variabel X dan Y

β = koefisien beta

7. *Standart Error Estimates*

Standart error estimates digunakan untuk mengukur variasi nilai Y aktual dari garis regresinya. Adapun rumus yang digunakan yaitu:

$$S_{y.x} = \sqrt{\frac{\sum(Y - Y_r)^2}{n-2}}$$

(Arikunto, 2014)

Dimana:

Y = y aktual

Y_r = y prediksi

n = Jumlah



BAB 5. KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember sebesar 79,9%, sedangkan sisanya sebesar 20,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Semakin tinggi kualitas produk dan kualitas pelayanan yang ditawarkan Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember kepada konsumen maka kepuasan konsumen semakin meningkat. Variabel yang memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember adalah kualitas pelayanan yaitu sebesar 40,7%, sedangkan kualitas produk hanya berpengaruh sebesar 39,2%.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diberikan saran pada beberapa pihak, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember, diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang telah ada.
2. Bagi peneliti lain, hendaknya mempertimbangkan variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Peneliti yang melakukan penelitian serupa dapat mengembangkannya dengan menambah variasi variabel.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Adam, H. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.

Alma, B. 2000. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.

Arikunto, S. 2014. *Prosedur Penelitian.: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Ekananda, M. 2015. *Ekonometrika Dasar*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Ghazali, I. (2014). *Ekonometrika (Teori Konsep dan Aplikasi dengan IBM SPSS 22)*. Semarang: Badan Penerbit-UNDIP.

Griffin, Jill. 2002. *Customer Loyalty*. Jakarta: Erlangga.

Gunawan, I. 2016. *Pengantar Statistika Inferensial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Irawan, H. 2004. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo.

Kotler, P. 2010. *Kotler on Marketing*. Tangerang: Karisma Publishing.

Kotler, P. 2007. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian* Jilid 2. Edisi 8. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P & Armstrong, G. 2006. *Dasar-Dasar Pemasaran* Jilid 1. Jakarta: Prenhallindo.

- Kotler, P., & K.L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Terjemahan Bob Sabran. Cetakan Ketigabelas. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R dan Hamdani, A. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nitisusastro, M. 2013. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Silverman, G. 2001. *The Secret of Word Of Mouth Marketing: How to trigger exponential sales through run away word of mouth*. USA: AMACOM.
- Sirregar, S. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* . Edisi Pertama. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Sugiyono. 2017. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J dan Limakrisna, N. 2011. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*. Edisi kedua. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F dan Chandra. 2011. *Service Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Tjiptono, F. 2011. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.

Yazid. 2005. *Pemasaran Jasa (Konsep dan Implementasi)*. Yogyakarta: Ekonosia.

JURNAL

Hayati, Y. H., dan Sekartaji, G. 2015. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*. Volume 1 No. 1 Tahun 2015

Montung, P., Sepang, J., dan Adare, D. 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Kawan Baru. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. Volume 15 No. 05

Ransulangi, M. S., Mandey. S., dan Tumbuan, W. A. 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan *Servivecape* terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Rumah makan Ocean 27 Manado. *Jurnal EMBA*. Vol.3 No.3

Widodo, P. 2012. Hubungan Antara Service Quality Dengan Kepuasan Konsumen Di Restoran X. *Jurnal Agribisnis Dan Pengembangan Wilayah* , 56-70



LAMPIRAN

Lampiran A. Matrik

Matrik Penelitian

Judul	Rumusan Masalah	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Hipotesis
Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember.	<ol style="list-style-type: none"> Adakah pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember? Variabel manakah yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan ayam Goreng Nelongso Jember? 	<ol style="list-style-type: none"> Variabel bebas: <ol style="list-style-type: none"> Kualitas Produk (X_1) Kualitas Pelayanan (X_2) Variabel terikat: Kepuasan Konsumen (Y) 	<ol style="list-style-type: none"> Variabel bebas (X) <ol style="list-style-type: none"> Kualitas Produk (X_1): <ol style="list-style-type: none"> Kinerja, Fitur, Kesesuaian dengan spesifikasi, Estetika. Kualitas Pelayanan (X_2): <ol style="list-style-type: none"> Keandalan, Responsivitas, Jaminan, Empati, Wujud. Variabel terikat <ol style="list-style-type: none"> Loyalitas, Rekomendasi dari mulut ke mulut. 	<ol style="list-style-type: none"> Data Primer <ol style="list-style-type: none"> Angket Wawancara Data Sekunder <ol style="list-style-type: none"> Dokumen Internet, literatur, serta sumber yang mendukung dalam penelitian ini. 	<ol style="list-style-type: none"> Lokasi Penelitian yaitu di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember. Metode penentuan responden menggunakan metode <i>accidental sampling</i>. Metode pengumpulan data menggunakan angket, observasi, wawancara dan dokumen. Pengolahan data meliputi editing, skoring dan tabulasi. Metode analisis data inferensial <ol style="list-style-type: none"> Persamaan regresi linier berganda $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$ Analisis varian garis regresi $R_y = \sqrt{\frac{b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y + b_3 \sum X_3 Y}{\sum Y^2}}$ 	<ol style="list-style-type: none"> Diduga ada pengaruh yang signifikan variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember. Diduga kualitas produk memiliki pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso

					<p>c. Uji F</p> $F_{hitung} = \frac{(R_{X_1, X_2, Y})^2 (n-m-1)}{m (1-R^2_{X_1, X_2, Y})}$ <p>d. Uji t</p> $t_{hitung} = \frac{B_i}{S_{b_i}}$ <p>e. Efektifitas garis regresi</p> $R_{xy} \times \beta \times 100\% = \dots\%$ <p>f. Standart Error Estimates</p> $S_{y.x} = \sqrt{\frac{\sum(Y - Y_r)^2}{n-2}}$	Jember.
--	--	--	--	--	--	---------

Lampiran B.**TUNTUNAN PENELITIAN****Tuntunan Angket**

No	Data yang ingin diraih	Sumber data
1.	Kualitas produk Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso	Konsumen Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember
2.	Kualitas Pelayanan Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember	Konsumen Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember
3.	Kepuasan Konsumen setelah melakukan pembelian di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso	Konsumen Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember

Tuntunan wawancara

No	Data yang ingin diraih	Sumber data
1.	Menanyakan tentang kualitas produk Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso	Konsumen dan Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember
2.	Menanyakan tentang kualitas pelayanan Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso	Konsumen Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember
3.	Menanyakan tentang kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso	Konsumen Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember

Tuntunan Observasi

No	Data yang ingin diraih	Sumber data
1.	Produk yang ditawarkan Rumah makan Ayam Goreng Nelongso Jember kepada konsumen	Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember
2.	Pelayanan yang diberikan Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember kepada konsumen	

Tuntunan Dokumen

No	Data yang ingin diraih	Sumber data
1.	Data sejarah dan struktur organisasi Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember	Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember

Lampiran C.

ANGKET PENELITIAN

Yth. Saudara/i
di tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka penyusunan skripsi guna memenuhi syarat menyelesaikan program studi S1 Pendidikan Ekonomi pada FKIP Universitas Jember, peneliti melaksanakan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember”.

Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti mengharapkan kesediaan saudara/i meluangkan waktu untuk memberikan informasi dengan menjawab pertanyaan kuisisioner yang digunakan peneliti sebagai salah satu data dalam penelitian ini. Peneliti mengharapkan saudara/i mengisi kuisisioner sesuai dengan pendapat dan keyakinan yang sebenarnya secara jujur sehingga peneliti memperoleh data yang akurat.

Demikian permohonan ini disampaikan. Atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,

Iis Maulidah
Peneliti

DAFTAR PERNYATAAN**A. Petunjuk Pengisian**

1. Tulislah identitas saudara/i pada tempat yang telah disediakan
2. Jawablah pernyataan-pernyataan di bawah ini dengan sebenarnya sesuai dengan kenyataan dan keadaan yang ada.
3. Berilah tanda centang (✓) pada alternatif jawaban yang telah disediakan.

B. Identitas Responden

1. No. Responden :
2. Nama :
3. Jenis kelamin :
4. Umur :
 17 – 26 tahun 37 – 46 tahun
 27 – 36 tahun 46 tahun keatas
5. Berapa kali anda melakukan pembelian di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember?
 Satu kali Lebih dari sekali

C. Daftar Pernyataan

Kuisisioner di bawah ini terdiri dari sejumlah pernyataan. Isilah untuk menunjukkan seberapa besar tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan anda terhadap setiap pernyataan tersebut dengan memberi tanda centang (✓) pada jawaban yang anda pilih.

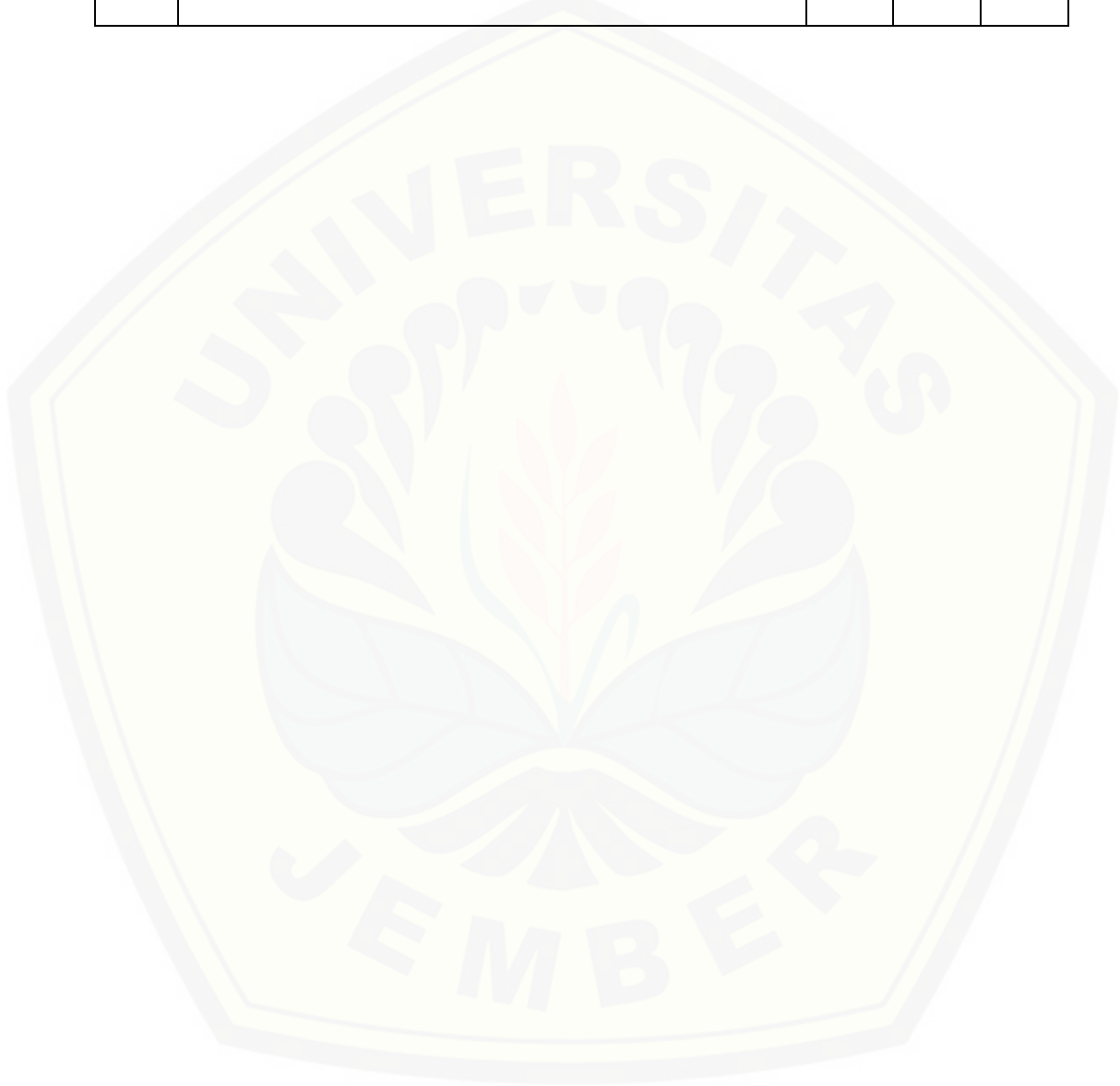
Keterangan:

- SS = Sangat Setuju
S = Setuju
KS = Kurang Setuju

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban		
		SS	S	KS
Variabel X₁ : Kualitas Produk				
1.	Produk Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember memiliki cita rasa masakan yang enak			
2.	Bumbu yang terasa kelezatannya di lidah			
3.	Produk yang disajikan higienis			
4.	Menu di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember beragam.			
5.	Penyajian makanan yang menarik			
6.	Hasil olahan Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember berbau sedap			
7.	Produk Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan			
Variabel X₂ : Kualitas Pelayanan				
8.	Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso memberikan kemudahan tempat parkir			
9.	Fasilitas yang disediakan Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember lengkap			
10.	Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember memiliki keadaan gedung yang baik			
11.	Pelayan berpenampilan rapi			
12.	Kebersihan di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember terjamin			
13.	Pelayan melayani dengan baik			
14.	Pelayan mengantarkan pesanan dengan cepat dan tepat			

15.	Pelayan menguasai informasi mengenai menu yang tercantum			
16.	Pelayan merespon dengan cepat permintaan saya			
17.	Pelayan memberikan menu dengan cepat kepada saya			
28.	Pelayan bersedia membantu saya yang bingung dalam memilih menu yang ditawarkan			
29.	Pelayan membereskan meja dan kursi yang akan atau setelah dipakai saya			
20.	Pelayan bersikap ramah terhadap melayani saya			
21.	Pelayan mampu berkomunikasi dengan baik kepada saya			
22.	Pelayan berperilaku sopan dan ramah			
23.	Saya merasa aman dan nyaman saat membeli produk di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember			
24.	Pelayan mempersilahkan saya untuk memilih tempat duduk			
25.	Pelayan memastikan pesanan saya sudah datang semua			
26.	Jika rasa makanan tidak sesuai dengan lidah saya dapat diganti			
Variabel Y: Kepuasan Konsumen				
27.	Saya menceritakan pengalaman positif saya saat mengkonsumsi produk Ayam Goreng Nelogso Jember.			
28.	Saya akan merekomendasikan produk Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember kepada orang lain			
29.	Saya tetap membeli produk Rumah Makan Ayam			

	Goreng Nelongso Jember meski ada produk yang sama di rumah makan lain.			
30.	Saya tetap membeli produk Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember meski harga produk yang sama di rumah makan lain lebih rendah.			



Lampiran D.**PEDOMAN WAWANCARA**

1. Mengapa anda lebih memilih untuk membeli produk di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember?
2. Apakah anda senang makan di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember?
3. Menurut anda, apakah menu yang ditawarkan Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember beragam?
4. Bagaimana cita rasa makanan yang ditawarkan Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember?
5. Menurut anda apakah harga yang ditawarkan Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember sesuai dengan kualitas produk yang disajikan?
6. Apakah anda merasa puas dengan produk Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember?
7. Bagaimanakah pendapat anda tentang tempat Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember?
8. Apakah pelayan Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember mampu menyajikan makanan dengan cepat dan tepat?
9. Apakah ada jaminan tentang kesegaran bahan baku produk?
10. Apakah anda merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember?
11. Apakah anda berminat melakukan pembelian ulang di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember?
12. Apakah anda pernah merekomendasikan kepada teman anda agar membeli produk Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember?

Lampiran E.**TRANSKIP HASIL WAWANCARA**

Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan konsumen Rumah Makan Ayam Goreng nelongso Jember yang menjadi responden.

Nama : Luluk Nadzifah

Umur : 22 tahun

Peneliti : “Selamat siang mbak, maaf mengganggu. Saya ingin mewawancarai mbak tentang kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember. Apakah mbak tidak keberatan untuk saya wawancarai?”

Responden : *“Iya mbak, tidak keberatan.”*

Peneliti : “Saya mau bertanya, mengapa mbak lebih memilih untuk membeli produk Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember?”

Responden : *“Karena harganya yang murah dan sesuai dengan selera saya.”*

Peneliti : “Apakah anda senang makan di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember?”

Responden : *“Iya, saya senang karena menunya sesuai dengan selera saya.”*

Peneliti : “Apakah menu yang ditawarkan Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember beragam?”

Responden : *“Iya, menunya banyak sekali. Meskipun namanya ayam nelongso. Namun, produknya tidak hanya ayam saja, ada ikan dan juga sayuran. Jadi semakin banyak pilihan menu semakin banyak pilihan untuk saya beli. Kadang saya pesen bebek goreng, tapi yang sering saya pesan itu ayam kepruk.”*

Peneliti : “Bagaimana cita rasa makanan yang ditawarkan Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember?”

- Responden : *“Enak mbak. Saya suka kalau pakai sambal bawang itu mbak. Enak.”*
- Peneliti : *“Menurut anda, apakah harga yang ditawarkan Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember sesuai dengan kualitas produk yang disajikan?”*
- Responden : *“Iya, sesuai. Seperti ayam kepruk kalau di tempat lain harganya Rp.8.000 an, kalau disini Rp.8.500. Meski terdapat selisih harga saya tetap membeli disini sebab pelayanannya bagus. Jadi selisih harga tersebut tidak masalah bagi saya karena sebanding dengan pelayanan yang telah saya dapatkan.”*
- Peneliti : *“Apakah mbak puas dengan produk Ayam Goreng Nelongso Jember?”*
- Responden : *“Iya, puas, soalnya selain produk dan harganya yang sesuai harapan, disini menyediakan beragam pilihan sambal dan saya bisa mengambil sesuai dengan kemauan saya, banyak atau sedikit terserah. Selain itu fasilitas yang disediakan juga cukup lengkap sih, terutama wifi. Soalnya kadang saya kumpul sama temen buat makan disini sekaligus ngerjakan tugas mbak.”*
- Peneliti : *“Bagaimana pendapat anda tentang tempat Rumah Makan Ayam Goreng nelongso Jember?”*
- Responden : *“Tempatnya nyaman, dan pelayannya juga ramah.”*
- Peneliti : *“Apakah pelayan Ayam Goreng Nelongso Jember mampu menyajikan makanan dengan cepat dan tepat?”*
- Responden : *“Iya.”*
- Peneliti : *“Apakah ada jaminan tentang kesegaran bahan baku produk?”*
- Responden : *“Saya kalau itu kurang tau, tapi kalau dilihat dari tampilannya menurut saya semua makanan disini masih fresh. Bagi saya kebersihan tempat itu juga penting mbak. Menurut saya, tempat ini bersih.”*
- Peneliti : *“Apakah anda merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember ?*

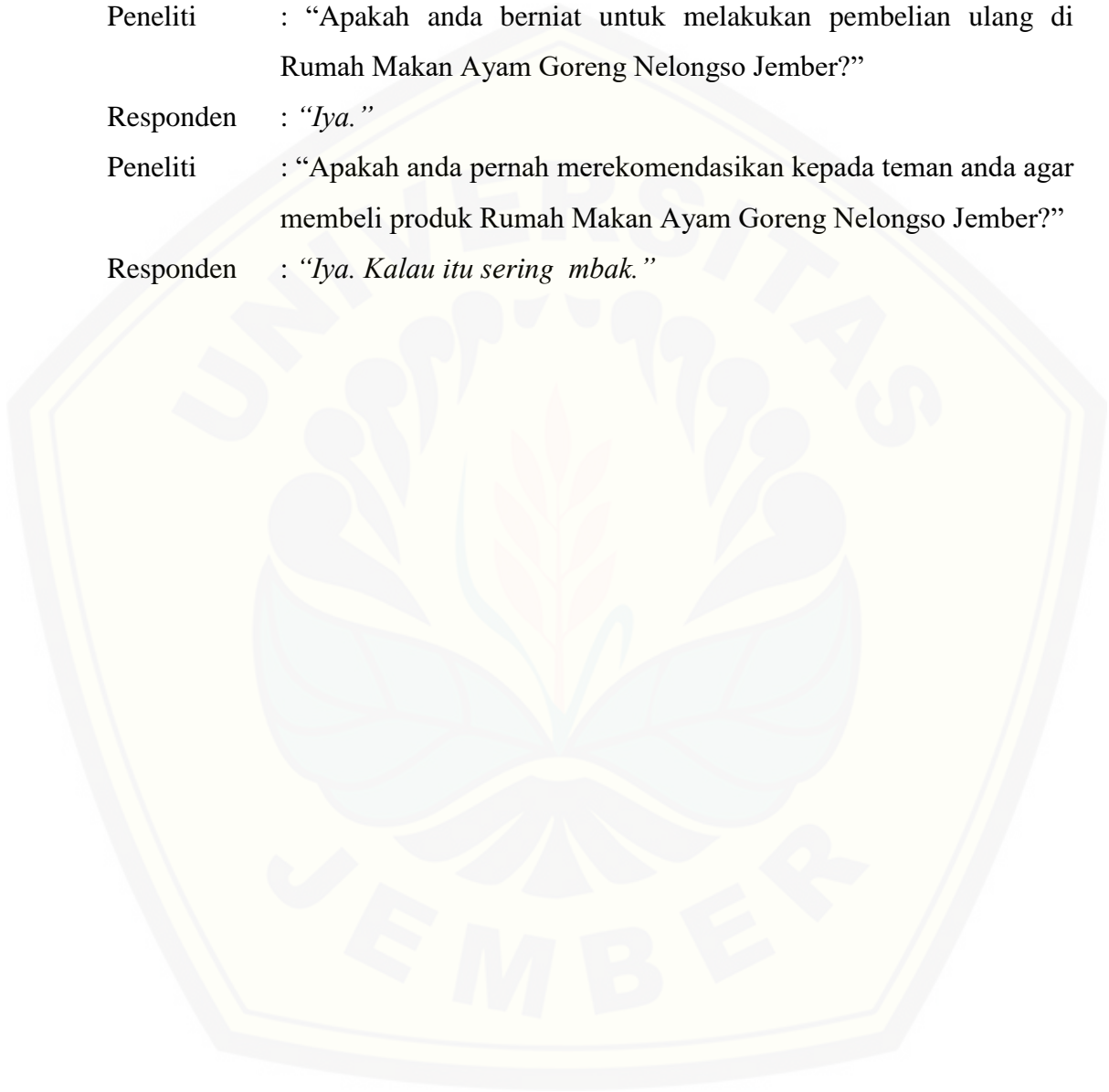
Responden : *“Iya, puas mbak. Pelayannya terlihat rapi soalnya memakai seragam dan mas-masnya kalo mengantar pesanan itu selalu senyum. Mbak kasirnya juga melayani dengan baik. Kalau saya bingung mau beli apa nanti pasti diberi masukan beli yang mana.”*

Peneliti : “Apakah anda berniat untuk melakukan pembelian ulang di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember?”

Responden : *“Iya.”*

Peneliti : “Apakah anda pernah merekomendasikan kepada teman anda agar membeli produk Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember?”

Responden : *“Iya. Kalau itu sering mbak.”*



Nama : Afni Afifatuz Z

Umur : 24 tahun

Peneliti : “Selamat siang mbak, maaf mengganggu. Saya ingin mewawancarai mbak tentang kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember. Apakah mbak tidak keberatan untuk saya wawancarai?”

Responden : *“o nggak mbak.”*

Peneliti : “Mengapa anda lebih memilih untuk membeli produk di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember?”

Responden : *“Karena harganya yang lumayan murah, yang saya kejar sebenarnya yang pagi-pagi itu, yang seharga Rp.5.000 an. Rasanya enak dan bikin kenyang karena porsi nya cukup untuk saya. Terus yang kedua merakyat sih harganya.”*

Peneliti : “Apakah anda senang makan di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember?”

Responden : *“Lumayan lah.”*

Peneliti : “Apakah menu yang ditawarkan Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember beragam?”

Responden : *“Yang beragam menurut saya itu sambalnya. Kalau untuk menu menurut saya standarlah seperti restoran lainnya.”*

Peneliti : “Bagaimana cita rasa makanan yang ditawarkan Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember?”

Responden : *“Enak.”*

Peneliti : “Menurut anda, apakah harga yang ditawarkan Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember sesuai dengan kualitas produk yang disajikan?”

Responden : *“Menurut saya sudah sesuai.”*

Peneliti : “Apakah mbak puas dengan produk Ayam Goreng Nelongso Jember?”

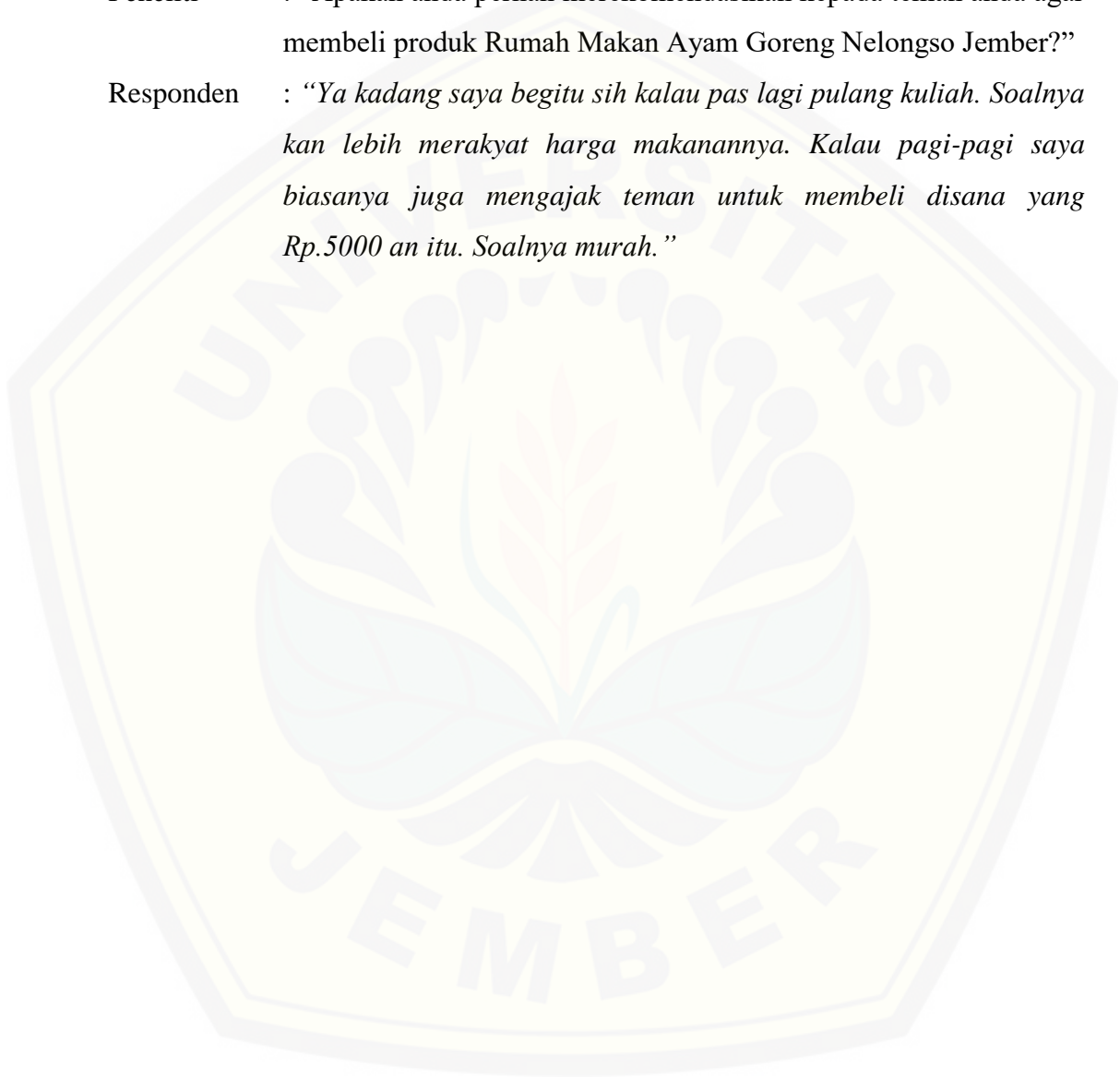
- Responden : *“Lumayan. Lebih kepada pelayanannya sih.”*
- Peneliti : *“Bagaimana pendapat anda tentang tempat Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember?”*
- Responden : *“Kalau menurut saya sudah bagus, tapi kalau bisa lebih diperluas lagi karena tau sendiri kalau di Ayam Nelongso rame jadi sepeda motornya banyak banget. Terus tempatnya yang dibawah itu agak panas. Kalau yang diatas sudah bagus, cuman kalau siang panas sekali apalagi kalau pas rame.”*
- Peneliti : *“Apakah pelayan Ayam Goreng Nelongso Jember mampu menyajikan makanan dengan cepat dan tepat?”*
- Responden : *“Untuk pelanggan yang sebegitu banyaknya sudah cepat. Dan tepat juga karena dia kan teriak-teriak mencari si pemesan.”*
- Peneliti : *“Apakah ada jaminan tentang kesegaran bahan baku produk?”*
- Responden : *“Saya nggak tau mbak. Kalau menurut saya sepertinya ada. Soalnya kalau bahan bakunya tidak segar pasti akan mempengaruhi tampilan dan rasa. Saya rasa olahan makanan disini enak dan sayurnya pun masih segar karena terlihat baru diolah.”*
- Peneliti : *“Apakah anda merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember?”*
- Responden : *“Puas. Soalnya untuk pelanggan yang lumayan banyak termasuk cepat dalam melayani dan kalau mengantar pesanan itu jelas, gak malu-malu, kan biasanya ada pelayan yang kayak malu-malu. Kalau disini lebih kayak terbuka. Misal manggil mbak Afni. Kemudian tempatnya itu juga bersih soalnya pelayannya itu langsung beresin meja dan menata kursi jika konsumen sudah selesai makan. Mereka langsung tanggap. Jadi kalau kalau ada konsumen yang baru datang itu enak, tidak ribet yang mau beresinmeja.”*

Peneliti : “Apakah anda berminat melakukan pembelian ulang di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember?”

Responden : *“Iya, tapi biasanya saya memilih menu yang ringan-ringan tidak terlalu pedas seperti sambel keju.”*

Peneliti : “Apakah anda pernah merekomendasikan kepada teman anda agar membeli produk Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember?”

Responden : *“Ya kadang saya begitu sih kalau pas lagi pulang kuliah. Soalnya kan lebih merakyat harga makanannya. Kalau pagi-pagi saya biasanya juga mengajak teman untuk membeli disana yang Rp.5000 an itu. Soalnya murah.”*



Lampiran F.

DAFTAR RESPONDEN

No	Nama	L/P	UMUR (TAHUN)
1	Afni Afifatuz Z	P	24
2	Mufidatul KH	P	22
3	Trianawati	P	27
4	Dewi Mayasari	P	29
5	Eva Dwi Maharani	P	27
6	Rachmadania	P	22
7	Ani Andriani	P	19
8	Metri Pangestika	P	19
9	Lufiyana Firda	P	21
10	Syafirah Salsabilah	P	20
11	Lusi sulistiawati	P	22
12	Aldisdiniar Kurnia S	P	22
13	Dewi Maysaroh	P	33
14	Qonit Darajat	P	24
15	Ananda Putra Akbar	L	25
16	Titin Nur Fitriya	P	31
17	Moh. Rezky Maghfurullah	L	23
18	Sutejo Anwar	L	37
19	Luluk Nadifah	P	22
20	Rahmania Intan P.P	P	25
21	Abdul Muiz	L	31
22	Hana Octie Ulunisa	P	22
23	Bilqis Puspa	P	23
24	Yohanes Chanditama F.M	L	23
25	Ni Nyoman Laksmi L.S	P	20

No	Nama	L/P	UMUR (TAHUN)
26	Maisyatul I	P	21
27	Nur Laili M.I	P	24
28	Dyah Mufidah A	P	20
29	Dara Gyta P.R	P	19
30	Mahriana	P	19
31	Robbi Qowi Suko H	L	26
32	Talitha Rahma	P	22
33	Raissa Yasmini	P	23
34	Nia Dewi C	P	22
35	Dewi Ratih	P	25
36	Siti Mahmudah	P	23
37	Mislan	L	44
38	Mar'atus Sholikhah	P	27
39	Shofitri Zuhannisa'	P	24
40	Nissa' Juniarti	P	18
41	Nur Izzatil amaliah	P	20
42	Farida	P	24
43	Risa Charisatin Nisa'	P	21
44	Hana Himatul 'A	P	22
45	Dinda	P	21
46	Norma	P	21
47	Masyayatul Jannah	P	24
48	Siti Ma'rifah	P	23
49	Nur Abqoriyah	P	23
50	Yuswo Edi	L	28

Lampiran G.

TABULASI HASIL ANGKET VARIABEL KUALITAS PRODUK (X_1)

No	Kualitas Produk							Jumlah
1	3	2	3	2	2	2	1	15
2	3	2	2	2	3	2	2	16
3	2	2	1	3	2	2	1	13
4	2	1	3	1	2	1	1	11
5	2	2	2	2	3	2	2	15
6	3	2	2	2	3	3	2	17
7	3	3	2	3	2	3	3	19
8	3	3	3	2	3	3	3	20
9	2	2	2	2	3	2	2	15
10	3	2	2	3	2	2	2	16
11	2	2	2	3	3	3	2	17
12	2	3	2	2	3	3	3	18
13	3	3	3	2	3	3	3	20
14	3	2	3	3	2	3	2	18
15	2	3	3	3	3	3	2	19
16	3	3	2	2	3	3	2	18
17	3	3	3	3	2	3	3	20
18	3	2	2	3	2	1	2	15
19	3	3	2	3	3	2	2	18
20	3	2	2	3	2	3	1	16
21	3	2	2	1	3	2	2	15
22	1	1	2	2	3	2	1	12
23	2	2	2	2	2	2	2	14
24	3	1	1	2	2	1	1	11
25	1	1	2	2	2	2	1	11
26	2	1	1	2	2	1	1	10

27	2	2	2	3	2	2	2	15
28	2	2	2	2	2	3	2	15
29	1	2	2	2	3	2	1	13
30	3	3	3	2	2	3	1	17
31	3	3	2	3	3	3	1	18
32	3	1	3	3	3	2	2	17
33	3	2	3	3	2	3	1	17
34	3	2	2	2	3	1	2	15
35	2	2	1	2	2	1	2	12
36	1	2	2	2	3	2	1	13
37	3	2	2	3	1	3	2	16
38	2	2	1	2	3	3	2	15
39	2	2	2	2	2	2	1	13
40	1	2	2	3	1	3	2	14
41	2	3	3	3	2	3	2	18
42	3	3	3	2	3	3	2	19
43	3	3	2	3	2	3	2	18
44	3	3	3	3	3	2	2	19
45	3	3	2	2	3	3	2	18
46	3	2	2	1	3	2	1	14
47	2	3	1	2	2	1	1	12
48	3	2	2	3	3	3	1	17
49	2	2	2	3	2	3	2	16
50	3	2	3	2	2	2	2	16

TABULASI HASIL ANGKET VARIABEL KUALITAS PELAYANAN (X₂)

No	Kualitas Pelayanan																		Jumlah	
1	3	2	3	1	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	45
2	2	3	2	2	2	2	3	1	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	43
3	2	3	3	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	42
4	2	3	2	2	1	1	2	1	2	2	1	3	2	3	3	2	2	1	2	37
5	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	1	3	3	2	1	1	40
6	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	44
7	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	51
8	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	52
9	1	3	3	1	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	3	3	3	2	3	42
10	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	41
11	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	49
12	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	55
13	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	48
14	3	1	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	46
15	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	1	1	2	49

16	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	54
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	55
18	3	2	2	3	1	2	2	2	1	2	2	2	3	2	1	2	2	2	2	38
19	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	49
20	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	45
21	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	41
22	1	3	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	3	1	1	2	2	3	2	32
23	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	37
24	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	26
25	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	27
26	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	25
27	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	40
28	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	45
29	1	2	3	3	1	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	41
30	3	2	2	3	1	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	50
31	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	53
32	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	2	51
33	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	1	2	3	3	3	3	2	3	50

34	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	2	1	1	2	1	35
35	3	2	1	3	1	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	3	1	3	3	40
36	3	3	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	42
37	2	1	3	1	3	2	1	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	41	
38	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	3	3	3	3	47	
39	2	2	3	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	3	3	2	2	1	3	2	38
40	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	36
41	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	53
42	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	49
43	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	49
44	2	3	3	3	3	1	3	2	3	3	1	3	3	3	3	2	2	3	2	2	47
45	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	52
46	1	3	3	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	1	3	2	1	37
47	2	3	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	41
48	1	3	3	1	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	46
49	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	36
50	3	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	35

TABULASI HASIL ANGGKET VARIABEL KEPUASAN KONSUMEN (Y)

No	Kepuasan Konsumen				Jumlah
1	2	1	2	2	7
2	3	2	3	2	10
3	2	3	2	1	8
4	1	3	3	1	8
5	2	2	2	2	8
6	2	2	3	2	9
7	3	3	2	3	11
8	3	3	2	3	11
9	2	2	3	2	9
10	2	2	3	2	9
11	2	3	3	2	10
12	3	3	2	3	11
13	3	2	3	3	11
14	2	3	3	2	10
15	3	3	1	3	10
16	2	3	3	2	10
17	3	3	2	3	11
18	2	2	3	2	9
19	3	2	3	2	10
20	2	2	3	2	9
21	2	2	3	2	9
22	1	2	2	2	7
23	2	2	2	2	8
24	1	1	2	1	5
25	2	2	2	1	7
26	1	1	2	1	5
27	2	2	2	2	8

28	2	2	3	2	9
29	2	2	2	1	7
30	3	3	1	3	10
31	3	3	3	3	12
32	3	3	3	2	11
33	2	1	3	3	9
34	2	2	2	1	7
35	3	2	1	1	7
36	2	2	3	1	8
37	2	3	2	2	9
38	3	2	3	2	10
39	2	2	1	2	7
40	2	3	2	2	9
41	3	3	3	3	12
42	3	3	3	3	12
43	3	3	3	3	12
44	3	3	3	3	12
45	3	3	3	3	12
46	2	2	2	2	8
47	2	2	3	1	8
48	3	2	3	3	11
49	2	2	2	1	7
50	3	2	2	1	8

Lampiran H.

HASIL UJI VALIDITAS

Correlations (Kualitas Produk)

		Correlations							Kualitas Produk
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	
X1.1	Pearson Correlation	1	,349*	,308*	,137	,098	,176	,267	,583**
	Sig. (2-tailed)		,013	,029	,342	,497	,222	,061	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
X1.2	Pearson Correlation	,349*	1	,279*	,235	,199	,517**	,481**	,756**
	Sig. (2-tailed)	,013		,050	,100	,165	,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
X1.3	Pearson Correlation	,308*	,279*	1	,117	,085	,381**	,260	,597**
	Sig. (2-tailed)	,029	,050		,418	,559	,006	,068	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
X1.4	Pearson Correlation	,137	,235	,117	1	-,291*	,375**	,181	,432**
	Sig. (2-tailed)	,342	,100	,418		,040	,007	,207	,002
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
X1.5	Pearson Correlation	,098	,199	,085	-,291*	1	,075	,129	,300*
	Sig. (2-tailed)	,497	,165	,559	,040		,605	,372	,034
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
X1.6	Pearson Correlation	,176	,517**	,381**	,375**	,075	1	,368**	,727**
	Sig. (2-tailed)	,222	,000	,006	,007	,605		,009	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
X1.7	Pearson Correlation	,267	,481**	,260	,181	,129	,368**	1	,659**
	Sig. (2-tailed)	,061	,000	,068	,207	,372	,009		,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
Kualitas Produk	Pearson Correlation	,583**	,756**	,597**	,432**	,300*	,727**	,659**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,002	,034	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50

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

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

X2.15	Pearson Correlation	,454**	,314*	,285*	,308*	,451**	,572**	,440**	,359*	,766**	,354*	,624**	,449**	,212	,243	1	,225	,264	,155	,110	,664**	
	Sig. (2-tailed)	,001	,026	,045	,030	,001	,000	,001	,011	,000	,012	,000	,001	,140	,089		,117	,064	,282	,449	,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2.16	Pearson Correlation	,346*	,185	,266	,165	,282*	,350*	,140	,193	,219	,265	,298*	,248	,193	,118	,225	1	,391**	,190	,640**	,500**	
	Sig. (2-tailed)	,014	,197	,062	,251	,047	,013	,332	,178	,127	,063	,035	,083	,179	,416	,117		,005	,186	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2.17	Pearson Correlation	,194	,297*	,335*	,130	,324*	,297*	,201	,304*	,316*	,359*	,249	,172	,007	,164	,264	,391**	1	,141	,313*	,478**	
	Sig. (2-tailed)	,176	,036	,017	,370	,022	,036	,162	,032	,026	,010	,081	,233	,963	,254	,064	,005		,329	,027	,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2.18	Pearson Correlation	,288*	,049	,204	,098	,352*	,404**	,271	,393**	,338*	,194	,452**	,290*	,312*	,155	,155	,190	,141	1	,324*	,496**	
	Sig. (2-tailed)	,042	,738	,154	,500	,012	,004	,057	,005	,016	,177	,001	,041	,028	,282	,282	,186	,329		,022	,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2.19	Pearson Correlation	,322*	,230	,225	,178	,278	,316*	,278	,190	,194	,346*	,316*	,144	,159	,219	,110	,640**	,313*	,324*	1	,503**	
	Sig. (2-tailed)	,023	,109	,116	,216	,051	,025	,051	,187	,177	,014	,025	,320	,271	,126	,449	,000	,027	,022		,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	,680**	,432**	,574**	,520**	,703**	,810**	,698**	,607**	,834**	,540**	,831**	,578**	,481**	,408**	,664**	,500**	,478**	,496**	,503**	1	
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,003	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

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

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

Correlations (Kepuasan Konsumen)

		Correlations				Kepuasan Konsumen
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	
Y.1	Pearson Correlation	1	,470**	,049	,624**	,773**
	Sig. (2-tailed)		,001	,735	,000	,000
	N	50	50	50	50	50
Y.2	Pearson Correlation	,470**	1	,049	,446**	,701**
	Sig. (2-tailed)	,001		,735	,001	,000
	N	50	50	50	50	50
Y.3	Pearson Correlation	,049	,049	1	,158	,452**
	Sig. (2-tailed)	,735	,735		,274	,001
	N	50	50	50	50	50
Y.4	Pearson Correlation	,624**	,446**	,158	1	,828**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,274		,000
	N	50	50	50	50	50
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	,773**	,701**	,452**	,828**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000	
	N	50	50	50	50	50

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

Lampiran I.**HASIL UJI RELIABILITAS****Reliabilitas (Kualitas Produk)****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	50	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,680	,670	7

Inter-Item Correlation Matrix

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7
X1.1	1,000	,349	,308	,137	,098	,176	,267
X1.2	,349	1,000	,279	,235	,199	,517	,481
X1.3	,308	,279	1,000	,117	,085	,381	,260
X1.4	,137	,235	,117	1,000	-,291	,375	,181
X1.5	,098	,199	,085	-,291	1,000	,075	,129
X1.6	,176	,517	,381	,375	,075	1,000	,368
X1.7	,267	,481	,260	,181	,129	,368	1,000

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15,7200	6,818	2,61112	7

Reliabilitas (Kualitas Pelayanan)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	50	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,898	,900	19

Inter-Item Correlation Matrix

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	X2.15	X2.16	X2.17	X2.18	X2.19
X2.1	1,000	,137	,179	,617	,353	,645	,411	,226	,583	,215	,645	,393	,344	,234	,454	,346	,194	,288	,322
X2.2	,137	1,000	,146	,142	,316	,168	,377	,137	,227	,344	,267	,097	,426	,057	,314	,185	,297	,049	,230
X2.3	,179	,146	1,000	,102	,430	,399	,421	,400	,518	,445	,399	,310	,036	,478	,285	,266	,335	,204	,225

X2.4	,617	,142	,102	1,000	,190	,423	,408	,237	,458	,175	,423	,211	,277	,220	,308	,165	,130	,098	,178
X2.5	,353	,316	,430	,190	1,000	,535	,412	,510	,617	,511	,574	,433	,269	,048	,451	,282	,324	,352	,278
X2.6	,645	,168	,399	,423	,535	1,000	,538	,530	,747	,328	,950	,363	,328	,260	,572	,350	,297	,404	,316
X2.7	,411	,377	,421	,408	,412	,538	1,000	,409	,638	,337	,593	,439	,342	,325	,440	,140	,201	,271	,278
X2.8	,226	,137	,400	,237	,510	,530	,409	1,000	,425	,272	,580	,311	,287	,099	,359	,193	,304	,393	,190
X2.9	,583	,227	,518	,458	,617	,747	,638	,425	1,000	,415	,747	,562	,302	,393	,766	,219	,316	,338	,194
X2.10	,215	,344	,445	,175	,511	,328	,337	,272	,415	1,000	,328	,174	,028	,164	,354	,265	,359	,194	,346
X2.11	,645	,267	,399	,423	,574	,950	,593	,580	,747	,328	1,000	,363	,372	,208	,624	,298	,249	,452	,316
X2.12	,393	,097	,310	,211	,433	,363	,439	,311	,562	,174	,363	1,000	,378	,271	,449	,248	,172	,290	,144
X2.13	,344	,426	,036	,277	,269	,328	,342	,287	,302	,028	,372	,378	1,000	,074	,212	,193	,007	,312	,159
X2.14	,234	,057	,478	,220	,048	,260	,325	,099	,393	,164	,208	,271	,074	1,000	,243	,118	,164	,155	,219
X2.15	,454	,314	,285	,308	,451	,572	,440	,359	,766	,354	,624	,449	,212	,243	1,000	,225	,264	,155	,110
X2.16	,346	,185	,266	,165	,282	,350	,140	,193	,219	,265	,298	,248	,193	,118	,225	1,000	,391	,190	,640
X2.17	,194	,297	,335	,130	,324	,297	,201	,304	,316	,359	,249	,172	,007	,164	,264	,391	1,000	,141	,313
X2.18	,288	,049	,204	,098	,352	,404	,271	,393	,338	,194	,452	,290	,312	,155	,155	,190	,141	1,000	,324
X2.19	,322	,230	,225	,178	,278	,316	,278	,190	,194	,346	,316	,144	,159	,219	,110	,640	,313	,324	1,000

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
43,3400	54,760	7,39997	19

Reliabilitas (Kepuasan Konsumen)**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	50	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,635	,631	4

Inter-Item Correlation Matrix

	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4
Y.1	1,000	,470	,049	,624
Y.2	,470	1,000	,049	,446
Y.3	,049	,049	1,000	,158
Y.4	,624	,446	,158	1,000

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
9,1400	3,307	1,81839	4

Lampiran J.

**HASIL OUTPUT UJI ASUMSI KLASIK
UJI NORMALITAS**

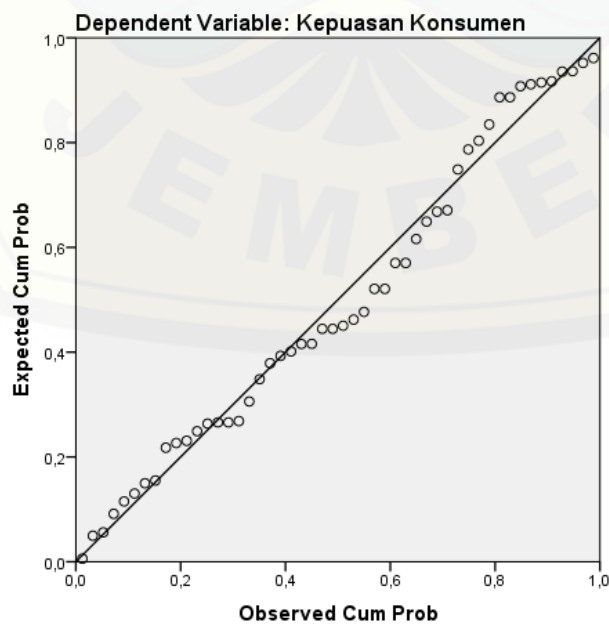
NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kualitas Produk	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen
N		50	50	50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	15,7200	43,3400	9,1400
	Std. Deviation	2,61112	7,39997	1,81839
Most Extreme Differences	Absolute	,111	,098	,115
	Positive	,071	,058	,115
	Negative	-,111	-,098	-,107
Test Statistic		,111	,098	,115
Asymp. Sig. (2-tailed)		,166 ^c	,200 ^{c,d}	,098 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



UJI MULTIKOLINIERITAS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,926	,748		-1,238	,222					
	Kualitas Produk	,319	,083	,458	3,825	,000	,855	,487	,250	,299	3,346
	Kualitas Pelayanan	,117	,029	,474	3,962	,000	,858	,500	,259	,299	3,346

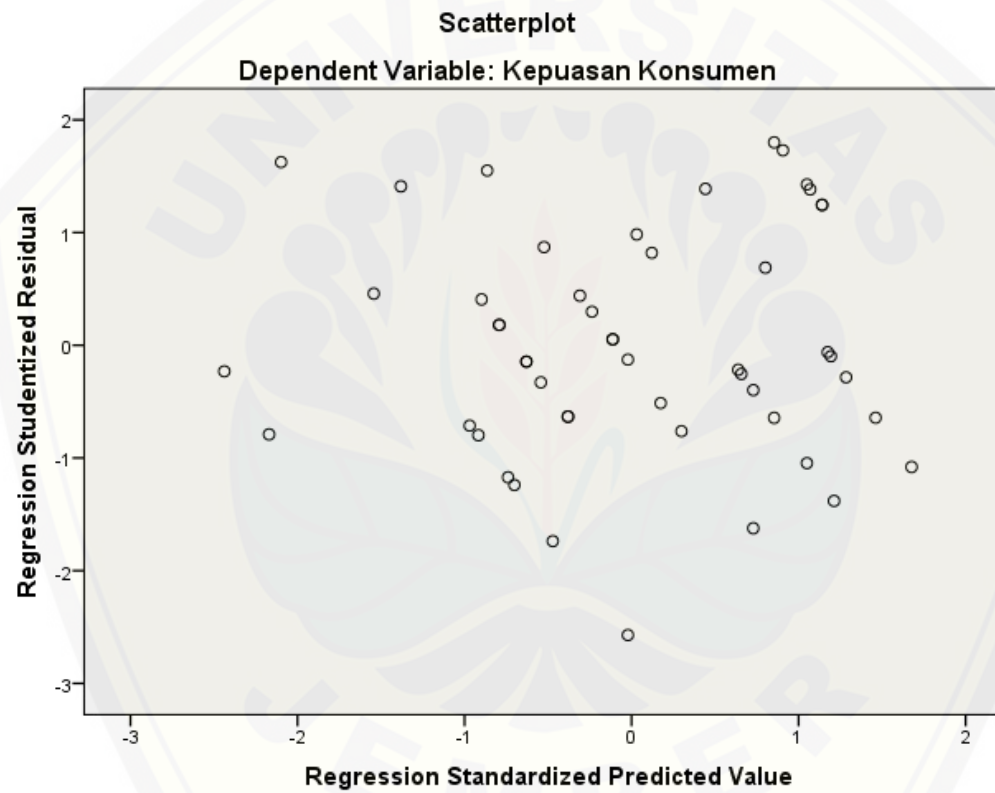
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

UJI HETEROSKEDASITAS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,311	,436		,715	,478
	Kualitas Produk	,011	,049	,062	,234	,816
	Kualitas Pelayanan	,004	,017	,058	,220	,827

a. Dependent Variable: RES2



Lampiran K.

HASIL OUTPUT UJI F

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Kepuasan Konsumen	9,1400	1,81839	50
Kualitas Produk	15,7200	2,61112	50
Kualitas Pelayanan	43,3400	7,39997	50

Variables Entered/Removed^a

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

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,894 ^a	,799	,790	,83323	,799	93,182	2	47	,000	1,504

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	129,389	2	64,694	93,182	,000 ^b
	Residual	32,631	47	,694		
	Total	162,020	49			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

Lampiran L.

HASIL OUTPUT UJI T

Variables Entered/Removed^a

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

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,894 ^a	,799	,790	,83323	,799	93,182	2	47	,000	1,504

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	-,926	,748								
	Kualitas Produk	,319	,083	,458	3,825	,000	,855	,487	,250	,299	3,346
	Kualitas Pelayanan	,117	,029	,474	3,962	,000	,858	,500	,259	,299	3,346

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Lampiran M.

DISTRIBUSI NILAI F TABEL

Untuk tingkat kepercayaan 95 %, alpha = 0.05

df2	df 1				
	1	2	3	4	5
1	161.4	199.5	215.7	224.6	230.2
2	18.51	19	19.16	19.25	19.3
3	10.13	9.552	9.277	9.117	9.013
4	7.709	6.944	6.591	6.388	6.256
5	6.608	5.786	5.409	5.192	5.05
6	5.987	5.143	4.757	4.534	4.387
7	5.591	4.737	4.347	4.12	3.972
8	5.318	4.459	4.066	3.838	3.687
9	5.117	4.256	3.863	3.633	3.482
10	4.965	4.103	3.708	3.478	3.326
11	4.844	3.982	3.587	3.357	3.204
12	4.747	3.885	3.49	3.259	3.106
13	4.667	3.806	3.411	3.179	3.025
14	4.6	3.739	3.344	3.112	2.958
15	4.543	3.682	3.287	3.056	2.901
16	4.494	3.634	3.239	3.007	2.852
17	4.451	3.592	3.197	2.965	2.81
18	4.414	3.555	3.16	2.928	2.773
19	4.381	3.522	3.127	2.895	2.74
20	4.351	3.493	3.098	2.866	2.711
21	4.325	3.467	3.072	2.84	2.685
22	4.301	3.443	3.049	2.817	2.661
23	4.279	3.422	3.028	2.796	2.64
24	4.26	3.403	3.009	2.776	2.621
25	4.242	3.385	2.991	2.759	2.603

26	4.225	3.369	2.975	2.743	2.587
27	4.21	3.354	2.96	2.728	2.572
28	4.196	3.34	2.947	2.714	2.558
29	4.183	3.328	2.934	2.701	2.545
30	4.171	3.316	2.922	2.69	2.534
31	4.16	3.305	2.911	2.679	2.523
32	4.149	3.295	2.901	2.668	2.512
33	4.139	3.285	2.892	2.659	2.503
34	4.13	3.276	2.883	2.65	2.494
35	4.121	3.267	2.874	2.641	2.485
36	4.113	3.259	2.866	2.634	2.477
37	4.105	3.252	2.859	2.626	2.47
38	4.098	3.245	2.852	2.619	2.463
39	4.091	3.238	2.845	2.612	2.456
40	4.085	3.232	2.839	2.606	2.449
41	4.079	3.226	2.833	2.6	2.443
42	4.073	3.22	2.827	2.594	2.438
43	4.067	3.214	2.822	2.589	2.432
44	4.062	3.209	2.816	2.584	2.427
45	4.057	3.204	2.812	2.579	2.422
46	4.052	3.2	2.807	2.574	2.417
47	4.047	3.195	2.802	2.57	2.413
48	4.043	3.191	2.798	2.565	2.409
49	4.038	3.187	2.794	2.561	2.404
50	4.034	3.183	2.79	2.557	2.4
51	4.03	3.179	2.786	2.553	2.397
52	4.027	3.175	2.783	2.55	2.393
53	4.023	3.172	2.779	2.546	2.389
54	4.02	3.168	2.776	2.543	2.386
55	4.016	3.165	2.773	2.54	2.383
56	4.013	3.162	2.769	2.537	2.38
57	4.01	3.159	2.766	2.534	2.377
58	4.007	3.156	2.764	2.531	2.374

59	4.004	3.153	2.761	2.528	2.371
60	4.001	3.15	2.758	2.525	2.368
61	3.998	3.148	2.755	2.523	2.366
62	3.996	3.145	2.753	2.52	2.363
63	3.993	3.143	2.751	2.518	2.361
64	3.991	3.14	2.748	2.515	2.358
65	3.989	3.138	2.746	2.513	2.356
66	3.986	3.136	2.744	2.511	2.354
67	3.984	3.134	2.742	2.509	2.352
68	3.982	3.132	2.74	2.507	2.35
69	3.98	3.13	2.737	2.505	2.348
70	3.978	3.128	2.736	2.503	2.346
71	3.976	3.126	2.734	2.501	2.344
72	3.974	3.124	2.732	2.499	2.342
73	3.972	3.122	2.73	2.497	2.34
74	3.97	3.12	2.728	2.495	2.338
75	3.968	3.119	2.727	2.494	2.337
76	3.967	3.117	2.725	2.492	2.335
77	3.965	3.115	2.723	2.49	2.333
78	3.963	3.114	2.722	2.489	2.332
79	3.962	3.112	2.72	2.487	2.33
80	3.96	3.111	2.719	2.486	2.329
81	3.959	3.109	2.717	2.484	2.327
82	3.957	3.108	2.716	2.483	2.326
83	3.956	3.107	2.715	2.482	2.324
84	3.955	3.105	2.713	2.48	2.323
85	3.953	3.104	2.712	2.479	2.322
86	3.952	3.103	2.711	2.478	2.321
87	3.951	3.101	2.709	2.476	2.319
88	3.949	3.1	2.708	2.475	2.318
89	3.948	3.099	2.707	2.474	2.317
90	3.947	3.098	2.706	2.473	2.316
91	3.946	3.097	2.705	2.472	2.315

92	3.945	3.095	2.704	2.471	2.313
93	3.943	3.094	2.703	2.47	2.312
94	3.942	3.093	2.701	2.469	2.311
95	3.941	3.092	2.7	2.467	2.31
96	3.94	3.091	2.699	2.466	2.309
97	3.939	3.09	2.698	2.465	2.308
98	3.938	3.089	2.697	2.465	2.307
99	3.937	3.088	2.696	2.464	2.306
100	3.936	3.087	2.696	2.463	2.305

Rumus f_{tabel} :

$$\text{Df 1: } k - 1 = 3 - 1 = 2$$

$$\text{Df 2: } n - k - 1 = 50 - 2 - 1 = 47$$

Lampiran N.

DISTRIBUSI NILAI T TABEL

df	Taraf Signifikansi				
	1%	5%	10%	15%	20%
1	63.66	12.71	6.314	4.165	3.078
2	9.925	4.303	2.92	2.282	1.886
3	5.841	3.182	2.353	1.924	1.638
4	4.604	2.776	2.132	1.778	1.533
5	4.032	2.571	2.105	1.699	1.476
6	3.707	2.447	1.943	1.65	1.44
7	3.499	2.365	1.895	1.617	1.415
8	3.355	2.306	1.86	1.592	1.397
9	3.25	2.262	1.833	1.574	1.383
10	3.169	2.228	1.812	1.559	1.372
11	3.106	2.201	1.796	1.548	1.363
12	3.055	2.179	1.782	1.538	1.356
13	3.012	2.16	1.771	1.53	1.35
14	2.977	2.145	1.761	1.523	1.345
15	2.947	2.131	1.753	1.517	1.341
16	2.921	2.12	1.746	1.512	1.337
17	2.898	2.11	1.74	1.508	1.333
18	2.878	2.101	1.734	1.504	1.33
19	2.861	2.093	1.729	1.5	1.328
20	2.845	2.086	1.725	1.497	1.325
21	2.831	2.08	1.721	1.494	1.323
22	2.819	2.074	1.717	1.492	1.321
23	2.807	2.069	1.714	1.489	1.319
24	2.797	2.064	1.711	1.487	1.318
25	2.787	2.06	1.708	1.485	1.316
26	2.779	2.056	1.706	1.483	1.315
27	2.771	2.052	1.703	1.482	1.314

df	Tarf Signifikansi				
	1%	5%	10%	15%	20%
28	2.763	2.048	1.701	1.48	1.313
29	2.756	2.045	1.699	1.479	1.311
30	2.75	2.042	1.697	1.477	1.31
31	2.744	2.04	1.696	1.476	1.309
32	2.738	2.037	1.694	1.475	1.309
33	2.733	2.035	1.692	1.474	1.308
34	2.728	2.032	1.691	1.473	1.307
35	2.724	2.03	1.69	1.472	1.306
36	2.719	2.028	1.688	1.471	1.306
37	2.715	2.026	1.687	1.47	1.305
38	2.712	2.024	1.686	1.469	1.304
39	2.708	2.023	1.685	1.468	1.304
40	2.704	2.021	1.684	1.468	1.303
41	2.701	2.02	1.683	1.467	1.303
42	2.698	2.018	1.682	1.466	1.302
43	2.695	2.017	1.681	1.466	1.302
44	2.692	2.015	1.68	1.465	1.301
45	2.69	2.014	1.679	1.465	1.301
46	2.687	1.013	1.679	1.464	1.3
47	2.685	2.012	1.678	1.463	1.3
48	2.682	2.011	1.677	1.463	1.299
49	2.68	2.01	1.677	1.462	1.299
50	2.678	2.009	1.676	1.462	1.299
51	2.676	2.008	1.675	1.462	1.298
52	2.674	2.007	1.675	1.461	1.298
53	2.672	2.006	1.674	1.461	1.298
54	2.67	2.005	1.674	1.46	1.297
55	2.668	2.004	1.673	1.46	1.297
56	2.667	2.003	1.673	1.46	1.297
57	2.665	2.002	1.672	1.459	1.296
58	2.663	2.002	1.672	1.459	1.296

df	Tarf Signifikansi				
	1%	5%	10%	15%	20%
59	2.662	2.001	1.671	1.459	1.296
60	2.66	2.00	1.671	1.458	1.296
61	2.659	2.00	1.67	1.458	1.296
62	2.657	1.999	1.67	1.458	1.295
63	2.656	1.998	1.669	1.457	1.295
64	2.655	1.998	1.669	1.457	1.295
65	2.654	1.997	1.669	1.457	1.295
66	2.652	1.997	1.668	1.456	1.295
67	2.651	1.996	1.668	1.456	1.294
68	2.65	1.995	1.668	1.456	1.294
69	2.649	1.995	1.667	1.456	1.294
70	2.648	1.994	1.667	1.456	1.294
71	2.647	1.994	1.667	1.455	1.294
72	2.646	1.993	1.666	1.455	1.293
73	2.645	1.993	1.666	1.455	1.293
74	2.644	1.993	1.666	1.455	1.293
75	2.643	1.992	1.655	1.454	1.293
76	2.642	1.992	1.665	1.454	1.293
77	2.641	1.991	1.655	1.454	1.293
78	2.64	1.991	1.665	1.454	1.292
79	2.64	1.99	1.664	1.454	1.292
80	2.639	1.99	1.664	1.453	1.292
81	2.638	1.99	1.664	1.453	1.292
82	2.637	1.989	1.664	1.453	1.292
83	2.636	1.989	1.663	1.453	1.292
84	2.636	1.989	1.663	1.453	1.292
85	2.635	1.988	1.663	1.453	1.292
86	2.634	1.988	1.663	1.453	1.291
87	2.634	1.988	1.663	1.452	1.291
88	2.633	1.987	1.662	1.452	1.291
89	2.632	1.987	1.662	1.452	1.291

df	Tarf Signifikansi				
	1%	5%	10%	15%	20%
90	2.632	1.987	1.662	1.452	1.291
91	2.631	1.986	1.662	1.452	1.291
92	2.63	1.986	1.662	1.452	1.291
93	2.63	1.986	1.661	1.452	1.291
94	2.629	1.986	1.661	1.451	1.291
95	2.629	1.985	1.661	1.451	1.291
96	2.628	1.985	1.661	1.451	1.29
97	2.627	1.985	1.661	1.451	1.29
98	2.627	1.984	1.661	1.451	1.29
99	2.626	1.984	1.66	1.451	1.29
100	2.626	1.984	1.66	1.451	1.29

Rumus T_{tabel} :

$$Df = n - k = 50 - 3 = 47$$

$$(a/2 = 0,05/2) = 0,0025$$

$$t(0,0025 ; 47 = 2,012)$$

Lampiran O.


DISTRIBUSI NILAI R TABEL

Nilai-nilai Kritis Koefisien (r) Product Moment

N	Taraf Signifikansi		N	Taraf Signifikansi		N	Taraf Signifikansi	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	34	0,339	0,436	87	0,209	0,276
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	90	0,207	0,270
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	95	0,202	0,263
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	100	0,195	0,256
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	125	0,176	0,230
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	150	0,159	0,210
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	175	0,148	0,194
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	200	0,138	0,181
18	0,468	0,590	42	0,304	0,393	300	0,113	0,148
19	0,456	0,575	43	0,401	0,389	400	0,098	0,128
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	500	0,088	0,115
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	600	0,080	0,105
22	0,423	0,537	46	0,291	0,376	700	0,074	0,097
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	800	0,070	0,091
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	900	0,065	0,086
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364	1000	0,062	0,081
26	0,388	0,496	50	0,279	0,361			

Lampiran P.

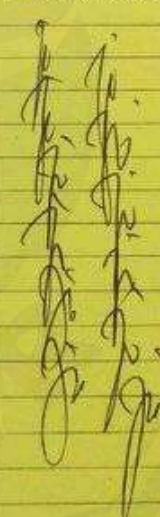
Kartu Bimbingan


KEMENTERIAN RISTEK DAN PERGURUAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162
Telp./Fax (0331) 334988 Jember 68121

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Iis Maudidah
NIM/ Angkatan : 140210301025/2014
Jurusan/ Prog. Studi : IPS/Pendidikan Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap
Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng
Nelongsu Jember
Pembimbing I : Drs. Joko Widodo, M.M

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TT. Pembimbing I
1.	Senin, 19-02-2018	Judul	
2.	Selasa, 06-03-2018	Bab 1	
3.	Kamis, 22-03-2018	Bab 1, 2, 3	
4.	Selasa, 27-03-2018	Bab 1, 2, 3	
5.	Jumat, 20-04-2018	Lampiran	
6.	Rabu, 25-04-2018	Acc sempro	
7.	Rabu, 15-08-2018	Revisi seminar proposal	
8.	Senin, 01-10-2018	Bab 4,5	
9.	Rabu, 10-10-2018	Bab 4,5	
10.	Senin, 15-10-2018	Bab 4,5	
11.	Jumat, 19-10-2018	Bab 4,5	
12.	Senin, 22-10-2018	Acc sidang	
13.			
14.			
15.			

Catatan:

- Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi.
- Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi



KEMENTERIAN RISTEK DAN PERGURUAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Jalan: Jl. Kalimantan III A Kampus Tegayutoko Kotak Pos 162
Telp./Fax (0333) 334988 Jember 68121

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Is Maulidah
NIM/ Angkatan : 140210301025/ 2014
Jurusan/ Prog. Studi : IPS/ Pendidikan Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember
Pembimbing II : Mukhammad Zulianto, S.Pd., M.Pd.

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari-Tanggal	Materi Konsultasi	TT. Pembimbing II
1.	Rabu, 21-02-2018	Judul	Mr.
2.	Selasa, 06-03-2018	Bab 1	Mr.
3.	Senin, 26-03-2018	Bab 1, 2, dan 3	Mr.
4.	Rabu, 04-04-2018	Bab 1, 2, 3	Mr.
5.	Rabu, 18-04-2018	Bab 1, 2, 3 dan Lampiran	Mr.
6.	Senin, 14-05-2018	Lampiran	Mr.
7.	Senin, 21-05-2018	Acc sempro	Mr.
8.	Selasa, 28-08-2018	Revisi seminar proposal	Mr.
9.	Selasa, 02-10-2018	Bab 4,5	Mr.
10.	Jumat, 05-10-2018	Bab 4,5	Mr.
11.	Rabu, 10-10-2018	Bab 4,5	Mr.
12.	Rabu, 31-10-2018	Acc	Mr.
13.			
14.			
15.			

Catatan:

1. Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi.
2. Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi.

Lampiran Q.

Suran Izin Observasi



KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PERGURUAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Jalan Kalimantan Nomor 37 Kampus Bumi Tegalboto Jember 68121
Telepon: 0331- 334988, 330738 Faks: 0331-332475
Laman: www.fkip.unej.ac.id

Nomor **2174** /UN25.1.5/LT/2018
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Observasi

13 MAR 2018

Yth. Pimpinan Rumah Makan Ayam Nelongso Jember
di Kabupaten Jember

Diberitahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS Program Studi Pendidikan
Ekonomi FKIP Universitas Jember di bawah ini:

Nama	: Iis Maulidah
NIM	: 140210301025
Program Studi	: Pendidikan Ekonomi
Jurusan	: Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

Berkenaan dengan penyelesaian tugas akhir, mahasiswa tersebut bermaksud melaksanakan Observasi
di Rumah Makan Ayam Nelongso Jember yang anda pimpin.
Sehubungan dengan hal tersebut, mohon Saudara berkenan memberikan izin dan sekaligus memberikan
bantuan informasi yang diperlukan.

Demikian atas berkenaan dan kerjasama yang baik kami sampaikan terima kasih.



Dekan I
Wakil Dekan I,

Prof. Dr. Suratno, M.Si
NIP 19670625 199203 1 003

Lampiran R.

Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Jalan Kalimantan Nomor 37 Kampus Bumi Tegalboto Jember 68121
Telepon: 0331- 334988, 330738 Faks: 0331-332475
Laman: www.fkip.unej.ac.id

Nomor 6310 /UN25.1.5/LT/2018
Lampiran :
Hal : Permohonan Izin Penelitian

18 SEP 2018

Yth. Manajer Ayam Goreng Nelongso Jember
di tempat

Diberitahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS Program Studi Pendidikan
Ekonomi FKIP Universitas Jember di bawah ini:

Nama	: Iis Maulidah
NIM	: 140210301025
Program Studi	: Pendidikan Ekonomi
Jurusan	: Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

Berkenaan dengan penyelesaian tugas akhir, mahasiswa tersebut bermaksud melaksanakan Penelitian
di Ayam Goreng Nelongso Jember yang anda pimpin.

Sehubungan dengan hal tersebut, mohon Saudara berkenan memberikan izin dan sekaligus memberikan
bantuan informasi yang diperlukan.

Demikian atas perkenaan dan kerjasama yang baik kami sampaikan terima kasih.



Prof. Dr. Suratno, M.Si
NIP 19670625 199203 1 003

Lampiran S.

Surat Keterangan Selesai Penelitian

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

No: 02/SKSP/IX/18

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Robby Purtomo
Jabatan : Manager
Perusahaan : Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember
Alamat : Jl. Ruko Mastrip Square Blok K, Sumbersari, Jember.

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa yang beridentitas:

Nama : Iis Maulidah
NIM : 140210301025
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Jurusan : Ilmu Pengetahuan Sosial
Fakultas : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas : Universitas Jember

Telah selesai melakukan penelitian di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember selama 7 hari terhitung dari tanggal 21 September 2018 sampai dengan 27 September 2018 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember".

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk digunakan seperlunya.

Jember, 21 Oktober 2018
Manager
R.M Ayam Goreng Nelongso Jember



Robby Purtomo

Lampiran T.

DOKUMENTASI



Gambar 1. Gedung Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso tampak dari depan



Gambar 2. Suasana di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember



Gambar 3. Menu ayam crispy



Gambar 4. Menu bawal goreng/bakar + cah kangkung



Gambar 5. Pengisian kuisioner oleh responden



Gambar 6. Dokumentasi bersama responden



Gambar 7. Dokumentasi bersama pemilik Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember



Lampiran U.

Daftar Riwayat Hidup

A. Identitas

Nama : Iis Maulidah
Tempat, Tanggal Lahir : Banyuwangi, 17 Juli 1996
Agama : Islam
Nama Ayah : Abdul Jais
Nama Ibu : Romlah
Alamat : Karangdoro, RT 001/ RW 002, Kecamatan
Tegalsari, Kabupaten Banyuwangi.

B. Pendidikan

2002-2008 : MI Glenmore
2008-2011 : SMP Bustanul Makmur Genteng
2011-2014 : SMAN 2 Genteng
2014-2018 : FKIP Pendidikan Ekonomi Universitas Jember