



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI
BELIMBING RESTO DAN CAFE
KABUPATEN DEMAK**

SKRIPSI

Oleh :

Kiki Aulia

19220030

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
DAN KEOLAHRAGAAN
UNIVERSITAS PGRI SEMARANG**

2023



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI
BELIMBING RESTO DAN CAFE
KABUPATEN DEMAK**

SKRIPSI

Diajukan dalam rangka penyelesaian Studi Strata 1

Untuk mencapai gelar Sarjana Pendidikan

Oleh :

Kiki Aulia

19220030

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
DAN KEOLAHRAGAAN
UNIVERSITAS PGRI SEMARANG**

2023

LEMBAR PENYELESAIAN BIMBINGAN

Kami selaku pembimbing skripsi I dan II dari mahasiswa Universitas PGRI

Semarang

Nama : Kiki Aulia

NPM : 19220030

Fakultas/Prodi : FPIPSKR/Pendidikan Ekonomi

Judul Skripsi : Pengaruh Kualita Pelayanna Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Blimbing Resto Dan Cafe Kabupaten Demak

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah selesai dan siap untuk diujikan.

Semarang, 17 Juli 2023

Pembimbing I



Novika Wahyuastuti, S.E.,M.Si

NIP 19781119200501002

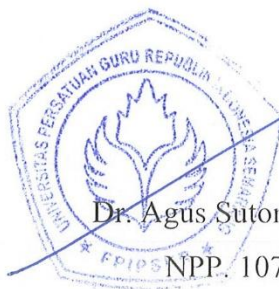
Pembimbing II



Aryan Eka Prastya Nugraha, S.E.,M.Pd

NPP 158901497

Mengetahui,
Dekan FPIPSKR



Dr. Agus Sutono, S.Fil., M.Phil

NPP. 107801284

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “PENGARUH KUALITA PELAYANNA DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI BLIMBING RESTO DAN CAFE KABUPATEN DEMAK”.

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji skripsi dan disahkan oleh panitia Ujian skripsi FPIPSKR Universitas PGRI Semarang :

Pada hari : Jumat

Tanggal : 4 Agustus 2023

Panitia Ujian

Ketua,

Dr. Agus Sutono, S.Fill.,M.Phil.

NPP. 107801284



Sekretaris

Novika Wahyuhastuti, S.E.,M.Si

NIP. 197811192005012002

Penguji

1. Novika Wahyuhastuti, S.E.,M.Si

NIP. 197811192005012002

2. Aryan Eka Prastya.N, S.E .,M.Pd

NPP. 158901497

3. Riyanto, S.E.,M.Si

NPP. 176401523

Tanda Tangan

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Kesuksesan dan kebahagiaan terletak pada diri sendiri. Tetaplah berbahagia karena kebahagiaanmu dan kamu yang akan membentuk karakter kuat untuk melawan kesulitan”

(Helen Keller)

“Orang lain gak akan paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *succes stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun gak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.”

PERSEMBAHAN

1. Prgram Studi tercinta,
Pendidikan Ekonomi
2. Almamater tercinta,
Universitas PGRI Semarang

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Kiki Aulia

NPM : 19220030

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Fakultas : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial dan Keolahragaan

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat ini merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri. Apabila pada kemudian hari terbukti skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Semarang, 18 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Kiki Aulia

NPM. 19220030

ABSTRAK

Kiki Aulia, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak”. Skripsi Pendidikan Ekonomi Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial dan Keolahragaan Universitas PGRI Semarang, 2023

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kepuasan pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak yang dibuktikan dengan data pra penelitian mengenai kepuasan pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak. Adapun variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini adalah 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti fisik (X1), kehandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), empati (X5) dan persepsi harga (X6), serta variabel terikat kepuasan pelanggan (Y).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pelanggan yang pernah berkunjung ke Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak, dengan sampel penelitian 96 partisipan. Teknik sampling yang digunakan oleh peneliti adalah *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan bantuan program perangkat lunak SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak. Hal itu dibuktikan dengan variabel bukti fisik (X1) memiliki nilai t_{hitung} 2,260, kehandalan (X2) 2,808, daya tanggap (X3) 2,263, jaminan (X4) 2,057, empati (X5) 2,140 dan persepsi harga (X6) 2,130 lebih besar dari t_{tabel} 1,662. Selain itu nilai signifikansi variabel bukti fisik (X1) 0,026, kehandalan (X2) 0,006, daya tanggap (X3) 0,026, jaminan (X4) 0,042, empati (X5) 0,035 dan persepsi harga (X6) 0,036 lebih kecil dari level of significance ($\alpha = 0,05$) yang berarti H_1, H_2, H_3, H_4, H_5 dan H_6 diterima dan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak.

Pada uji F dibuktikan dengan nilai F_{hitung} 115,974 dengan nilai F_{tabel} 2,20. Selain itu nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka H_7 diterima dan secara bersama-sama variabel bebas mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan presentase 88,7 % dilihat dari nilai R square.

Kata Kunci : kualitas pelayanan, persepsi harga, kepuasan pelanggan

ABSTRACT

Kiki Aulia, *"The Effect of Service Quality and Price Perception on Customer Satisfaction at Belimbing Resto and Cafe Demak Regency"*. Thesis Economic Education Faculty of Social Science Education and Sports, PGRI Semarang University, 2023

This research is motivated by customer satisfaction at Belimbing Resto and Cafe Demak Regency, as evidenced by pre-research data regarding customer satisfaction at Belimbing Resto and Cafe Demak Regency. The purpose of this study was to determine the effect of service quality and price perceptions on customer satisfaction at Belimbing Resto and Cafe Demak Regency. The independent variables used in this study are 5 dimensions of service quality, namely physical evidence (X1), reliability (X2), responsiveness (X3), assurance (X4), empathy (X5) and price perception (X6), as well as the dependent variable customer satisfaction (Y).

The method used in this research is quantitative. The population used in this study were customers who had visited Belimbing Resto and Cafe Demak Regency, with a research sample of 96 participants. The sampling technique used by researchers is non-probability sampling, namely purposive sampling. The data analysis technique in this study used the help of the SPSS software program.

The results showed that physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, empathy and price perception had an effect on customer satisfaction at Belimbing Resto and Cafe Demak Regency. This is evidenced by the variable physical evidence (X1) has a tcount value of 2.260, reliability (X2) 2.808, responsiveness (X3) 2.263, assurance (X4) 2.057, empathy (X5) 2.140 and price perception (X6) 2.130 greater than the ttable 1.662. In addition, the significance value of the physical evidence variable (X1) 0.026, reliability (X2) 0.006, responsiveness (X3) 0.026, assurance (X4) 0.042, empathy (X5) 0.035 and price perception (X6) 0.036 is smaller than the level of significance ($\alpha = 0.05$) which means that H1, H2, H3, H4, H5 and H6 are accepted and have a significant effect on customer satisfaction at Belimbing Resto and Cafe Demak Regency.

The F test is evidenced by the Fcount value of 115.974 with an Ftable value of 2.20. In addition, the significance value of 0.000 is smaller than 0.05, so H7 is accepted and together the independent variables affect customer satisfaction with a percentage of 88.7% seen from the R square value.

Keywords: *service quality, price perception, customer satisfaction*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak”. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademis dalam menyelesaikan studi Program Sarjana S1 Pendidikan Ekonomi Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial dan Keolahragaan Universitas PGRI Semarang.

Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan skripsi ini tidak lepas dari peran serta berbagai pihak yang mendukung dan membantu selesainya penulisan skripsi. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini perkenankanlah penulis menyampaikan ucapan terimakasih atas bantuan dan perannya pada penyelesaian penulisan skripsi ini.

1. Rektor Universitas PGRI Semarang, Dr. Sri Suciati, M. Hum., yang telah memberi kesempatan kepada penulis menuntut ilmu di Universitas PGRI Semarang.
2. Dekan FPIPSKR Universitas PGRI Semarang, Dr. Agus Sutono, S.Fil., M.Phil yang telah memberikan ijin penelitian.
3. Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang dan selaku Pembimbing 1 Novika Wahyuhastuti, SE, M.Si., yang telah menyetujui judul penelitian ini dan memberikan bimbingan dan ilmu yang berarti hingga selesainya penulisan skripsi.

4. Aryan Eka Prastya Nugraha, S.E., M.Pd., selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan ilmu yang berarti hingga selesainya penulisan skripsi ini
5. Bapak Ibu Dewan penguji yang telah memberikan kesempatan untuk mempertanggung jawabkan hasil penulisan skripsi ini
6. Bapak Ibu Dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi yang telah memberi bekal ilmu selama belajar di Universitas PGRI Semarang
7. Kedua orang tua saya (Bapak Supriyanto dan Ibu Ramini), yang senantiasa memberikan dorongan materi maupun spiritual sehingga penulis mampu belajar di Universitas PGRI Semarang hingga menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih untuk selalu berjuang untuk kehidupan saya. Terimakasih untuk semuanya berkat do'a dan dukungan bapak dan ibu sehingga saya berada dititik ini.
8. Bapak Dzakir selaku Manager Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak yang telah memberikan izin dalam penelitian dan membantu dalam melancarkan penelitian sehingga terselesaikannya penelitian ini
9. Teman-temanku, Qomariyah, Mira, Vivin, Nadia, Teguh, Vanesa, Wulan dan Putri yang telah memberikan dorongan dan bantuan baik material maupun moral sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
10. Keluarga penulis selalu memberikan semangat, dukungan, dan perhatian, serta doa yang tiada pernah berhenti tercurah kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan yang disebabkan keterbatasan pengetahuan serta pengalaman penulis. Oleh karena itu, dengan segenap kerendahan hati penulis mengharapkan adanya

kritik dan saran membangun dari semua pihak. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi semua pihak.

Semarang, 18 Juli 2023

Penulis

Kiki Aulia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	i
HALAMAN DALAM.....	ii
LEMBAR PENYELESAIAN BIMBINGAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	12
C. Rumusan Masalah	13
D. Tujuan Penelitian.....	13
E. Manfaat Penelitian	14
F. Sistematika Skripsi.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	18
A. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu	18
B. Landasan Teori.....	26
C. Kerangka Pemikiran.....	39
D. Hipotesis Penelitian.....	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
A. Desain Penelitian.....	43
1. Populasi dan Sampel.....	43
2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	46
4. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	51

5. Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	56
6. Teknik Analisis Data	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	72
A. Deskripsi Umum Lokasi Penelitian	72
B. Karakteristik Responden	74
C. Hasil Penelitian dan Analisis Data	78
D. Pembahasan.....	95
BAB V PENUTUP.....	111
A. Kesimpulan.....	111
B. Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN.....	120

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Restoran / Rumah Makan Pada Tahun 2012-2021 di Provinsi Jawa Tengah.....	3
Tabel 1.2 Hasil pra penelitian terhadap kepuasa pelanggan di Belimbing Resto da Cafe Kabupaten Demak.....	9
Tabel 3.1 Pengukuran Variabel.....	46
Tabel 3.2 Kategori dari penilaian Skala Likert	52
Tabel 3.3 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	53
Tabel 3.4 Hasil Pengujian Validitas Variabel Bukti Fisik	57
Tabel 3.5 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kehandalan	58
Tabel 3.6 Hasil Pengujian Validitas Variabel Daya Tanggap.....	59
Tabel 3.7 Hasil Pengujian Validitas Variabel Jaminan.....	60
Tabel 3.8 Hasil Pengujian Validitas Variabel Empati	61
Tabel 3.9 Hasil Pengujian Validitas Variabel Persepsi Harga.....	62
Tabel 3.10 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	63
Tabel 3.11 Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	75
Tabel 4.2 Usia Responden.....	75
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	76
Tabel 4.4 Pendapatan Responden	77
Tabel 4.5 Frekuensi Berkunjung Responden	78
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	79
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolonieritas	80
Tabel 4.8 Uji Heterokedasitas	82
Tabel 4.9 Uji Linieritas Bukti Fisik (x1).....	83
Tabel 4.10 Uji Linieritas Kehandalan	84
Tabel 4.11 Uji Linieritas Daya Tanggap.....	84
Tabel 4.12 Uji Linieritas Jaminan.....	85
Tabel 4.13 Uji Linieritas Empati.....	86
Tabel 4.14 Hasil Uji Linier Perespsi Harga	86
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	87

Tabel 4.16 Uji t Bukti Fisik	90
Tabel 4.17 Uji t Keandalan	90
Tabel 4.18 Uji t Daya Tanggap	91
Tabel 4.19 Uji t Jaminan	91
Tabel 4.20 Uji t Empati	92
Tabel 4.21 Uji t Persepsi Harga	93
Tabel 4.22 Uji F	94
Tabel 4.23 Koefisien Determinasi.....	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	40
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Belimbing Resti dan Cafe	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Pengajuan Judul Skripsi	121
Lampiran 2. Persetujuan Proposal Skripsi	122
Lampiran 3. Surat Izin Penelitian.....	123
Lampiran 4. Kuesioner Uji Coba	124
Lampiran 5. Data Tabulasi Uji Coba Bukti Fisik (X1).....	131
Lampiran 6. Data Tabulasi Uji Coba Keandalan (X2)	133
Lampiran 7. Data Tabulasi Uji Coba Daya Tanggap (X3)	135
Lampiran 8. Data Tabulasi Uji Coba Jaminan (X4)	137
Lampiran 9. Data Tabulasi Uji Coba Empati (X5)	139
Lampiran 10. Data Tabulasi Uji Coba Persepsi Harga (X6).....	141
Lampiran 11. Data Tabulasi Uji Coba Kepuasan Pelanggan (Y)	143
Lampiran 12. Hasil Uji Validitas Bukti Fisik (X1).....	145
Lampiran 13. Uji Validitas Keandalan (X1)	146
Lampiran 14. Uji Validitas Daya Tanggap (X3).....	147
Lampiran 15. Uji Validitas Jaminan (X4).....	148
Lampiran 16. Uji Validitas Empati (X6).....	149
Lampiran 17. Uji Validas Persepsi Harga (X6)	150
Lampiran 18. Output Hasil Uji Reliabilitas	151
Lampiran 19. Kuesioner Penelitian.....	152
Lampiran 20. Tabulasi Data Penelitian Variabel Bukti Fisik (X1).....	159
Lampiran 21. Tabulasi Data Penelitian Variabel Keandalan (X2)	163
Lampiran 22. Tabulasi Data Penelitian Variabel Daya Tanggap (X3)	167
Lampiran 23. Tabulasi Data Penelitian Variabel Jaminan (X4)	171
Lampiran 24. Tabulasi Data Penelitian Variabel Empati (X5)	175
Lampiran 25. Tabulasi Data Penelitian Variabel Persepsi Harga (X6)	179
Lampiran 26. Tabulasi Data Penelitian Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	183
Lampiran 27. Output Hasil Uji Normalitas Data	187
Lampiran 28. Output Hasil Uji Multikolonieritas.....	188
Lampiran 29. Output Uji Heterokedastistitas	188

Lampiran 30. Output Uji Linieritas.....	189
Lampiran 31. Output Uji Regresi Linier Berganda.....	193
Lampiran 32. Output Uji t (Parsial)	194
Lampiran 33. Output Uji F (Simultan).....	196
Lampiran 34. Output Hasil Koefisien Determinasi.....	197
Lampiran 35. Rekapitulasi Bimbingan Skripsi Pembimbing I	198
Lampiran 37. Rekapitulasi Bimbingan Skripsi Pembimbing II.....	199
Lampiran 38. Dokumentasi Peneltian	200

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kabupaten Demak merupakan salah satu Kabupaten yang ada di Provinsi Jawa Tengah. Kabupaten Demak dilintasi jalur lalu lintas yang cukup ramai yaitu Pantai Utara Jawa. Secara geografis letak Kabupaten Demak berbatasan langsung dengan Kota Semarang sebagai Ibu Kota Provinsi Jawa Tengah. Kedudukan Kota Semarang sebagai kota metropolitan merupakan pusat pertumbuhan ekonomi bagi wilayah sekitarnya. Pertumbuhan ekonomi Kabupaten Demak mengalami peningkatan dari -0,23 persen ditahun 2020 menjadi sebesar 2,62 persen di tahun 2021 (BPS,KabDemak,2022). Nilai LPE (Laju Pertumbuhan Ekonomi) yang terus meningkat tersebut tentunya disokong dari berbagai faktor pendukung salah satunya berasal dari konsumsi masyarakat.

Konsumsi adalah aktivitas pemakaian barang hasil produksi berupa barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan (Mujahidin, 2014). Masyarakat modern saat ini cenderung lebih menyukai kebutuhan pangan dengan mengonsumsi makanan yang dibeli dari restoran, warung, dan sebagainya, hal tersebut dikarenakan tumbuhnya budaya seperti malas memasak sendiri dan cita rasa masakan restoran yang memiliki image lebih enak dari masakan sendiri (Purnomo, 2017). Kebutuhan akan makan merupakan salah satu kebutuhan primer dan mendasar bagi setiap manusia yang menempati posisi cukup besar

dalam pengeluaran konsumsi individu. Di Indonesia, total pengeluaran masyarakat untuk makanan sebesar 55,68 persen, sedangkan untuk non makanan 44,32 persen (BPS,2019).

Perilaku konsumen yang terus berkembang seiring berjalanya waktu. Konsumen yang kritis dan keinginannya terus berubah. Perilaku konsumen berfokus pada bagaimana orang, masyarakat, dan organisasi memilih, mendapatkan, memanfaatkan dan mengatur produk, layanan, konsep, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Aspek budaya, sosial, pribadi, dan psikologis semuanya berdampak pada bagaimana orang berperilaku sebagai konsumen. Meskipun pelanggan biasanya menyiapkan makanan mereka sendiri dan lebih menyukai makanan rumahan, namun terlihat bahwa gaya hidup dan budaya saat ini lebih menyukai makanan yang cepat dan praktis (Suawa, dkk 2019). Hal inilah, yang menyebabkan persaingan perusahaan satu dengan yang lain semakin ketat seiring dengan semakin banyaknya produk sejenis yang ditawarkan ke pasar. Keberadaan perusahaan akan berpengaruh pada persaingan ini, semakin ketat persaingan industri semakin banyak kebebasan yang dimiliki pelanggan untuk memilih barang-barang tersebut. Bisnis kuliner merupakan salah satu bidang bisnis yang mengalami perkembangan yang luar biasa dalam beberapa tahun terakhir. Banyaknya tempat makan (warteg, restoran dan kafe) yang terus berkembang menunjukkan bagaimana bisnis kuliner ini berkembang. Karena meningkatnya permintaan konsumen, terutama di kota-kota besar (Adinugraha & Michael, 2015).

Tabel 1.1 ini menunjukkan perkembangan jumlah restoran / rumah makan pada tahun 2012-2021 di Provinsi Jawa Tengah.

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah Restoran / Rumah Makan Pada Tahun 2012-
2021 di Provinsi Jawa Tengah.

Tahun	Jumlah Restoran	
	Jumlah	Pertumbuhan (%)
2012	1.728	0%
2013	1.728	0%
2014	1.728	0%
2015	1.728	0%
2016	2.874	40%
2017	3.149	9%
2018	3.790	17%
2019	3.658	-4%
2020	3.609	-1%
2021	2.116	-71%

Jateng, (<https://jateng.bps.go.id/>) Sumber: Dinas Kepemudaan,

Olahraga dan Pariwisata Provinsi

Berdasarkan Tabel 1.1 terlihat bahwa dalam 3 tahun terakhir mengalami penurunan mengenai perkembangan restoran/rumah makan yang ada di

Provinsi Jawa Tengah. Penurunan yang pertama terjadi pada tahun 2019 sebanyak 4 persen, tahun 2020 sebanyak 1 persen dan sampai tahun 2021 terjadi penurunan yang signifikan yaitu sebanyak 71 persen, dimana hal ini terjadi karena adanya pandemi. Selama masa pandemi, semua pelaku usaha restoran/rumah makan mengalami keterpurukan yang berdampak pada berkurangnya omset penjualan dan pengurangan tenaga kerja. Dan tak sedikit juga usaha restoran/rumah makan yang akhirnya menutup usahanya. Penyebabnya adalah kebijakan pembatasan aktivitas dan pergerakan masyarakat, hal tersebut memaksa manajemen restoran/rumah makan mengurangi jam operasional mereka atau mungkin menutupnya sama sekali (Kompas,2021).

Menurut Don Peppers dan Martha Roger dalam Kotler & Keller (2009:134), satu-satunya angka yang dapat diterapkan pada perusahaan anda adalah angka yang berasal dari pelanggan (semua nilai yang anda miliki sekarang dan nilai yang akan anda hasilkan di masa depan). Sebuah perusahaan dianggap sukses jika mampu menarik dan mempertahankan pelanggan. Pelanggan adalah satu-satunya alasan bisnis membangun pabrik, merekrut personel, mengatur pertemuan, membangun jalur, dan mempertahankan klien, kabel serat optik atau melakukan aktivitas komersial lainnya. Sebuah bisnis tidak akan ada tanpa adanya pelanggan. Salah satu strategi untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan meningkatkan tingkat kepuasan mereka. Dalam lingkungan bisnis yang semakin meningkat, kepuasan pelanggan dapat menjadi senjata utama dalam membantu

perusahaan memenangkan persaingan, tetapi juga dapat menjadi bumerang dan merugikan posisi perusahaan.

Pada umumnya, pelanggan datang dengan berbagai ekspektasi, dan mereka secara umum berharap bahwa apa yang mereka terima akan sesuai dengan ekspektasi tersebut. Oleh karena itu, pemilik perusahaan harus melakukan segala upaya untuk memuaskan pelanggan sesuai dengan harapan yang telah mereka tetapkan. Kepuasan adalah ketika seseorang membandingkan kesan mereka tentang seberapa baik kinerja suatu produk dengan apa yang mereka perkirakan, mereka akan merasa puas atau kecewa (Kolter & Keller, 2014). Sedangkan menurut Hurriyanti (2015), kepuasan pelanggan adalah terpenuhinya harapan dan kebutuhan mereka setelah menerima atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Dalam penelitian Astuti & Gufron (2023), menyebutkan bahwa kepuasan pelanggan ditentukan oleh pandangan seberapa baik kinerja pelayanan dalam kaitannya dengan pemenuhan harapan pelanggan berdampak pada kepuasan pelanggan. Untuk mempertahankan kepuasan pelanggan, perusahaan harus secara konsisten menyediakan produk yang kreatif untuk menjaga pelanggan agar tetap puas. Pelanggan yang merasa puas dengan produk atau jasa perusahaan akan kembali lagi. Salah satu tujuan perusahaan adalah untuk memuaskan pelanggan agar bisa sukses.

Perusahaan akan selalu berupaya menerapkan rencana pemasaran terbaik untuk lebih memberikan kepuasan kepada pelanggan, sehingga dapat meningkatkan peluang mereka untuk kembali atau mempromosikan produk

kepada orang lain di masa mendatang. Kemampuan perusahaan untuk mempertahankan hubungan positif dengan pelanggannya dapat memberikan dasar bagi terciptanya bisnis yang berkelanjutan, pertumbuhan loyalitas pelanggan, dan rekomendasi positif dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan perusahaan (Tjiptono, 2019: 79). Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan Mutiara, dkk (2021), menyebutkan bahwa pelanggan lebih cenderung melakukan pembelian berulang, jika mereka puas dengan makanan dan layanannya. Peningkatan jumlah pelanggan yang kembali dapat dilihat sebagai tanda bahwa perusahaan berhasil menjalin hubungan dengan pelanggannya, yang tentunya akan berdampak pada peningkatan penjualan. Kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara tingkat pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan dibandingkan dengan harapan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat terwujud dengan memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta komitmen perusahaan untuk memenuhi atau melebihi harapan sehingga dapat menghasilkan pelayanan yang berkualitas tinggi (Tjiptono dan Candra, 2017). Lima dimensi berpengaruh atas kualitas pelayanan yaitu, bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

Komponen dimensi kualitas pelayanan bukti fisik yaitu kemampuan perusahaan untuk membuktikan kepada pihak luar. Kemampuan fasilitas fisik, infrastruktur, dan kondisi lingkungan restoran dalam menunjukkan eksistensi perusahaan kepada pihak luar. Selain itu, daya tanggap (*responsiveness*), yang mengacu pada kemampuan perusahaan untuk

membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat serta penyampaian informasi yang jelas, kehandalan (*reliability*) yang mengacu pada kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. jaminan (*assurance*) , yang merupakan kepastian, yaitu pengetahuan, kesopansantunan, pihak rumah makan untuk menumbuhkan rasa percaya kepada pelanggan. Serta empati (*empathy*), yang mengacu pada pemberian perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada para pelanggan (Tjiptono, 2011).

Persepsi harga merupakan pandangan mengenai harga dengan maksud melihat harga yang tinggi atau rendah hal tersebut mempunyai pengaruh kuat dalam niat membeli serta kepuasan membeli. Penetapan harga merupakan pertimbangan bagi industri makanan dan dapat dikatakan mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan (Montung & Sepang, 2015). Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan Jannah dan Alzami (2022) menyebutkan bahwa harga produk atau layanan yang rendah akan meningkatkan permintaan, dan sebaliknya jika harga produk atau layanan tinggi, permintaan untuk produk tersebut akan turun.

Sebagai subjek penelitian, dari banyaknya restoran yang mengalami perkembangan, penulis mengambil salah satu restoran yang ada di Kabupaten Demak yaitu Resto Belimbing dan Cafe yang terletak di jalan Dempet-Purwodadi KM 11 Desa Botosengon, Kecamatan Dempet, Kabupaten Demak. Belimbing Resto dan Cafe yang merupakan restoran yang berkonsep Jawa Tradisinoal. Belimbing Resto dan Cafe menyediakan

layanan untuk acara-acara reuni, ulang tahun, *meeting* dan sebagainya. Selain itu, Belimbing Resto dan Cafe juga dilengkapi dengan fasilitas free wifi, karaoke, dan permainan anak. Hal itulah yang membuat adalah Resto Belimbing dan Cafe cukup ramai diantara yang lain selain itu, yang menarik dari Resto Belimbing dan Cafe adalah menu andalan dari restoran tersebut yaitu menu olahan keong yang tidak dapat ditemui di restoran sejenis. Namun jika restoran ramai, menu yang ditawarkan pada daftar menu tidak semuanya tersedia.

Proses produksi yaitu cara atau metode itu dilaksanakan agar memperoleh suatu hasil. Bagian produksi dituntut untuk secara konsisten menjaga mutu makanan dan minuman serta kecepatan dalam penyajian, tetapi pada kenyataannya Belimbing Resto dan Cafe belum maksimal dalam kecepatan penyajian sehingga sering mendapatkan komplain yaitu pelayanan yang lama. Selain itu jika ada menu tambahan memerlukan waktu yang lama. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti pada bagian kebersihan dan kenyamanan masih perlu pembenahan karena masih ada piring kotor yang tidak segera dibersihkan dan terdapat kucing yang berkeliaran di Resto Belimbing dan Cafe. Salah satu permasalahan yang memengaruhi kepuasan pelanggan yang lainnya adalah harga. Menurut pelanggan Belimbing Resto dan Cafe produk yang disajikan kurang diterima oleh lidah pelanggan dan terkadang tidak sebanding dengan harga yang ditawarkan.

Temuan hasil studi pendahuluan yang dilakukan peneliti pada konsumen Belimbing Resto dan Cafe pada Januari 2023 dengan 70 responden.

Dilakukan pra penelitian dengan menyebarkan kuesioner pra penelitian , yang terdiri dari indikator mengenai kepuasan pelanggan menurut Hawkins dan Lonney, dikutip Tjiptono (2004:101) dalam Maimunah (2019). Berdasarkan penyebaran kuesioner tersebut di peroleh data pada tabel 1.2.

Tabel 1.2

Hasil pra penlitian terhadap kepuasa pelanggan di Belimbing Resto da
Cafe Kabupaten Demak

No	Pertanyaan	Jawaban (orang)		Presentase (100%)	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1.	Apakah anda merasa puas secara keseluruhan terkait tanggapan pemesanan di Belimbing Resto dan Cafe?	36	34	51%	49%
2.	Apakah anda merasa puas secara keseluruhan dengan pelayanan yang diberikan oleh Belimbing Resto dan Cafe?	31	39	44%	56%
3.	Apakah makanan dan minuman yang disajikan oleh Belimbing Resto dan Cafe sesuai dengan harapan anda?	28	42	40%	60%

4.	Apakah karyawan Belimbing Resto dan Cafe memiliki kepekaan kepada pelanggan?	31	39	44%	56%
5.	Apakah anda akan merekomendasikan Resto Belimbing dan Cafe kepada keluarga dan teman-teman anda ?	29	41	41%	59%
6.	Apakah anda akan berniat mengunjungi Belimbing Resto dan Cafe dilain waktu?	32	38	45%	55%

Sumber : hasil data pra penelitian (2023)

Berdasarkan tabel 1.2 tersebut, hasil dari penyebaran kuesioner yang dilakukan di Belimbing Resto dan Cafe rata-rata responden memilih kecendrungan jawaban tidak yang mendandakan tidak puas. Hal tersebut dilihat bahwa kondisi kepuasan pelanggan di Resto Belimbing dan Cafe secara keseluruhan belum sesuai dengan yang diharapkan pelanggan. Tetapi ada satu pernyataan yang mendapatkan respon positif yaitu mengenai tanggapan pemesanan, hal itu disebabkan karena untuk pemesanan langsung di kasir. Sedangkan rata-rata jawaban yang menunjukkan tidak puas dipacu dengan ketidakpuasan secara keseluruhan mengenai pelayanan seperti penyajian makanan memerlukan waktu yang lama, jika ada menu tambahan memerlukan waktu lama, hal tersebut terjadi karena jumlah karyawan yang terbatas serta kepekaan karyawan yang kurang terhadap pelanggan. Karena rata-rata

masyarakat Indonesia yang cenderung mementingkan pelayanan dan berpektasi lebih terhadap barang dan jasa. Akibatnya, pelanggan merasa tidak perlu merekomendasikan restoran ini kepada keluarga dan teman-teman mereka dan pelanggan tidak berniat mengunjungi di lain waktu. Maka dari permasalahan diatas oleh karena itu penelitian ini menarik dan mengangkat kepuasan pelanggan sebagai fokus penelitian.

Penelitian seperti ini sudah pernah di teliti sebelumnya oleh karena itu terdapat research gap. Beberapa hasil penelitian terdahulu yang mengkaji tentang pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan menghasilkan temuan yang berbeda atau adanya gap hasil penelitan. Diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Mutiara,dkk (2021) yang meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan,Presepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan” diketahui kualitas pelayanan memiliki lima dimensi yaitu bukti fisik, daya tanggap, jaminan memiliki pengaruh positif dan signifikan pada kepuasan konsumen, sedangkan kehandalan dan empati memiliki pengaruh positif tidak signifikan pada kepuasan konsumen.Berbeda dengan hasil penelitian Maimunah (2019) yang meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan,Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen“ memiliki hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif serta tidak signifikan kepada kepuasan konsumen. Maka berdasarkan research gap atau perbedan hasil tersebut penulis tertarik untuk menguji kembali variabel kualitas pelayanan untuk diteliti dalam dalam penelitian dan menjadinya prediktor dalam penelitian ini.Selanjutnya hasil temuan yang

dilakukan oleh Latif (2021) yang meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dimsum Ratu Tulungagung” diketahui bahwa persepsi harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini membuktikan bahwa ada pengaruh yang signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan. Namun terdapat hasil penelitian yang berbeda Novrianda (2018) yang meneliti tentang “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen” menunjukkan hasil bahwa persepsi harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan reseacrh gap atau perbedaan hasil dari kedua variabel persepsi harga tersebut, penulis tertarik untuk menguji kembali variabel persepsi harga untuk diteliti dalam dalam penelitian dan menjadinya prediktor dalam penelitian ini.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas penulis, maka penulis tertarik untuk meneliti penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, didapatkan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Pelanggan merasa belum puas terhadap Belimbing Resto and Cafe Kabupaten Demak.
2. Terdapat perbedaan hasil penelitian pada prediktor kualitas pelayanan dan persepsi harga sehingga menarik untuk diuji kembali.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan adanya *research gap* pada kualitas pelayanan yang memiliki beberapa dimensi yang diuraikan pada rumusan penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak?
2. Apakah terdapat pengaruh kehandalan terhadap kepuasan pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak?
3. Apakah terdapat pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak?
4. Apakah terdapat pengaruh jaminan terhadap kepuasan pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak?
5. Apakah terdapat pengaruh empati terhadap kepuasan pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak?
6. Apakah terdapat pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak?
7. Apakah terdapat pengaruh bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak.

2. Menganalisis pengaruh kehandalan terhadap kepuasan pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak.
3. Menganalisis pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak.
4. Menganalisis pengaruh jaminan terhadap kepuasan pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak.
5. Menganalisis pengaruh empati terhadap kepuasan pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak.
6. Menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak.
7. Menganalisis pengaruh bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat dari dilakukannya penelitian ini yaitu diharapkan penulisan ini dapat menjadi sumber informasi berupa referensi tentang pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan. Dan diharapkan dapat memberikan informasi bagi rekan-rekan mahasiswa/i yang mengambil program studi yang sama. Selain itu, penelitian ini sangat bermanfaat bagi penulis, karena penulis dapat berlatih kerja ilmiah, dimulai dengan mengumpulkan sumber hingga merumuskan permasalahan dan kemudian menuliskannya secara historis.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan ekonomi serta dapat menjadi wahanapengembangan ide-ide ilmiah dan pengembangan ilmu di bidang ekonomi.

b. Bagi Pemilik usaha

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan terhadap Belimbing Resto dan Cafe untuk mengembangkan usahanya dimasa yang akan datang, terutama dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan dan membantu dalam mengembangkan strategi pemasaran untuk menghadapi pesaing yang ada.

c. Bagi Akademik

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan untuk menambah informasi, referensi, dan wawasan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian sejenis, mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan.

F. Sistematika Skripsi

Adapun sistematika dalam penulisan proposal skripsi sebagai berikut:

HALAMAN SAMPUL SKRIPSI

HALAMAN PENYELESAIAN BIMBINGAN

HALAMAN PENGESAHAN

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

ABSTRAK

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang
- B. Identifikasi Masalah
- C. Rumusan Masalah
- D. Tujuan Penelitian
- E. Manfaat Penelitian
- F. Sistematika Penulisan Proposal Skripsi

BAB II KAJIAN PUSTAKA

- A. Kajian hasil penelitian terdahulu
- B. Landasan teori
- C. Hipotesis penelitian
- D. Kerangka Pemikiran

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Desain penelitian
- B. Populasi dan sampel

C. Definisi operasional dan pengukuran variabel

D. Teknik dan instrumen pengumpulan data

E. Validitas dan reliabilitas instrumen

F. Teknik analisis data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi umum objek penelitian

B. Hasil penelitian dan analisa data

C. Pembahasan

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

B. saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang memiliki persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti, yaitu pada penelitian yang dilakukan oleh Maimunah (2019), dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen”. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen tetapi dapat mempengaruhi positif terhadap loyalitas konsumen. Variabel persepsi harga dapat mempengaruhi positif terhadap kepuasan konsumen dan dapat berpengaruh negatif terhadap loyalitas konsumen. Variabel cita rasa dapat mempengaruhi positif terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. Variabel kepuasan konsumen dapat mempengaruhi positif terhadap loyalitas konsumen. Penelitian Maimunah (2019) memiliki perbedaan dengan penelitian ini, pada teknik pengambilan data dengan teknik *Structural Equation Modeling* yang kemudian diolah menggunakan Amos 16, sedangkan pada penelitian ini pengumpulan data menggunakan *non probability sampling* yaitu *purposive sampling* dan kemudian diolah menggunakan SPSS. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian Maimunah (2019) yaitu kesamaan dalam penggunaan variabel kualitas pelayanan, persepsi harga sebagai variabel bebas dan kepuasan pelanggan

sebagai variabel terikat. Karena hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan hal inilah yang menarik untuk di uji kembali dalam penelitian ini.

Hasil penelitian terdahulu berdasarkan jurnal yang dilakukan oleh Mutiara,dkk (2021), dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan uji simultan variabel kualitas layanan, persepsi harga dan cita rasa berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan uji parsial bahwa untuk variabel bukti fisik, daya tanggap, jaminan, persepsi harga, dan cita rasa memiliki dampak positif dan signifikan pada kepuasan konsumen, sedangkan variabel kehandalan dan empati memiliki dampak positif tidak signifikan pada kepuasan konsumen. Penelitian Mutiara,dkk (2021) memiliki perbedaan dengan penelitian ini yaitu dalam penelitian ini terdapat pada penambahan variabel cita rasa sebagai variabel bebas, sedangkan pada penelitian ini tidak menggunakan variabel cita rasa sebagai variabel bebas. Penelitian Mutiara,dkk (2021) memiliki kesamaan dengan penelitian ini yaitu pada penggunaan variabel kualitas pelayanan ,persepsi harga sebagai variabel bebas dan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat,serta pengambilan sampel yang dilakukan dengan menggunakan metode *non probability sampling* yaitu *accidental sampling* dan diolah menggunakan SPSS. Pada penelitian Mutiara menunjukkan hasil bahwa bukti fisik, daya tanggap, jaminan, persepsi harga, dan cita rasa memiliki dampak positif dan

signifikan pada kepuasan konsumen, sedangkan variabel kehandalan dan empati memiliki dampak positif tidak signifikan pada kepuasan konsumen, hal inilah yang menarik untuk diuji kembali dalam penelitian ini.

Hasil penelitian terdahulu berdasarkan jurnal selanjutnya dilakukan oleh Jannah & Alhazami (2022), dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen CV. Sumber Garuda Mas” , hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan, persepsi harga, cita rasa dan variasi produk terhadap kepuasan konsumen dengan nilai R-Square sebesar 0,790. Artinya sebanyak 79% variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Penelitian ini hanya dilakukan pada konsumen CV. Sumber Garuda Mas yang mencantumkan akun sosial media pada akun marketplace. Perbedaan penelitian Jannah & Alhazami (2022), dengan penelitian ini terdapat pada karakteristik objek penelitian yaitu CV. Sumber Garuda Mas, sedangkan pada penelitian ini yaitu Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Jannah & Alhazami (2022) yaitu pada penggunaan variabel kualitas pelayanan, persepsi harga sebagai variabel bebas dan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat. Pada hasil penelitian Jannah & Alhazami (2022) menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan, persepsi harga, cita rasa dan variasi produk berpengaruh sebesar 79 % terhadap kepuasan pelanggan hal inilah yang menarik untuk diuji kembali dalam penelitian ini.

Hasil penelitian terdahulu berdasarkan jurnal yang dilakukan oleh Utomo & Maskur (2020), dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan store atmosphere berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan. Perbedaan penelitian Utomo & Maskur (2020) dengan penelitian ini terdapat pada penggunaan variabel kualitas produk dan *Store Atmosphere* sebagai variabel bebas, serta objek penelitian yaitu Cofeeshop Antariksa sedangkan pada penelitian ini yaitu pada Resto Belimbing dan Cafe Kabupaten Demak. Persamaan penelitian dengan Utomo & Maskur (2020) yaitu pada konsep kualitas pelayanan, persepsi harga sebagai variabel bebas dan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat. Pada hasil penelitian Utomo & Maskur (2020) menunjukkan hasil bahwa persepsi harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan hal inilah yang menarik untuk diuji kembali dalam penelitian ini.

Penelitian terdahulu yang selanjutnya dilakukan oleh Latif (2020), dengan Judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dimsum Ratu Tulungagung”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan dimsum ratu Tulungagung. R^2 adalah 0,860 atau sumbangan

efektif dari kedua variabel bebas yaitu 86% terhadap kepuasan pelanggan dan sebesar 14% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Perbedaan dari penelitian dengan penelitian Latif (2020) ini terdapat pada konsep harga serta objek penelitian, dimana objek penelitian di atas yaitu Dimsum Ratu Tulungagung sedangkan objek pada penelitian ini yaitu Resto Belimbing dan Cafe Kabupaten Demak. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Latif (2020) yaitu pada penggunaan kualitas pelayanan dan harga sebagai variabel bebas dan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat. Pada hasil penelitian Latif variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan sebesar 86 % hal inilah yang menarik untuk diujikan kembali dalam penelitian ini.

Penelitian terdahulu berdasarkan jurnal internasional yang dilakukan oleh Hermawan et al (2017), dengan judul “Effect of Service Quality and Price Perception on Corporate Image, Customer Satisfaction Telecommunication Services Provide”, hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan dan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Citra perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh

Hermawan et al (2017) yaitu pada penggunaan konsep kualitas pelayanan dan persepsi harga sebagai variabel bebas dan konsep kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Hermawan et al (2017) yaitu pada karakteristik objek penelitian dan teknik atau metode pengambilan data pada penelitian. Pada penelitian yang dilakukan oleh Hermawan et al (2017) menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, empati, jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, semakin tinggi kualitas pelayanan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan hal inilah yang menarik untuk diuji kembali dalam penelitian ini.

Gani & Oroh (2021), dengan judul *The Effect of Product Quality, Service Quality and Price on Customer Satisfaction at Loki Store*, hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas layanan, dan harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan di toko Loki. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian Gani & Oroh (2021), yaitu pada penggunaan variabel kualitas pelayanan sebagai variabel bebas dan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat, serta pada teknik atau metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian. Sedangkan perbedaan penelitian Gani & Oroh (2021) dengan penelitian ini yaitu pada penggunaan variabel kualitas produk dan harga sebagai variabel bebas, sedangkan pada penelitian ini tidak menggunakan variabel kualitas produk, serta perbedaan pada objek penelitian pada penelitian Gani & Oroh (2021) yaitu pada Toko Loki

sedangkan pada penelitian ini yaitu Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak. Pada penelitian Gani & Oroh (2021) menunjukkan harga berpengaruh lebih tinggi dan Gani & Oroh (2021) berpendapat bahwa harga merupakan unsur yang penting bagi kepuasan pelanggan karena pelanggan akan memperkirakan nilai suatu produk atau jasa dengan membuat keputusan pembelian melalui harga, hal inilah yang menarik untuk diteliti kembali dalam penelitian ini.

Penelitian yang selanjutnya yang dilakukan oleh Gumussoy & Koseoglu (2016), dengan judul "The Effects of Service Quality, Perceived Value and Price Fairness on Hotel Customers' Satisfaction and Loyalty", hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Pertama, kepuasan pelanggan dan nilai yang dirasakan adalah prediktor signifikan dari loyalitas pelanggan. Kedua, nilai yang dirasakan, kewajaran harga dan kualitas layanan-keandalan, jaminan dan empati menjelaskan kepuasan pelanggan. Ketiga, semua dimensi kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap persepsi nilai dengan pengalaman menginap di hotel. Penelitian ini diakhiri dengan diskusi dan kemungkinan penelitian di masa depan. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian Gumussoy & Koseoglu (2016), yaitu terdapat pada penggunaan konsep kualitas pelayanan sebagai variabel bebas dan teknik pengolahan data dengan menggunakan SPSS . Perbedaan penelitian Gumussoy & Koseoglu (2016) dengan penelitian ini yaitu pada penggunaan konsep persepsi nilai dan kewajaran harga sebagai variabel bebas dan karakteristik objek penelitian yaitu Hotel yang ada di Alanya

Turki, sedangkan pada penelitian ini yaitu Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak. Pada penelitian yang dilakukan oleh Gumussoy & Koseoglu (2016) kualitas pelayanan merupakan prediktor yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan hal inilah yang menarik untuk diuji kembali dalam penelitian ini.

Tobeng, dkk (2019) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan ,Harga dan Kualitas produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Raja Oci Manado”,hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Raja Oci Manado. Kesamaan pada penelitian ini dengan penelitian Tobeng, dkk (2019) yaitu kesamaan dalam menggunakan kualitas pelayanan dan harga sebagai variabel bebas dan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat. Perbedaan penelitian Tobeng, dkk (2019) dengan penelitian ini terdapat pada penggunaan kualitas produk dan metode atau teknik pengambilan data penelitian yang digunakan. Pada hasil penelitian Tobeng, dkk (2019) prediktor harga berpengaruh lebih tinggi hal inilah yang menarik untuk diuji kembali dalam penelitian ini.

Penelitian yang selanjutnya Prasetyo, dkk (2021), dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Pelanggan Barbershop Pojur Yogyakarta)”, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan,fasilitas dan persepsi harga secara simultan berpengaruh positif

dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kesamaan pada penelitian ini dengan penelitian Prasetyo, dkk (2021) yaitu kesamaan dalam menggunakan kualitas pelayanan, persepsi harga sebagai variabel bebas dan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat. serta metode atau teknik pengambilan data penelitian yang digunakan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Parsetyo, dkk (2021) yaitu pada penggunaan variabel fasilitas sebagai variabel bebas, serta karakteristik objek penelitian yaitu Barbershop Pojur Yogyakarta, sedangkan pada penelitian ini yaitu pada Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak. Pada hasil penelitian prasetyo, dkk (2021) prediktor persepsi harga berpengaruh lebih tinggi hal inilah yang menarik untuk diuji kembali dalam penelitian ini.

B. Landasan Teori

Landasan teori ini berisi tentang teori-teori yang akan digunakan untuk membahas hasil penelitian dari penulis.

1. Pemasaran

a. Pengertian Pemasaran

Menurut Kolter & Armstrong (2012:28) dalam Maimunah (2019) Pemasaran adalah sebuah proses perencanaan, pendistribusian, dan pengiklanan barang dan jasa dengan tujuan memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Sedangkan menurut Tjiptono (2011:2), manajemen pemasaran manajemen sebagai suatu sistem menyeluruh dari operasi perusahaan yang dimaksudkan untuk merencanakan, menetapkan harga, dan

mendistribusikan barang, jasa, dan konsep yang dapat memuaskan kebutuhan pasar sasaran.

Pemasaran sangat berperan penting terhadap kelangsungan bisnis, seperti menentukan target pasar yang tepat, menentukan harga produk yang sesuai dan dapat dijangkau oleh target pasar, hingga menentukan cara mengemas produk atau jasa agar lebih mudah diterima oleh masyarakat. Sesuai dengan Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak yang selalu berupaya memberikan yang terbaik kepada pelanggan yaitu memberikan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

b. Strategi Pemasaran

Menurut Kotler (2002:15) dalam Maimunah (2019) Strategi Pemasaran adalah tindakan menciptakan dan mempertahankan strategi yang sesuai antara tujuan dan kemampuan organisasi dengan kemungkinan pemasaran yang berubah. Beberapa Strategi umum yang mungkin digunakan oleh bisnis meliputi:

1) Strategi memasuki pasaran

Rencana memasuki pasar, baik itu distributor atau pelanggan, bisnis yang memasuki pasar harus menentukan dan menilai keinginan pasar untuk barang-barang saat ini. oleh karena itu Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten

Demak selalu berupaya memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan agar sesuai dengan apa yang pelanggan harapkan.

2) Strategi memperluas pasar

Dengan menciptakan produk baru untuk pasar dan menyempurnakan produk yang sudah teruji, upaya dapat dilakukan untuk memperluas pasar. Pada Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak selalu berinovasi dengan menu-menu yang mereka tawarkan agar menarik dan tidak terkesan monoton.

3) Strategi penguasaan pasar

Dengan menggunakan strategi ini, perusahaan menjadi rival, yang bertujuan untuk mendominasi pasar dengan merebut dan menguasai pasar untuk menjadi pemimpin industri. Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak secara konsisten berusaha untuk menjadi pusat bagi semua pesaingnya dan menjadi yang terbaik di industri ini

4) Strategi mempertahankan pasar

Sebuah perusahaan yang ingin meningkatkan jumlah pelanggannya, tetapi perusahaan yang akan mendominasi pasar harus berhati-hati terhadap ancaman dari saingannya atau menjaga pelanggannya saat ini. Belimbing Resto dan Cafe selalu berupaya untuk menguasai industri kuliner

untuk memperpanjang eksistensinya dan menarik lebih banyak pelanggan.

2. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen didefinisikan sebagai "*Consumer behavior is the study of individuals, groups, or organizations, and the processes they use to select, secure, use and dispose of products, services, experiences or ideas to satisfy needs and the impacts that these processes have on the consumer and society*" menurut Hawkins dan Mothersbaugh (2013: 6). Perilaku konsumen, menurut adalah tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, mengamankan, memanfaatkan, dan membuang barang, jasa, pengalaman, atau ide untuk memenuhi keinginan mereka dan bagaimana hal ini mempengaruhi orang lain dan masyarakat.

Perilaku konsumen adalah suatu proses yang dinamis yang mencakup perilaku konsumen individu maupun kelompok dan anggota masyarakat yang selalu berubah (Suryani, 2013: 5). Menurut Kolter & Amstrong (2016:177) Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen merupakan ilmu yang mempelajari bagaimana orang memilih, memperoleh, menggunakan, dan bagaimana produk, layanan, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan.

Pengetahuan tentang perilaku konsumen melibatkan respons terhadap pertanyaan seperti apa (*what*) yang dibeli, di mana

membeli (*where*), seberapa sering membeli (*how often*), dan dalam situasi apa barang dan jasa diperoleh (*under what condition*), yang semuanya terkait dengan pilihan untuk membeli produk atau jasa. Pengetahuan yang kuat tentang perilaku konsumen sangat penting bagi bisnis untuk berhasil dalam pemasaran karena memungkinkan mereka untuk menciptakan produk yang diinginkan konsumen. Seperti halnya pada Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak perilaku konsumen sangat berpengaruh dengan keberhasilan pemasaran karena dapat memberikan peluang bagi perusahaan agar menciptakan produk sesuai keinginan dan kebutuhan konsumen.

3. Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah ketika seseorang membandingkan kinerja (atau hasil) produk yang dirasakan dengan ekspektasi mereka, mereka akan merasa puas atau kecewa (Kotler & Keller, 2009: 138). Sedangkan menurut Hadiwijaja & Dharmayanti (2014), kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan pelanggan terhadap kinerja dan harapan. Pelanggan tidak puas jika kinerja tidak sesuai dengan harapan, dan sebaliknya jika kinerja memenuhi bahkan melebihi harapan maka konsumen akan merasa puas. Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan secara sederhana sebagai perbedaan antara harapan atau antisipasi

sebelum pembelian dan penilaian kinerja setelah pembelian (Tjiptono, 2019; 79).

Menurut Lovelock and Wirtz dalam Wulanjani & Derriawan (2017), kepuasan adalah “*an attitude-like judgment following a consumption experience*” yang berarti sikap yang dipilih tergantung pada pengalaman.

Berkembangnya kepuasan pelanggan dapat menghasilkan sejumlah keuntungan, seperti terjalinnya hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan pelanggannya, terciptanya bisnis yang berulang dan loyalitas pelanggan, serta terbentuknya rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan yang menguntungkan bisnis (Tjiptono, 2019:79).

b. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dalam Octaviana & Nugrahaningsih (2018), terdapat 4 metode untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu sistem keluhan dan saran, ghost shopping, lost customer analysis, survey kepuasan konsumen. Sedangkan menurut Indrasari (2019:87-88) dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama dan harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

- 1) Kualitas produk, jika penilaian pelanggan menunjukkan bahwa barang yang mereka gunakan memiliki kualitas yang sangat baik, mereka akan merasa senang.

- 2) Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- 3) Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan kagum terhadap mereka, apabila memakai produk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
- 4) Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi harga yang relatif rendah menawarkan nilai yang lebih besar kepada pelanggan.
- 5) Biaya, pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung merasa puas dengan produk tersebut.

Sedangkan menurut Hawkins dan Lonney, dikutip Tjiptono (2004:101) dalam Maimunah (2019) mengemukakan bahwa ada 3 indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

- 1) Kesesuaian dengan harapan, adalah sejauh mana persepsi pelanggan terhadap kinerja produk sesuai dengan apa yang diantisipasi oleh konsumen.
- 2) Minat untuk berkunjung kembali, adalah kecenderungan pelanggan untuk menggunakan atau membeli kembali barang terkait.

- 3) Kesiediaan merekomendasikan pada konsumen lain, adalah kesiediaan pelanggan untuk memberi tahu teman dan keluarga mereka tentang hal-hal yang telah mereka pakai.

Indikator tersebut berkaitan dengan penelitian ini digunakan sebagai penyusunan kuesioner penelitian, karena untuk melihat tingkat kepuasan pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak.

4. Persepsi Harga

a. Pengertian Persepsi Harga

Menurut Kolter & Amstrong, (2013:151) dalam Maimunah (2019) harga adalah jumlah uang yang akan dibebankan kepada konsumen untuk barang atau jasa yang mereka tukarkan dengan menggunakan produk dan jasa. Sedangkan menurut Stanton (2002) dalam Erinawati es al (2021) sebagai "*price is the amount of money and or goods needed to acquire some combination of other goods and its accompanying services*" dengan istilah lain harga adalah sejumlah uang atau barang lain yang diperlukan untuk membeli berbagai barang atau jasa lainnya. Secara singkatnya persepsi harga adalah kecenderungan konsumen untuk menilai sesuatu berdasarkan harga (Alfani & Sulastini ,2016).

Persepsi harga adalah pandangan konsumen tentang bagaimana memandang harga dengan maksud harga yang tinggi atau rendah serta wajar itu mempunyai pengaruh kuat terhadap keputusan

membeli dan kepuasan membeli. Persepsi harga mempengaruhi kepuasan pada konsumen, dalam persepsi harga karena masing-masing individu memberikan penilaian tidak sama antara konsumen satu dengan konsumen lainnya (Maemunah, 2019). Seperti yang diungkapkan oleh Harjati & Venesia (2015) persepsi harga dari seseorang dapat mencerminkan nilai dari apa yang dia percayai, oleh karena itu dalam pemasaran, persepsi sangat penting untuk meyakinkan masyarakat bahwa barang atau jasa tersebut berharga dan diperlukan.

b. Indikator Persepsi Harga

Menurut Wiedyani dan Prabowo (2019) dalam Mutiara, dkk (2021) indikator persepsi harga meliputi ;

1) Keterjangkauan harga

Harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan dapat jangkau oleh konsumen. Biasanya, satu merek menawarkan berbagai kategori produk, dengan harga mulai dari yang paling murah hingga yang paling mahal. banyak pelanggan yang membeli barang yang menentukan harga.

2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk/jasa

Konsumen sering kali mempertimbangkan harga sebagai pengukur kualitas. Ketika mereka tahu bahwa dua produk memiliki kualitas yang berbeda, mereka sering memilih

produk yang lebih mahal. Orang sering percaya bahwa jika harganya lebih mahal, kualitasnya pasti lebih baik.

3) Daya saing harga

Harga sebuah produk sering kali dibandingkan oleh pelanggan dengan barang lain. Dalam hal ini, pembeli memperhitungkan harga mahal suatu produk sebelum membelinya

4) Kesesuaian harga dengan manfaat

Jika keuntungan yang dirasakan dari suatu produk lebih tinggi atau sama dengan biaya pembeliannya, konsumen akan memilih untuk membelinya. Jika pelanggan percaya bahwa keuntungan produk lebih besar daripada harganya, Jika konsumen percaya bahwa biaya produk lebih besar daripada keuntungannya, mereka mungkin ragu untuk melakukan lebih banyak pembelian.

Indikator tersebut berkaitan dengan penelitian ini digunakan sebagai penyusunan kuesioner penelitian, karena untuk melihat persepsi harga Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak.

5. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Kolter (2009:25) dalam Syahputra & Anjarwati (2019) kualitas pelayanan adalah totalitas dari kualitas barang dan jasa yang menunjukkan bahwa mereka memiliki kemampuan

untuk memenuhi permintaan pelanggan. Sedangkan, menurut Parasuraman, et al. (1985) dalam Afthanorhan, et al. (2019) sebagai "*the global evaluation or attitude of overall excellence of services*" dengan istilah lain, hal ini mengacu pada bagaimana penerapan teori konfirmasi/diskonfirmasi oleh bisnis jasa terhadap perbedaan persepsi atau ekspektasi pelanggan. Secara sederhana kualitas pelayanan adalah standar pelayanan yang ditentukan oleh bagaimana cara pelanggan menilainya (Zeithaml et al. dalam Widodo & Shihab, 2011).

Kualitas pelayanan adalah seberapa baik layanan dapat memenuhi keinginan atau harapan pelanggan, atau dapat diartikan sebagai persepsi pelanggan terhadap kekurangan atau kelebihan (Al-ababneh, 2017). Keberlanjutan sebuah perusahaan akan mendapatkan dampak secara positif dengan menawarkan layanan berkualitas tinggi kepada konsumen. Seperti yang diungkapkan oleh Jin, Line, dan Goh dalam Dei & Mensah (2018), menyediakan pelayanan yang berkualitas tinggi merupakan strategi yang dapat digunakan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan di sektor restoran.

b. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Tipjono (2011) dalam Mutiara, dkk (2021) dimensi kualitas pelayanan meliputi :

- 1) Bukti fisik (*Tangible*) bukti nyata dari layanan yang ditawarkan oleh restoran termasuk kemampuan perusahaan untuk dapat memperlihatkan keberadaannya kepada pihak luar, kapasitas sarana dan prasarana, dan kondisi daerah sekitarnya.
- 2) Keandalan (*Realibility*), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan segera, tepat, dan memadai, kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan.
- 3) Daya tanggap (*Responsiveness*), yaitu kemampuan untuk membantu klien dan menawarkan layanan yang cepat dan akurat serta penyediaan informasi yang jelas.
- 4) Jaminan (*Assurance*), yaitu kesadaran, kesopanan, dan kemampuan restoran untuk menumbuhkan rasa percaya kepada para pelanggan.
- 5) Empati (*Empathy*), yaitu yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat khusus atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan.

Menurut Subagyo (2010) dalam Dewi (2016) bukti fisik (*tangible*) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai sarana komunikasi. Indikatornya meliputi :

- 1) Peralatan dan fasilitas yang lengkap dan nyaman
- 2) Bagunan atau tempat yang memadai dan nyaman.
- 3) Profil petugas atau karyawan yang ramah dan rapih.

Menurut Subagyo (2010) dalam Dewi (2016) reliabilitas (*realibility*) yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, kehandalan. Indikatornya meliputi :

- 1) Ketepatan pelaksanaan layanan
- 2) Kesesuaian pelaksanaan dengan prosedur
- 3) Konsisten tidak pilih kasih

Menurut Sasongko dan Subagio (2013) dalam Mutiara, dkk (2021) daya tanggap (*responsiveness*) yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap dengan penyampaian informasi yang jelas. Indikator daya tanggap meliputi :

- 1) Penanganan keluhan
- 2) Pengetahuan karyawan
- 3) Pelayanan terbaik

Menurut Sasongko dan Subagio (2013) dalam Mutiara, dkk (2021) jaminan yaitu adanya kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan pihak resotoran untuk menumbuhkan rasa percaya terhadap pelanggan, indikator jaminan meliputi :

- 1) Kejujuran
- 2) Kesopanan
- 3) Kepercayaan

Menurut Utami dan Surya (2015) dalam Mutiara, dkk (2021) empati yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu atau pribadi kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Indikator empati meliputi :

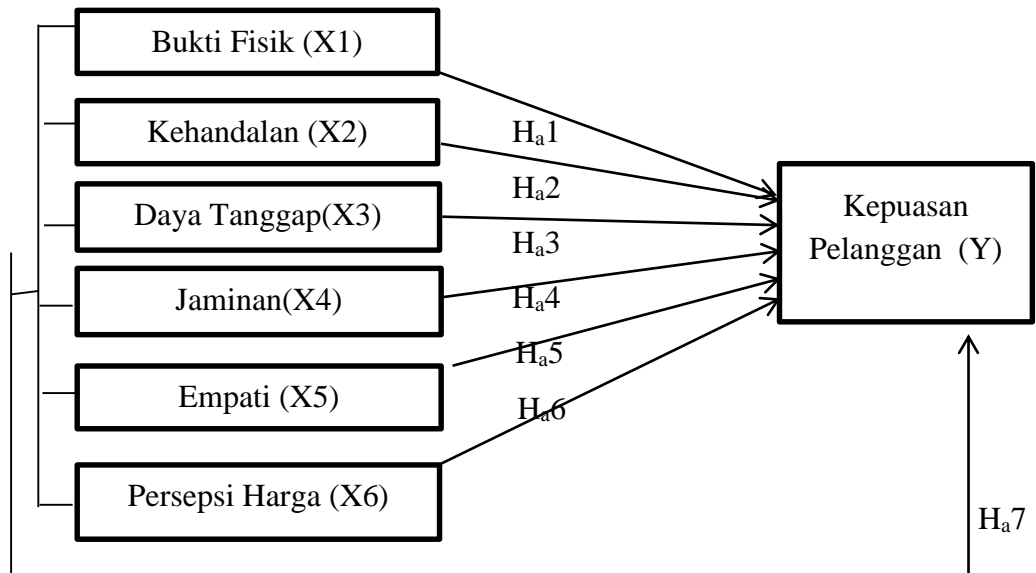
- 1) Komunikasi yg baik
- 2) Perhatian terhadap konsumen
- 3) Senyum, Sapa, Salam

Indikator tersebut berkaitan dengan penelitian ini digunakan sebagai penyusunan kuesioner penelitian, karena untuk melihat kualitas pelayanan Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak.

C. Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono (2017:95) kerangka berpikir menjelaskan secara teoritis antar suatu variabel yang akan diteliti. Artinya perlu dijelaskan hubungan antar variabel *dependen* dan variabel *independen* secara teoritis dan konseptual. Semakin ketat dan tingginya persaingan dalam bisnis kuliner seperti restoran/rumah makan, memunculkan banyak alternatif cara baru dalam membuat sebuah keunggulan bersaing dari segi kualitas pelayanan dan persepsi harga. Dari penjelasan sebelumnya, maka digunakan pola kerangka pikir sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Sumber: Surya, 2021

D. Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:96) bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Berdasarkan dari permasalahan dalam penelitian ini dapat di kemukakan sebagai berikut:

H₀₁: Bukti fisik tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Resto Belimbing dan Cafe Kabupaten Demak.

H_{a1}: Bukti fisik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Resto Belimbing dan Cafe Kabupaten Demak.

H₀₂: Keandalan tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Resto Belimbing dan Cafe Kabupaten Demak.

H_{a2}: Keandalan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Resto Belimbing dan Cafe Kabupaten Demak.

H₀₃: Daya tanggap tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak

H_{a3}: Daya tanggap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Resto Belimbing dan Cafe Kabupaten Demak.

- H₀₄: Jaminan tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Resto Belimbing dan Cafe Kabupaten Demak.
- H_{a4}: Jaminan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Resto Belimbing dan Cafe Kabupaten Demak.
- H₀₅: Empati tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Resto Belimbing dan Cafe Kabupaten Demak.
- H_{a5}: Empati memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Resto Belimbing dan Cafe Kabupaten Demak.
- H₀₆: Persepsi harga tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Resto Belimbing dan Cafe Kabupaten Demak.
- H_{a6}: Persepsi harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Resto Belimbing dan Cafe Kabupaten Demak.
- H₀₇: Bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan persepsi harga tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Resto Belimbing dan Cafe Kabupaten Demak.
- H_{a7}: Bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan persepsi harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Resto Belimbing dan Cafe Kabupaten Demak.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif menggunakan pendekatan deduktif yaitu metode penelitian yang menjelaskan hal-hal yang bersifat umum ke yang bersifat khusus. Tekniknya menggunakan regresi liner berganda dan alat analisisnya menggunakan SPSS karena menyediakan alat-alat analisis yang lebih lengkap dibandingkan program komputer yang lain, serta hasilnya yang cepat dan akurat. Metode tersebut digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih yaitu independen dan dependen, apakah keduanya berhubungan positif atau negatif. Sumber data yang digunakan dalam menganalisis penelitian ini adalah data primer. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diisi langsung oleh responden melalui kuesioner atau angket. Sumber data primer pada penelitian di peroleh secara langsung dari responden yang berada atau pernah melakukan pembelian minimal dua kali di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak (Sugiyono, 2017:193).

1. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2017:117), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk

dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak. Populasi pada penelitian ini tidak diketahui maka ditarik kesimpulan bahwa populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian minimal dua kali di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak (Hanif, dkk 2016).

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2013:118). Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik *puposive sampling*. *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel di mana setiap anggota populasi tidak diberi peluang atau kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2018:136). *puposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (2016:56). Alasan menggunakan teknik *puposive sampling* ini karena sesuai untuk digunakan dalam penelitian kuantitatif, atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi (Sugiyono, 2016:85). Sugiyono (2017) menyatakan bahwa untuk menentukan jumlah populasi yang tidak diketahui, maka dalam penentuan sampel digunakan rumus Cochran sebagai berikut :

$$\pi = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel yang diperlukan

Z : Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel yakni 95 %

p : Peluang benar 50%

q : Peluang salah 50%

moe : *Margin Of Error* atau tingkat kesalahan maksimum yang dapat di tolerir

Tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95% dimana nilai Z sebesar 1,96 dan tingkat *error* maksimum sebesar 10%. Jumlah ukuran sampel dalam penelitian ini sebagai berikut :

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

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka jumlah sampel minimal yang harus digunakan dalam penelitian adalah 96 responden yang pernah melakukan pembelian di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak

2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Tabel 3.1

Pengukuran Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Bukti Fisik (X1)	Bukti fisik (<i>tangible</i>) banyaknya fasilitas fisik, perlengkapan pegawai sarana komunikasi. Subagyo (2010) dalam Dewi (2016).	1. Peralatan dan fasilitas yang lengkap dan nyaman. 2. Bagunan atau tempat yang memadai dan nyaman. 3. Profil petugas atau karyawan yang ramah dan rapih. Subagyo (2010) dalam Dewi (2016).	Skala Likert
Kehandalan (X2)	Kehandahalan (<i>realibility</i>) yaitu tingkat	1. Ketepatan pelayanan	

	<p>kemampuan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat.</p> <p>Subagyo (2010) dalam Dewi (2016).</p>	<p>2. Kesesuaian pelaksanaan</p> <p>3. Konsisten tidak pilih kasih</p> <p>Subagyo (2010) dalam Dewi (2016).</p>	
<p>Daya Tanggap (X3)</p>	<p>Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)</p> <p>Tingkat kesediaan pekerja untuk membantu pelanggan dan menawarkan layanan dengan segera dengan penyampaian informasi yang jelas.</p>	<p>1. Penanganan keluhan</p> <p>2. Pengetahuan karyawan</p> <p>3. Pelayanan terbaik</p> <p>Subagyo (2010) dalam Dewi (2016).</p>	<p>Skala Likert</p>

	Subagyo (2010) dalam Dewi (2016).		
Jaminan (X4)	Jaminan yaitu tingkat pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan pihak restoran untuk menumbuhkan rasa percaya terhadap pelanggan. Sasongko dan Subagio (2013) dalam Mutiara, dkk (2021)	1. Kejujuran 2. Kesopanan 3. Kepercayaan Sasongko dan Subagio (2013) dalam Mutiara, dkk (2021)	Skala Likert
Empati (X5)	Empati yaitu Tingkat kemampuan untuk memberikan	1. Komunikasi yg baik	Skala Likert

	<p>perhatian pribadi kepada pelanggan dengan cara memahami kebutuhan mereka.</p> <p>Utami dan Surya (2015) dalam Mutiara, dkk (2021)</p>	<p>2. Perhatian terhadap konsumen</p> <p>3. Senyum, Sapa, Salam.</p> <p>Utami dan Surya (2015) dalam Mutiara, dkk (2021)</p>	
<p>Persepsi Harga (X6)</p>	<p>Banyaknya proses pemilihan dan penilaian harga dalam memberi penilaian tentang kualitas produk.</p> <p>Wiedyani dan Prabowo (2019) dalam Mutiara, dkk (2021)</p>	<p>1. Keterjangkauan harga.</p> <p>2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk/jasa.</p> <p>3. Daya saing harga</p> <p>4. Kesesuaian harga dengan manfaat</p> <p>Wiedyani dan Prabowo (2019)</p>	<p>Skala Likert</p>

		dalam Mutiara, dkk (2021)	
Kepuasan Pelanggan (Y)	Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk atau jasa yang di rasakan dengan harapannya. Nugroho (2015:162).	1. Kesesuaian dengan harapan. 2. Minat untuk berkunjung kembali 3. Kesediaan. merekomende- sikan pada konsumen lain. Hawkins dan Lonney, dikutip Tjiptono (2004:101) dalam Maimunah (2019).	

4. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

a. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan yaitu menggunakan kuesioner sebagai metode untuk mengumpulkan data. Menurut Sugiyono (2013:142) kuesioner sebagai teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup, yang membatasi responden untuk memilih dari sekumpulan respon yang terbatas.

Penelitian ini menggunakan skala ating, yaitu skala Likert, untuk mengukur variabel-variabelnya. Menurut Sugiyono (2017:134) menyatakan bahwa skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pandangan, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Variabel yang akan diukur diubah menjadi indikator variabel dengan menggunakan skala Likert. Elemen-elemen instrumen, yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan, kemudian disusun dengan menggunakan indikator tersebut sebagai titik tolak. Skor nilai diberikan pada setiap tanggapan responden berdasarkan skala Likert dengan tingkatan yang dapat diatur sebagai berikut:

Tabel 3.2

Kategori dari penilaian Skala Likert

Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

b. Instrumen Pengumpulan Data

Menurut Sugiono (2015:146) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Kejadian-kejadian ini secara kolektif disebut sebagai variabel penelitian. Dalam penelitian ini digunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data (angket). Sugiyono (2015:199) mendefinisikan kuesioner sebagai metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Uji coba dilakukan pada kuesioner penelitian sebelum disebarakan untuk memastikan bahwa pertanyaan-pertanyaan tersebut valid dan dapat dipercaya. Dibawah ini kisi-kisi instrumen penelitian.

Tabel 3.3

Kisi-kisi Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Butir Soal	Jumlah
1.	Bukti Fisik	1. Peralatan dan fasilitas yang lengkap dan nyaman.	1,2,3,4,5,6,7 8,9,10,11	11
		2. Bagunan atau tempat yang memadai dan nyaman.	12,13,14,15, 16.17	6
		3. Profil petugas atau karyawan yang ramah dan rapih.	18.19.20	3
2.	Kehandalan	1. Ketepatan pelayanan	1,2,3,4	4
		2. Kesesuaian pelaksanaan	5,6,7	3
		3. Konsisten tidak pilih kasih	8,9,10,	3

3.	Daya Tanggap	1. Penanganan keluhan	1,2,3,4	4
		2. Pengetahuan karyawan	5,6,7	3
		3. Pelayanan terbaik	8,9,10	3
4.	Jaminan	1. Kejujuran	1,2,3,4	4
		2. Kesopanan	5,6,7	3
		3. Kepercayaan.	8,9,10,11,12 ,13,14	7
5.	Empati	1. Komunikasi yg baik	1,2,3,4,5	5
		2. Perhatian terhadap konsumen	6,7,8,9	4
		3. Senyum, Sapa, Salam.	10,11,12	3

6.	Persepsi Harga	1. Keterjangkauan harga.	1,2,3	3
		2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.	4,5,6	3
		3. Daya saing harga.	7,8,9	3
		4. Kesesuaian dengan manfaat	10,11,12,13	4
7.	Kepuasan Pelanggan	1. Kesesuaian dengan harapan.	1,2,3,4	4
		2. Minat untuk berkunjung kembali	5,6,7,8,9	5
		3. Kesiediaan. merekomenda sikan pada konsumen lain.	10,11,12	3
Jumlah				91

5. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas adalah ukuran yang menunjukkan kevalidan suatu instrumen. Ghozali (2018:51) mengatakan uji validitas adalah digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan program SPSS.

Suatu kuesioner dikatakan valid jika nilai (hitung) validitas ini dilakukan dengan menggunakan corrected item-total correlation uji satu sisi dengan taraf signifikansi 5%. Untuk mengukur tingkat validitas instrumen, peneliti menggunakan rumus product moment yang dikemukakan Pearson.

Kriteria pengujian jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 0,05 maka alat tersebut valid, begitu pula sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka alat ukur tersebut tidak valid, Arikunto, (2010: 79). Penelitian uji coba validitas telah dilaksanakan pada 30 responden di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak, dengan memberikan 40 butir pernyataan tentang kualitas pelayanan yang mempunyai lima dimensi yaitu , bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak.

Tabel 3.4

Hasil Pengujian Validitas Variabel Bukti Fisik

Nomor Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,741	0,361	Valid
2	0,679	0,361	Valid
3	0,783	0,361	Valid
4	0,624	0,361	Valid
5	0,782	0,361	Valid
6	0,787	0,361	Valid
7	0,816	0,361	Valid
8	0,816	0,361	Valid
9	0,707	0,361	Valid
10	0,735	0,361	Valid
11	0,770	0,361	Valid
12	0,840	0,361	Valid
13	0,706	0,361	Valid
14	0,764	0,361	Valid
15	0,814	0,361	Valid
16	0,820	0,361	Valid
17	0,840	0,361	Valid
18	0,748	0,361	Valid
19	0,554	0,361	Valid
20	0,763	0,361	Valid

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa 20 butir pernyataan diperoleh $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian 20 butir pernyataan kuesioner Bukti Fisik dapat dikatakan valid.

Tabel 3.5

Hasil Pengujian Validitas Variabel Kehandalan

Nomor Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,646	0,361	Valid
2	0,518	0,361	Valid
3	0,757	0,361	Valid
4	0,712	0,361	Valid
5	0,721	0,361	Valid
6	0,648	0,361	Valid
7	0,758	0,361	Valid
8	0,648	0,361	Valid
9	0,725	0,361	Valid
10	0,686	0,361	Valid

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa 10 butir pernyataan diperoleh $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian 10 butir pernyataan kuesioner Kehandalan dapat dikatakan valid.

Tabel 3.6

Hasil Pengujian Validitas Variabel Daya Tanggap

Nomor Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,863	0,361	Valid
2	0,755	0,361	Valid
3	0,529	0,361	Valid
4	0,704	0,361	Valid
5	0,735	0,361	Valid
6	0,645	0,361	Valid
7	0,563	0,361	Valid
8	0,567	0,361	Valid
9	0,652	0,361	Valid
10	0,752	0,361	Valid

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa 10 butir pernyataan diperoleh $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian 10 butir pernyataan kuesioner Daya Tanggap dapat dikatakan valid.

Tabel 3.7

Hasil Pengujian Validitas Variabel Jaminan

Nomor Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,624	0,361	Valid
2	0,677	0,361	Valid
3	0,583	0,361	Valid
4	0,606	0,361	Valid
5	0,547	0,361	Valid
6	0,616	0,361	Valid
7	0,677	0,361	Valid
8	0,562	0,361	Valid
9	0,699	0,361	Valid
10	0,515	0,361	Valid
11	0,629	0,361	Valid
12	0,632	0,361	Valid
13	0,581	0,361	Valid
14	0,682	0,361	Valid

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa 14 butir pernyataan diperoleh $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian 14 butir pernyataan kuesioner Jaminan dapat dikatakan valid.

Tabel 3.8

Hasil Pengujian Validitas Variabel Empati

Nomor Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,741	0,361	Valid
2	0,675	0,361	Valid
3	0,751	0,361	Valid
4	0,623	0,361	Valid
5	0,785	0,361	Valid
6	0,579	0,361	Valid
7	0,745	0,361	Valid
8	0,680	0,361	Valid
9	0,646	0,361	Valid
10	0,790	0,361	Valid
11	0,567	0,361	Valid
12	0,604	0,361	Valid

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa 12 butir pernyataan diperoleh $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian 12 butir pernyataan kuesioner Empati dapat dikatakan valid.

Tabel 3.9

Hasil Pengujian Validitas Variabel Persepsi Harga

Nomor Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,751	0,361	Valid
2	0,594	0,361	Valid
3	0,728	0,361	Valid
4	0,651	0,361	Valid
5	0,727	0,361	Valid
6	0,807	0,361	Valid
7	0,785	0,361	Valid
8	0,819	0,361	Valid
9	0,798	0,361	Valid
10	0,695	0,361	Valid
11	0,829	0,361	Valid
12	0,700	0,361	Valid
13	0,771	0,361	Valid

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa 13 butir pernyataan diperoleh $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian 13 butir pernyataan kuesioner Persepsi Harga dapat dikatakan valid.

Tabel 3.10

Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Nomor Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,651	0,361	Valid
2	0,633	0,361	Valid
3	0,618	0,361	Valid
4	0,802	0,361	Valid
5	0,539	0,361	Valid
6	0,627	0,361	Valid
7	0,701	0,361	Valid
8	0,696	0,361	Valid
9	0,672	0,361	Valid
10	0,570	0,361	Valid
11	0,661	0,361	Valid
12	0,651	0,361	Valid

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa 12 butir pernyataan diperoleh $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian 12 butir pernyataan kuesioner Kepuasan Pelanggan dapat dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Ghozali (2016 :48) menjelaskan uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur indikator dan variabel atau konstruk. Suatu kuesioner

dikatakan reliabel jika jawaban seorang terdapat pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode one shot atau pengukuran sekali saja, dimana pengukurannya hanya dilakukan sekali dan kemudian membandingkan hasilnya dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban dari pertanyaan. Pengukuran reliabilitas penelitian dilakukan dengan uji statistik Cronbach's Alpha (Ghozali,2016 : 48) bahwa suatu instrumen dikatakan reliabel atau handal apabila nilai Cronbach's Alpha $> 0,70$. Uji reliabilitas ini akan dilakukan dengan bantuan dari program aplikasi SPSS.

Tabel 3.11
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Standart Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Bukti Fisik (X1)	0,70	0,955	Reliabel
Kehandalan (X2)	0,70	0,871	Reliabel
Daya Tanggap (X3)	0,70	0,867	Reliabel
Jaminan (X4)	0,70	0,862	Reliabel
Empati (X5)	0,70	0,894	Reliabel
Persepsi Harga (X6)	0,70	0,931	Reliabel
Kepuasan Pelanggan(Y)	0,70	0,866	Reliabel

Hasil perhitungan Reliabilitas dengan menggunakan SPSS, dapat dilihat pada tabel 11 bahwa hasil nilai *Cronbach's Alpha* masing-masing variabel sudah lebih dari 0,70. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai instrumen pada variabel dependen dan independen yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

6. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2015:207) analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Pengolahan data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Pengolahan data yang dilakukan antara lain mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menstabilasi data berdasarkan variabel dan jenis responden menyajikan dari variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik deskriptif persentase adalah metode yang digunakan untuk mendeskripsikan masing-masing variabel bebas yaitu kualitas pelayanan yang memiliki lima dimensi yaitu, bukti fisik (X1), Kehandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), empati (X5), persepsi harga (X6), serta variabel terikat kepuasan pelanggan (Y).

Langkah-langkah yang ditempuh dalam penggunaan analisis ini adalah sebagai berikut:

a. Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian pada variabel penelitian dengan model regresi, apakah dalam variabel dan model regresinya terjadi kesalahan.

1) Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018: 161) menjelaskan uji normalitas digunakan bertujuan untuk mengetahui model regresi variabel dependen dan variabel independen memiliki kontribusi atau tidak. Model regresi yang baik apabila data dsitribusi normal atau mendekati normal. Rumus yang akan digunakan dalam melakukan uji normalitas yaitu rumas Kolmogorov-Smimov. Pengambilan keputusan dilakukan jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis diterima.

2) Uji Multikolinieritas

Ghozali (2018: 107) menjelaskan bahwa uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal.

Uji multikolieneartitas dapat juga dilihat dari besaran VIF (Variance Inflation Factor) dan tolerance, Tolerance mengukur variabel independen yang terpilih tidak dapat di jelaskan oleh

variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance ≤ 0.10 atau sama dengan nilai VIF 10, maka terjadi multikolinieritas. Jika nilai tolerance $\geq 0,10$ atau sama dengan VIF ≤ 10 maka data tidak terjadi multikolinieritas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2018:137) menjelaskan uji heteroskedastisitas bertujuan menguji model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Pengujian pada penelitian ini menggunakan Uji Glejser. Dasar pengambilan keputusan yaitu jika nilai Sig lebih dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4) Uji Linearitas

Ghozali (2018:167) menjelaskan bahwa uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat, atau kubik. Asumsi linearitas merupakan salah satu asumsi dari

linearitas regresi. Dikatakan linear apabila signifikansinya lebih besar dari taraf yang telah ditentukan yaitu sebesar 5 %

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_6) dengan variabel dependen (Y) Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6$$

Keterangan :

Y = Keberhasilan Usaha

α = Konstanta

β = Koefisien arah regresi

X_1 = Bukti Fisik

X_2 = Kehandalan

X_3 = Daya Tanggap

X_4 = Jaminan

X_5 = Empati

X_6 = Persepsi Harga

c. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini untuk membuktikan pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap Kepuasan Pelanggan. Analisis data yang akan dilakukan untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Rangkuman hasil analisis regresi ganda yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS. Dalam analisis regresi linier berganda langkah-langkah yang dapat ditempuh sebagai berikut:

1) Uji t

Uji t dilakukan untuk melihat pengaruh signifikan variabel-variabel bebas yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan empati, dan persepsi harga secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan. Ghazali (2018: 98) menjelaskan Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. variabel dependen. Pengambilan keputusan yang digunakan dalam uji t sebagai berikut:

- a) Apabila nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka hipotesis ditolak yang artinya bahwa variabel independen atau bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau terikat.
- b) Apabila nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis diterima yang artinya bahwa variabel independen atau bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau terikat.

2) Uji F

Ghozali (2018: 98) menjelaskan bahwa signifikan model regresi secara simultan di uji dengan melihat nilai signifikansi dimana jika nilai sig dibawah 0.05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji f statistik digunakan untuk membuktikan ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan.

Dalam penelitian ini perhitungan dengan menggunakan SPSS. Adapun kriteria uji F sebagai berikut:

- a) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau nilai sig $< 0,05$.
- b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak atau nilai sig > 0.05 .

3) Koefisien Determinasi

Ghozali (2018:97) menjelaskan bahwa Koefisien (R) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan variabel-variabel bebas dalam model dapat menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar presentasi variasi variabel independen. Nilai bertujuan untuk mengetahui persentase besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Nilai koefisien determinasi adalah antara nol atau satu. Nilai yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen

dalam menjelaskan variabel-variabel dependen sangat terbatas, dan sebaliknya jika nilai yang mendekati 1 berarti variabel independen memberikan s semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Umum Lokasi Penelitian

1. Gambaran Umum Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak

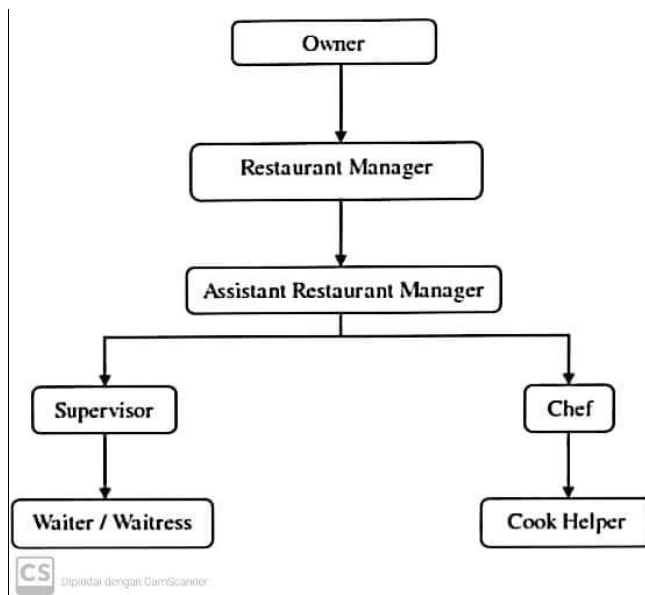
Belimbing Resto dan Cafe didirikan sejak tahun 2017 yang terletak di jalan Dempet-Purwodadi KM 11 Desa Botosengon, Kecamatan Dempet, Kabupaten Demak. Belimbing Resto dan Cafe merupakan salah satu restoran yang menarik hati pelanggan karena memiliki konsep jawa tradisional ,tempat yang nyaman untuk acara keluarga dan acara bisnis, serta memiliki lingkungan yang asri seperti pedesaan. Selain itu, Belimbing Resto dan Cafe juga dilengkapi dengan fasilitas free wifi, karaoke, dan permainan anak. Hal itulah yang membuat adalah Resto Belimbing dan Cafe cukup ramai diantara yang lain selain itu, yang menarik dari Resto Belimbing dan Cafe adalah menu andalan dari restoran tersebut yaitu menu olahan keong yang tidak dapat ditemui di restoran sejenis.

2. Struktur Organisasi

Berikut ini bagan struktur organisasi Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak

Gambar 4.1

Struktur Organisasi Belimbing Resti dan Cafe



Adapun deskripsi tugas masing-masing jabatan dalam struktur organisasi Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak adalah sebagai berikut:

- a. Owner adalah pemilik restoran yang sekaligus pemimpin bagian yang ada di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak.
- b. Restaurant Manager adalah seseorang yang ditunjuk sebagai kepala operasional Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak.
- c. Assistant Restaurant Manager adalah seseorang yang diberi wewenang untuk membantu Restaurant Manager dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya.

- d. Supervisor adalah seseorang yang mengawasi seluruh bagian restoran, membantu tugas dan bertanggung jawab kepada Assistent Restaurant Manager.
- e. Chef adalah seseorang yang bertanggung jawab dalam operasional produksi di restoran
- f. Waiter/ Waitres adalah sekelompok orang yang melayani kebutuhan pesanan tamu restoran
- g. Cook Helper adalah sekelompok yang membantu kerja chef dalam operasional dapur.

B. Karakteristik Responden

Berdasarkan kuesioner yang diajukan kepada 96 responden yaitu sebanyak 91 pernyataan, untuk variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan yang memiliki lima dimensi yaitu bukti fisik (X_1) sebanyak 20 pernyataan, kehandalan (X_2) sebanyak 10 pernyataan, daya tanggap (X_3) sebanyak 10 pernyataan, jaminan (X_4) sebanyak 14 pernyataan, empati (X_5) sebanyak 12 pernyataan, variabel persepsi harga (X_6) sebanyak 13 pernyataan dan variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y) sebanyak 12 pernyataan. Dari hasil kuesioner yang diajukan kepada responden di peroleh data sebagai berikut :

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1.	Laki-laki	56	58,3 %
2.	Perempuan	40	41,7 %
Jumlah		96	100 %

Sumber : Data primer yang diolah, (2023)

Dari tabel 4.1 menunjukkan bahwa dari 96 responden jenis kelamin responden yang terbanyak dalam penelitian ini yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 56 orang (58,3%), hal ini dikarenakan bahwa laki-laki lebih cenderung suka makan diluar dibandingkan perempuan.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2

Usia Responden

No	Umur	Jumlah	Presentase
1.	15-25 tahun	60	62,5 %
2.	26-35 tahun	25	26,0 %
3.	36-45 tahun	8	8,4 %
4.	> 45 tahun	3	3,1 %
Jumlah		96	100 %

Sumber : Data primer yang diolah, (2023)

Berdasarkan data pada tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa dari 96 responden usia responden yang terbanyak adalah antara umur 15 – 25 tahun adalah 60 orang (62,5 %) dan antara umur 26 – 35 tahun adalah 25 (26,0%). Hal ini dikarenakan pada usia tersebut orang cenderung menuruti gaya hidup modern zaman sekarang yaitu cenderung makan diluar seperti makan di restoran.

3. Distribusi Responden Berdasarkan Perkerjaan

Tabel 4.3

Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1.	Pelajar/Mahasiswa	22	23,1 %
2.	Pegawai Negeri	6	6,2 %
3.	Wiraswasta	13	13,5 %
4.	Pegawai Swasta	34	34,5 %
5.	Petani/Pedagang	2	2,0 %
6.	Lain-lain	19	19,8 %
Jumlah		96	100 %

Sumber : Data primer yang diolah, (2023)

Berdasarkan data pada tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa dari 96 responden yang terbanyak adalah pegawai swasta sebanyak 34 orang (34,5%). Hal ini dikarenakan lokasi Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak yang cukup stretegis. Hal inilah yang membuat pegawai swasta

cenderung makan di restoran karena akses yang mudah dan dapat dijangkau pada saat jam istirahat.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Distribusi konsumen Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Dempet berdasarkan pendapatan dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 4.4

Pendapatan Responden

No	Pendapatan	Jumlah	Presentase
1.	< Rp. 1 Juta	22	22,9 %
2.	Rp. 1.1 Juta-Rp. 2,5Juta	28	29,2 %
3.	Rp. 2,6 Juta- Rp. 3,1 Juta	22	22,9 %
4.	Rp. 3,1 Juta- 5 Juta	11	11,5 %
5.	> Rp. 5 Juta	13	13,5 %
Jumlah		96	100 %

Sumber : Data primer yang diolah, (2023)

Dari tabel 4.4 di atas dapat di lihat bahwa pendapatan pelanggan Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak terbanyak adalah Rp. 1.1 Juta-Rp. 2,5 Juta sebanyak 28 orang (29,2%). Hal ini disebabkan karena harga yang ditawarkan cukup terjangkau dan dapat dijangkau semua kalangan.

5. Karakteristik Responden berdasarkan Frekuensi Pengunjung

Tabel 4.5

Frekuensi Berkunjung Responden

No	Frekuensi Berkunjung	Jumlah	Presentase
1.	Kurang dari 2 (dua) kali	0	0
2.	2 (dua) kali	26	27,0 %
3.	Lebih dari 2 (dua) kali	70	73,0 %
Jumlah		96	100%

Sumber : Data primer yang diolah, (2023)

Dari tabel 4.4 di atas dapat di lihat bahwa frekuensi berkunjung pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak terbanyak adalah lebih dari 2 (dua) kali sebanyak 70 orang (73,0 %). Hal ini disebabkan karena seetelah berkunjung ke Belimbing Resto dan Cafe Demak pelanggan akan berkunjung kembali ke Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak.

C. Hasil Penelitian dan Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data yang bersangkutan berdistribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan adalah jika nilai signifikan $> 0,05$ maka dapat dikatakan normal. Untuk melakukan uji normalitas pada distribusi data

digunakan rumus Kolmogorov-Smirnov Ghozali (2013). Hasil uji normalitas dapat diketahui sebagai berikut.

Tabel 4.6

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,61655150
Most Extreme Differences	Absolute	,066
	Positive	,063
	Negative	-,066
Test Statistic		,066
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		

Data dapat dikatakan terdistribusi normal apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih dari atau sama dengan 0,05 atau 5%. Berdasarkan dari data tabel 4.5 Menunjukkan hasil nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 atau lebih dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini menunjukkan data terdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolinearitas digunakan bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel independen atau bebas pada suatu model regresi. Jika tidak terjadi korelasi antar variabel independen atau bebas maka model regresi tersebut baik Ghozali

(2018: 107). Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinieritas adalah :

- 1) Jika nilai tolerance $< 0,10$ atau sama dengan nilai variance inflation factor (VIF) > 10 maka terjadi multikolinieritas
- 2) Jika nilai tolerance $> 0,10$ atau sama dengan VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4.7

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10,366	8,107		1,279	,004		
	bukti fisik	,028	,075	,039	,373	,001	,843	1,186
	kehandalan	,185	,163	,127	1,134	,000	,739	1,353
	daya tanggap	,497	,172	,316	2,894	,005	,779	1,284
	jaminan	,029	,107	,027	,268	,000	,880	1,137
	empati	,023	,115	,023	,205	,008	,759	1,318
	persepsi harga	,037	,121	,030	,303	,002	,923	1,083

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Berdasarkan data dari tabel 4.6 Variabel bukti fisik menunjukkan nilai *tolerance* $0,843 > 0,10$ dan nilai VIF $1,186 < 10$ maka data pada variabel tersebut tidak terjadi multikolinieritas. Variabel kehandalan menunjukkan nilai *tolerance* $0,739 > 0,10$ dan nilai VIF $1,353 < 10$ maka data pada variabel tersebut tidak terjadi multikolinieritas. Variabel daya tanggap menunjukkan nilai

tolerance $0,779 > 0,10$ dan nilai VIF $1,284 < 10$ maka data pada variabel tersebut tidak terjadi multikolinieritas. Variabel jaminan menunjukkan nilai *tolerance* $0,880 > 0,10$ dan nilai VIF $1,137 < 10$ maka data pada variabel tersebut tidak terjadi multikolinieritas. Variabel jaminan menunjukkan nilai *tolerance* $0,759 > 0,10$ dan nilai VIF $1,318 < 10$ maka data pada variabel tersebut tidak terjadi multikolinieritas. Variabel persepsi harga menunjukkan nilai *tolerance* $0,923 > 0,10$ dan nilai VIF $1,083 < 10$ maka data pada variabel tersebut tidak terjadi multikolinieritas. Jadi dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini menunjukkan hasil nilai VIF masing-masing variabel < 10 , maka penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

3) Uji Heterokedastitas

Uji heterokedastitas digunakan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan yang lainnya didalam model regresi. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heterokedastitas, sebaliknya jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homokedastitas. Pengujian pada penelitian ini menggunakan Uji Glejser, penelitian dapat dikatakan tidak terjadi heterokedastitas jika nilai Sig lebih dari atau sama

dengan 0,05. Hasil penelitian dapat dilihat pada tabel 4.8

Sebagai berikut:

Tabel 4.8 Uji Heterokedasitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Coefficients		
1 (Constant)	-,848	5,416		-,157	,876
bukti fisik	-,133	,217	-,312	-,612	,542
kehandalan	,153	,169	,210	,904	,368
daya tanggap	-,027	,111	-,026	-,240	,811
jaminan	,045	,069	,072	,654	,515
empati	,172	,198	,344	,866	,389
persepsi harga	-,055	,078	-,076	-,705	,482

a. Dependent Variable: ABS_RES

B Berdasarkan data dari tabel 4.8 Pada variabel bukti fisik memiliki nilai signifikansi $0,542 > 0,05$ yang berarti tidak terjadi heterokedasitas. Variabel kehandalan memiliki nilai signifikansi $0,368 > 0,05$ yang berarti tidak terjadi heterokedasitas. Variabel daya tanggap menunjukkan nilai signifikansi $0,811 > 0,05$ yang berarti tidak terjadi heterokedasitas. Variabel jaminan menunjukkan nilai signifikansi $0,515 > 0,05$ yang berarti tidak terjadi heterokedasitas. Variabel empati menunjukkan nilai signifikansi $0,389 > 0,05$ yang berarti tidak terjadi heterokedasitas. Variabel persepsi harga menunjukkan nilai signifikansi $0,482 > 0,05$ yang berarti tidak

terjadi heterokedasitas Jadi dalam uji heterokedasitas semua variabel dalam penelitian ini tidak mengalami heterokedasitas.

4) Uji Linieritas

Ghozali (2018: 167) uji linieritas yaitu apakah terbentuk atau tidaknya garis regresi antara X dan Y. Asumsi linieritas merupakan salah satu asumsi dari linieritas regresi. Data dikatakan linier apabila signifikansinya lebih besar dari taraf yang telah ditentukan yaitu 5%. tentukan yaitu sebesar 5%.

Tabel 4.9 Uji Linieritas Bukti Fisik (x1)

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kepuasan pelanggan * bukti fisik	Between Groups	(Combined)	55,774	17	3,281	,350	,991
		Linearity	17,300	1	17,300	1,845	,178
		Deviation from Linearity	38,473	16	2,405	,256	,998
Within Groups			731,560	78	9,379		
Total			787,333	95			

Berdasarkan tabel 4.9 pada uji linieritas antara variabel X1 (Bukti Fisik) terhadap Y (Kepuasan Pelanggan) menunjukkan nilai signifikansi $0,998 > 0,05$ yang berarti terdapat hubungan yang linier secara signifikan.

Tabel 4.10 Uji Linieritas Kehandalan

			ANOVA Table				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kepuasan	Between Groups	(Combined)	94,829	12	7,902	,947	,505
pelanggan *		Linearity	10,540	1	10,540	1,263	,264
kehandalan		Deviation from Linearity	84,289	11	7,663	,918	,527
Within Groups			692,505	83	8,343		
Total			787,333	95			

Berdasarkan tabel 4.10 pada uji linieritas antara variabel X2 (Kehandalan) terhadap Y (Kepuasan Pelanggan) menunjukkan nilai signifikansi $0,527 > 0,05$ yang berarti terdapat hubungan yang linier secara signifikan.

Tabel 4.11 Uji Linieritas Daya Tanggap

			ANOVA Table				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kepuasan	Between Groups	(Combined)	73,306	7	10,472	1,291	,264
pelanggan *		Linearity	9,908	1	9,908	1,221	,272
daya tanggap		Deviation from Linearity	63,398	6	10,566	1,302	,265
Within Groups			714,027	88	8,114		
Total			787,333	95			

Berd

Berdasarkan tabel 4.11 pada uji linieritas antara variabel X3 (Daya Tanggap) terhadap Y (Kepuasan Pelanggan) menunjukkan nilai signifikansi $0,265 > 0,05$ yang berarti terdapat hubungan yang linier secara signifikan.

Tabel 4.12 Uji Linieritas Jaminan

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kepuasan pelanggan * jaminan	Between Groups	(Combined)	158,534	12	13,211	1,744	,072
		Linearity	15,275	1	15,275	2,016	,159
		Deviation from Linearity	143,259	11	13,024	1,719	,083
Within Groups			628,799	83	7,576		
Total			787,333	95			

Berdasarkan tabel 4.12 pada uji linieritas antara variabel X4 (Jaminan) terhadap Y (Kepuasan Pelanggan) menunjukkan nilai signifikansi $0,083 > 0,05$ yang berarti terdapat hubungan yang linier secara signifikan.

Tabel 4.13 Uji Linieritas Empati

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kepuasan	Betwe	(Combine	154,728	14	11,052	1,415	,165
pelanggan	en	d)					
* persepsi harga	Group	Linearity	15,145	1	15,145	1,939	,168
		Deviation from Linearity	139,583	13	10,737	1,375	,190
Within Groups			632,605	81	7,810		
Total			787,333	95			

Berdasarkan tabel 4.13 pada uji linieritas antara variabel X5 (Empati) terhadap Y (Kepuasan Pelanggan) menunjukkan nilai signifikansi $0,190 > 0,05$ yang berarti terdapat hubungan yang linier secara signifikan.

Tabel 4.14 Hasil Uji Linier Perespsi Harga

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kepuasan	Betwe	(Combined)	104,684	12	8,724	1,061	,404
pelanggan	en	Linearity	5,958	1	5,958	,724	,397
* persepsi harga	Group	Deviation from Linearity	98,726	11	8,975	1,091	,379
		Linearity					
Within Groups			682,649	83	8,225		
Total			787,333	95			

Berdasarkan tabel 4.14 pada uji linieritas antara variabel X6 (Persepsi Harga) terhadap Y (Kepuasan Pelanggan) menunjukkan nilai signifikansi $0,379 > 0,05$ yang berarti terdapat hubungan yang linier secara signifikan. Jadi Variabel bukti fisik (X1), kehandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), empati (X5) dan persepsi harga (X6) menunjukkan hubungan linier signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Uji Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk memprediksi pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat, baik secara parsial maupun simultan. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio. Diperoleh hasil analisis yang terangkum dalam tabel 4.15 sebagai berikut

Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	14,442	2,344		6,161	,000
	bukti fisik	,265	,037	,747	7,169	,000
	kehandalan	,233	,045	,341	5,187	,000

daya tanggap	,178	,035	,313	5,148	,000
jaminan	,375	,885	,870	4,154	,000
empati	,402	,046	,902	8,786	,000
persepsi harga	,367	,887	,508	4,360	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel 4.15 diperoleh nilai konstanta sebesar 14,442. Koefisien variabel bukti fisik (X1) sebesar 0,265. Koefisien variabel kehandalan (X2) sebesar 0,233. Koefisien variabel daya tanggap (X3) sebesar 0,178. Koefisien variabel jaminan (X4) sebesar 0,375. Koefisien variabel empati (X5) sebesar 0,402 dan koefisien variabel persepsi harga (X6) sebesar 0,367. Sehingga diperoleh persamaan model regresi

$$Y = 14,442 + 0,265X_1 + 0,233X_2 + 0,178X_3 + 0,375X_4 + 0,402X_5 + 0,367X_6$$

Persamaan regresi linier berganda di atas dijelaskan sebagai berikut :Konstanta sebesar 14,442 artinya jika bukti fisik (X1), kehandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), empati (X4) dan persepsi harga (X6) adalah 0, maka kepuasan pelanggan (Y) nilainya sebesar 14,442

- Koefisien regresi variabel bukti fisik (X1) sebesar 0,265 artinya jika terjadi kenaikan (X1) sebesar 1% maka (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,265.
- Koefisien regresi variabel kehandalan (X2) sebesar 0,233 artinya jika terjadi kenaikan (X2) sebesar 1% maka (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,233.

- c. Koefisien regresi variabel daya tanggap (X3) sebesar 0,178 artinya jika terjadi kenaikan (X3) sebesar 1% maka (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,178.
- d. Koefisien regresi variabel jaminan (X4) sebesar 0,375 artinya jika terjadi kenaikan (X4) sebesar 1% maka (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,375.
- e. Koefisien regresi variabel empati (X5) sebesar 0,402 artinya jika terjadi kenaikan (X5) sebesar 1% maka (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,402.
- f. Koefisien regresi variabel persepsi harga (X6) sebesar 0,367 artinya jika terjadi kenaikan (X6) sebesar 1% maka (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,367.

3. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t dilakukan untuk melihat pengaruh signifikan variabel-variabel bebas yaitu bukti fisik (X1), kehandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), empati (X5) dan persepsi harga (X6) secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (y). Dasar pengambilan keputusannya yaitu jika nilai signifikan $< 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis ditolak artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Pengujian dengan cara membandingkan antara ttabel dengan t hitung. Nilai t tabel dengan taraf signifikansi 5%, derajat kebebasan= $N - K - 1$ ($96-6-1 = 89$), sehingga dapat diketahui nilai t tabel adalah 1,662

Tabel 4.16 Uji t Bukti Fisik

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	28,198	4,600		6,130	,000
	bukti fisik	,157	,069	,227	2,260	,026

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

B

Berdasarkan tabel 4.16 diperoleh nilai nilai t hitung sebesar 2,260 dengan nilai signifikan sebesar 0,26 dan nilai t tabel 1,662. Oleh karena itu nilai t hitung $2,260 >$ tabel 1,662 dan nilai signifikan $0,026 <$ nilai taraf signifikan 0,05. Maka H1 diterima artinya bukti fisik (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 4.17 Uji t Kehandalan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24,592	4,992		4,927	,000
	kehandalan	,346	,123	,278	2,805	,006

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Berdasarkan tabel 4.17 diperoleh nilai nilai t hitung sebesar 2,805 dengan nilai signifikan sebesar 0,006 dan nilai t tabel 1,662. Oleh karena itu nilai t hitung $2,805 > \text{tabel } 1,662$ dan nilai signifikan $0,006 < \text{nilai taraf signifikan } 0,05$. Maka H2 diterima artinya kehandalan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 4.18 Uji t Daya Tanggap

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	30,738	3,473		8,850	,000
	daya tanggap	,236	,104	,227	2,263	,026

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Berdasarkan tabel 4.18 diperoleh nilai nilai t hitung sebesar 2,263 dengan nilai signifikan sebesar 0,026 dan nilai t tabel 1,662. Oleh karena itu nilai t hitung $2,263 > \text{tabel } 1,662$ dan nilai signifikan $0,026 < \text{nilai taraf signifikan } 0,05$. Maka H3 diterima artinya daya tanggap (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 4.19 Uji t Jaminan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26,925	5,670		4,749	,000
	jaminan	,286	,139	,208	2,057	,042

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Berdasarkan tabel 4.19 diperoleh nilai nilai t hitung sebesar 2,057 dengan nilai signifikan sebesar 0,42 dan nilai t tabel 1,662. Oleh karena itu nilai t hitung $2,057 > \text{tabel } 1,662$ dan nilai signifikan $0,042 < \text{nilai taraf signifikan } 0,05$. Maka H4 diterima artinya jaminan (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 4.20 Uji t Empati

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	30,525	3,771		8,094	,000
	empati	,175	,082	,216	2,140	,035

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Berdasarkan tabel 4.20 diperoleh nilai nilai t hitung sebesar 2,140 dengan nilai signifikan sebesar 0,035 dan nilai t tabel 1,662. Oleh karena itu nilai t hitung $2,140 > \text{tabel } 1,662$ dan nilai signifikan $0,035 < \text{nilai taraf signifikan } 0,05$. Maka H5 diterima artinya empati (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 4.21 Uji t Persepsi Harga

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26,487	5,681		4,663	,000
	persepsi harga	,296	,139	,215	2,130	,036

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Berdasarkan tabel 4.21 diperoleh nilai nilai t hitung sebesar 2,130 dengan nilai signifikan sebesar 0,036 dan nilai t tabel 1,662. Oleh karena itu nilai t hitung $2,130 > \text{tabel } 1,662$ dan nilai signifikan $0,036 < \text{nilai taraf signifikan } 0,05$. Maka H_6 diterima artinya persepsi harga (X6) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Apabila nilai F_{hitung} lebih besar daripada nilai F_{tabel} maka H_1 diterima, sebaliknya apabila nilai F_{hitung} lebih kecil daripada nilai F_{tabel} H_1 ditolak.

Tabel 4.22 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	377,905	6	62,984	115,974	,000 ^b
	Residual	48,335	89	,543		
	Total	426,240	95			

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

b. Predictors: (Constant), persepsi harga, bukti fisik, daya tanggap, empati, jaminan, kehandalan

Berdasarkan tabel 4.22 diperoleh F hitung sebesar 115,974 dengan nilai signifikansi 0,000. Sedangkan nilai F tabel dengan taraf signifikansi 5% (0,05) dengan $df_1 = k = 6$ dan $df_2 = n - k = 96 - 6 = 90$ adalah 2,20 . Oleh karena F hitung $>$ F tabel dan signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati , dan persepsi harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4. Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2013) koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur variabel-variabel dependen. Koefisien determinasi keseluruhan (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi yang diberikan oleh bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Jika R^2 yang mendekati satu maka dapat dikatakan semakin kuar variasi

variabel-variabel bebas menerangkan variabel terikat. Begitupun sebaliknya jika R tidak ada yang mendekati atau mendekati nol maka semakin lemah variasi variabel-variabel terikat.

Tabel 4.23 Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,942 ^a	,887	,879	,73695

a. Predictors: (Constant), persepsi harga, bukti fisik, daya tanggap, empati, jaminan, kehandalan

Berdasarkan tabel 4.23 Diperoleh nilai R^2 0,887 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bukti fisik (X1), kehandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), empati (X5), dan persepsi harga (X6) mempengaruhi kepuasan pelanggan (Y) sebesar 88,7% dan sisanya 11,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

D. Pembahasan

Penelitian ini merupakan penelitian yang menganalisis mengenai pengaruh kualitas pelayanan yang memiliki 5 dimensi yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan empati, dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak.

1. Pengaruh Bukti Fisik (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Dilihat dari uji hipotesis pertama pada variabel bukti fisik diketahui bahwa nilai regresi 0,157 bernilai positif sehingga variabel bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pembuktian hipotesis variabel bukti fisik dilakukan dengan uji t pada tabel 4.16 diperoleh t hitung $2,260 >$ tabel $1,662$ dan nilai signifikan $0,026 <$ nilai taraf signifikan $0,05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Motung dan Sepang, (2015) bahwa dimensi kualitas pelayanan berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan pada restoran Baruna Sanur. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti fisik yang ada pada Belimbing Resto dan Cafe. Bukti fisik adalah kemampuan bisnis untuk membuktikan keberadaannya kepada pihak ketiga (Djatola dan Hilal, 2023). Dalam hal ini pelaku bisnis perlu meningkatkan sarana dan prasarana fisik dan harus berevolusi mengikuti perkembangan zaman dan perkembangan pasar, yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan kepuasan pelanggan.

Selain itu melihat ancaman dari pesaing atau restoran lain juga perlu di perhatikan. Dalam hal ini maka Belimbing Resto dan

Cafe harus terus melakukan inovasi dalam sarana dan prasarana fisik dan keadaan lingkungan sekitar restoran agar menciptakan kenyamanan dan kelayakan bagi pelanggan yang berkunjung di Belimbing Resto dan Cafe. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin mendukung kondisi fisik pada Belimbing Resto dan Cafe, maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Penelitian ini mendukung dari teori Kolter (2012) bahwa kualitas pelayanan adalah totalitas dari kualitas barang dan jasa yang menunjukkan bahwa mereka memiliki kemampuan untuk memenuhi permintaan pelanggan. Pelaku usaha harus benar-benar memahami apa yang dibutuhkan pelanggan atas suatu produk yang dihasilkan. Dengan demikian kesesuaian pada kualitas sarana dan prasaran fisik serta suasana lingkungan Sekitar Belimbing Resto dan Cafe harus memenuhi syarat yang dijanjikan. Hal ini memberikan implikasi bahwa indikator dari variabel tangible bukti fisik yaitu penampilan petugas rapi dan professional, peralatan, perlengkapan dan sarana yang bersih , kondisi lingkungan gedung yang bersih dan nyaman, tempat parkir yang strategis dapat memengaruhi kenyamanan dan kelancaran dalam memberikan pelayanan kepada setiap pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari mayoritas responden menyatakan setuju atas pernyataan tersebut. artinya, kondisi fisik dari Belimbing Resto dan Cafe sudah sesuai dengan keinginan

pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin mendukung kondisi fisik pada Belimbing Resto dan Cafe, maka akan memengaruhi kepuasan pelanggan

Selain itu Pihak Belimbing Resto dan Cafe harus selalu mengikuti perkembangan pasar, agar tidak kalah saing dengan Restoran lain. Selanjutnya perusahaan harus bisa beradaptasi dengan konsumen agar dapat mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen, mengingat selera konsumen yang selalu berubah-ubah. Contohnya pada area makan yang nyaman, pastikan area makan menyediakan kursi yang nyaman, meja yang cukup besar, dan ruang yang cukup bagi pelanggan untuk bergerak. Perhatikan tata letak meja sehingga pelanggan dapat duduk dengan nyaman tanpa merasa terlalu sempit atau terlalu terbuka, kebersihan yang menyeluruh yaitu, jaga kebersihan restoran dengan baik, termasuk area makan, toilet, dan dapur. Pastikan semua area tetap bersih, rapi, dan bebas dari bau yang tidak sedap. Pelanggan akan merasa lebih nyaman dan terkesan dengan restoran yang bersih dan terawat dengan baik, dengan cara memberikan pelatihan kepada karyawan mengenai tata letak ruang nyaman dan kebersihan restoran dilatih oleh pihak restoran yaitu manajer yang berwenang memberikan training kepada karyawan.

Hal tersebut juga dapat dijadikan cara untuk peningkatan variabel bukti fisik untuk memenuhi kepuasan pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak .

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

Dilihat dari uji hipotesis kedua pada variabel kehandalan diketahui bahwa nilai regresi 0,346 bernilai positif sehingga variabel kehandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Pembuktian hasil hipotesis dengan uji t pada tabel 4.17 diperoleh nilai nilai t hitung sebesar 2,805 dengan nilai signifikan sebesar 0,006 dan nilai t tabel 1,662. Oleh karena itu nilai t hitung $2,805 > \text{tabel } 1,662$ dan nilai signifikan $0,006 < \text{nilai taraf signifikan } 0,05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel kehandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Jatra dan Utami, (2015) yang menunjukkan bahwa kehandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan yaitu kehandalan yang dimiliki karyawan Belimbing Resto dan Cafe. Maka semakin meningkatnya indikator kehandalan maka tingkat kepuasan pelanggan pun juga akan meningkat. Hal yang dilakukan pihak Belimbing Resto dan Cafe untuk terus meningkatkan kehandalan

setiap karyawannya yaitu dengan melakukan pelatihan kepada karyawan tentang bagaimana cara memperlakukan pelanggan agar pelanggan merasa puas.

Penelitian ini mendukung teori dari Kolter (2012) bahwa kualitas pelayanan adalah totalitas dari kualitas barang dan jasa yang menunjukkan bahwa mereka memiliki kemampuan untuk memenuhi permintaan pelanggan. Pelaku usaha harus benar-benar memahami apa yang dibutuhkan pelanggan atas suatu produk yang dihasilkan. Dalam hal ini upaya untuk mempertahankan pelanggan, yaitu dengan terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produk. Contohnya jika sebelumnya masih ada pelayanan yang kurang tepat dengan prosedur, maka sebaiknya ditingkatkan dengan memberikan pada pelatihan pada karyawan.

Selanjutnya hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kehandalan. Contohnya, konsistensi dengan kualitas makanan. ketersediaan menu yang lengkap, pastikan memiliki variasi menu yang mencukupi untuk memenuhi berbagai preferensi dan kebutuhan pelanggan, ketersediaan menu yang lengkap yaitu dengan restoran harus mempunyai standar mengenai kualitas makanan dan bahan baku yang digunakan. Hal tersebut juga dapat dijadikan cara untuk peningkatan variabel kehandalan untuk

memenuhi kepuasan pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak .

3. Pengaruh Daya Tanggap (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Dilihat dari uji hipotesis ketiga pada variabel daya tanggap diketahui bahwa nilai regresi 0,236 bernilai positif sehingga variabel daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pembuktian hipotesis variabel daya tanggap dilakukan dengan uji t pada tabel 4.18 diperoleh t hitung 2,263 > tabel 1,662 dan nilai signifikan 0,026 < nilai taraf signifikan 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Jatra dan Utami, (2015) yang meunjukkan bahwa daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan yaitu daya tanggap yang dimiliki karyawan Belimbing Resto dan Cafe. Maka semakin meningkatnya indikator daya tanggap maka tingkat kepuasan pelanggan pun juga akan meningkat. Hal yang dapat dilakukan pihak Belimbing Resto dan Cafe untuk terus meningkatkan daya tanggap seperti, memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dibutuhkan pelanggan, contohnya mendengarkan keluhan dari pelanggan, karyawan yang memiliki pengetahuan makanan dan

minuma yang tersedia dan yang tidak tersedia dan karyawan mampu memberikan solusi jika terjadi masalah. Dengan langkah tersebut pelanggan akan merasa puas dan percaya terhadap Belimbing Resto dan Cafe.

Penelitian ini mendukung teori dari Kolter (2012) bahwa kualitas pelayanan adalah totalitas dari kualitas barang dan jasa yang menunjukkan bahwa mereka memiliki kemampuan untuk memenuhi permintaan pelanggan. Pelaku usaha harus benar-benar memahami apa yang dibutuhkan pelanggan atas suatu produk yang dihasilkan. Dalam hal ini upaya untuk mempertahankan pelanggan, yaitu dengan terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produk. Contohnya jika sebelumnya masih ada masalah mengenai keluhan dari pelanggan segera di selesaikan dan segera meminta maaf kepada pelanggan.

Selanjutnya hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan daya tanggap, misalnya tanggapan cepat terhadap pertanyaan dan permintaan yaitu dengan melatih karyawan untuk merespons dengan cepat terhadap pertanyaan atau permintaan pelanggan. Berikan pelatihan keterampilan komunikasi yaitu berikan pelatihan kepada karyawan untuk meningkatkan keterampilan komunikasi mereka. Ini termasuk kemampuan mendengarkan dengan baik, tanggapan yang cepat terhadap keluhan, jika ada keluhan atau masalah yang diajukan pelanggan, tanggapi dengan

cepat dan profesional. memahami kebutuhan pelanggan, dan menyampaikan informasi dengan jelas. waktu tunggu yang terkendali yaitu usahakan agar pelanggan tidak harus menunggu terlalu lama untuk menerima pesanan mereka. Hal tersebut juga dapat dijadikan cara untuk peningkatan variabel daya tanggap untuk memenuhi kepuasan pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak.

4. Pengaruh Jaminan (X4) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Dilihat dari uji hipotesis keempat pada variabel jaminan diketahui bahwa nilai regresi 0,286 bernilai positif sehingga variabel jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pembuktian hipotesis variabel daya tanggap dilakukan dengan uji t pada tabel 4.19 diperoleh $t_{hitung} 2,057 > t_{tabel} 1,662$ dan nilai signifikan $0,042 < \text{nilai taraf signifikan } 0,05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Motung dan Sepang, (2015) yang menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan yaitu jaminan yang dimiliki Belimbing Resto dan Cafe. Maka semakin meningkatnya indikator jaminan maka tingkat

kepuasan pelanggan pun juga akan meningkat. Hal yang dilakukan pihak Belimbing Resto dan Cafe untuk terus meningkatkan jaminan terhadap kepercayaan yaitu mampu menanamkan kepercayaan kepada pelanggan. Dengan langkah tersebut pelanggan akan merasa aman dan percaya terhadap Belimbing Resto dan Cafe, sehingga kepuasan pelanggan akan terpenuhi.

Penelitian ini mendukung teori dari Kolter (2012) bahwa kualitas pelayanan adalah totalitas dari kualitas barang dan jasa yang menunjukkan bahwa mereka memiliki kemampuan untuk memenuhi permintaan pelanggan. Pelaku usaha harus benar-benar memahami apa yang dibutuhkan pelanggan atas suatu produk yang dihasilkan. Dalam hal ini upaya untuk mempertahankan pelanggan, yaitu dengan terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produk. Contohnya jika masih ada masalah menu yang datang tidak sesuai dari pihak restoran segera menggati dengan yang baru dan segera meminta maaf kepada pelanggan.

Selanjutnya hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan jaminan kepercayaan, misalnya jaga standar kualitas dalam persiapan makanan, bahan-bahan yang digunakan, dan teknik memasak yang konsisten. Pelanggan harus merasa yakin bahwa setiap kali mereka mengunjungi restoran, sumber bahan makanan

yang terpercaya yaitu usahakan untuk menggunakan bahan makanan berkualitas tinggi dan bekerja sama dengan pemasok yang terpercaya, pelatihan karyawan yang intensif yaitu pastikan karyawan mendapatkan pelatihan yang intensif tentang keamanan pangan, kebersihan, dan kualitas makanan. Pelatihan yang baik akan membantu meningkatkan kesadaran mereka terhadap pentingnya menjaga jaminan makanan. Karyawan yang terlatih dengan baik akan mampu menjaga kualitas dan keamanan makanan dengan lebih baik. Hal tersebut juga dapat dijadikan cara untuk peningkatan variabel jaminan untuk memenuhi kepuasan pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak.

5. Pengaruh Empati (X5) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Dilihat dari uji hipotesis kelima pada variabel jaminan diketahui bahwa nilai regresi 0,175 bernilai positif sehingga variabel jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pembuktian hipotesis variabel daya tanggap dilakukan dengan uji t pada tabel 4.20 diperoleh t hitung 2,140 > tabel 1,662 dan nilai signifikan 0,035 < nilai taraf signifikan 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Jatra dan Utami, (2015) yang menunjukkan bahwa empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan yaitu empati yang dimiliki karyawan Belimbing Resto dan Cafe. Maka semakin meningkatnya indikator jaminan maka tingkat kepuasan pelanggan pun juga akan meningkat. Empati yaitu Tingkat kemampuan untuk memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan dengan cara memahami kebutuhan mereka. Utami dan Surya (2015). Hal yang dapat dilakukan pihak Belimbing Resto dan Cafe untuk terus meningkatkan empati seperti, memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dibutuhkan pelanggan, contohnya karyawan memperlakukan pelanggan dengan ramah, memahami kebutuhan spesifik pelanggan. Karyawan yang mudah dihubungi. Dengan langkah tersebut pelanggan akan merasa puas dan percaya terhadap Belimbing Resto dan Cafe.

Penelitian ini mendukung teori dari Kolter (2012) bahwa kualitas pelayanan adalah totalitas dari kualitas barang dan jasa yang menunjukkan bahwa mereka memiliki kemampuan untuk memenuhi permintaan pelanggan. Pelaku usaha harus benar-benar memahami apa yang dibutuhkan pelanggan atas suatu produk yang dihasilkan. Dalam hal ini upaya untuk mempertahankan pelanggan, yaitu dengan terus berinovasi dan

meningkatkan kualitas produk. Contohnya selalu mementingkan keperluan pelanggan dan perhatian terhadap pelanggan.

Selanjutnya hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan empati, misalnya sambutan hangat dan ramah yaitu dengan ajak karyawan untuk memberikan sambutan yang hangat dan ramah kepada setiap pelanggan yang masuk, memberikan perhatian penuh kepada pelanggan, memahami kebutuhan mereka, dan memberikan respon yang relevan, evaluasi kinerja dan umpan balik yaitu dengan memberikan pengakuan kepada karyawan yang telah menunjukkan sikap empatik dan memberikan pelayanan yang baik. Hal tersebut juga dapat dijadikan cara untuk peningkatan variabel empati untuk memenuhi kepuasan pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak.

6. Pengaruh Persepsi Harga (X6) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Dilihat dari uji hipotesis kelima pada variabel persepsi harga diketahui bahwa nilai regresi 0,296 bernilai positif sehingga variabel persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pembuktian hipotesis variabel daya tanggap dilakukan dengan uji t pada tabel 4.21 diperoleh t hitung $2,130 > \text{tabel } 1,662$ dan nilai signifikan $0,036 < \text{nilai taraf signifikan } 0,05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Montung dan Sepang, (2015) dimana dalam penelitian tersebut menemukan bahwa persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Yang artinya apabila harga sebagai bahan pertimbangan dalam pembelian suatu produk. Jadi penyesuaian harga dengan manfaat juga akan juga akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Keterjangkauan harga akan mempengaruhi perilaku pelanggan untuk merasa puas dan berkunjung kembali ke Belimbing Resto dan Cafe. Oleh karena itu, penetapan harga harus sesuai dengan kualitas produk dan dapat dijangkau pelanggan. Hasil temuan penelitian ini memberikan informasi bahwa persepsi terhadap harga yang ditawarkan untuk menu makanan dan minuman pada Belimbing Resto dan Cafe dirasakan terjangkau oleh pelanggan . Selain itu pelanggan juga menganggap bahwa adanya kesesuaian antara harga dengan kualitas yang ditawarkan serta manfaat yang langsung dirasakan oleh responden.

Penelitian ini mendukung teori harga menurut Menurut Kolter & Amstrong, (2013:151) dalam Maimunah (2019) bahwa harga adalah jumlah uang yang akan dibebankan kepada konsumen untuk barang atau jasa yang mereka tukarkan dengan menggunakan produk dan jasa. Pihak restoran harus menetapkan harga sesuai kualitas produk, sehingga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam berkunjung ke Belimbing Resto dan

Cafe. Hal tersebut membuat harga menjadi elemen yang penting bagi Bisnis kuliner untuk mendapatkan keuntungan. Selain itu daya saing harga juga akan mempengaruhi tingkat penjualan.

Dalam hal ini mahal atau murahnya harga suatu produk akan menjadi pertimbangan pelanggan untuk merasa puas dan berkunjung kembali ke Belimbing Resto dan Cafe. Oleh karena itu, penetapan harga harus sesuai dengan kualitas produk dan dapat dijangkau pelanggan. Hasil temuan penelitian ini memberikan informasi bahwa persepsi terhadap harga yang ditawarkan untuk menu makanan dan minuman pada Belimbing Resto dan Cafe dirasakan terjangkau oleh pelanggan. Selain itu pelanggan juga menganggap bahwa adanya kesesuaian antara harga dengan kualitas yang ditawarkan serta manfaat yang langsung dirasakan oleh responden.

Selanjutnya hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan persepsi harga, misalnya transparansi harga dengan memastikan harga menu dan item makanan yang ditawarkan secara jelas dan transparan. Hindari menyembunyikan biaya tambahan atau biaya tersembunyi yang dapat mengejutkan pelanggan. sediakan pilihan harga yang beragam di menu misalnya menawarkan menu dengan porsi yang lebih kecil atau paket menu yang lebih terjangkau, pastikan harga yang ditawarkan seimbang dan bersaing dengan restoran lain dalam hal kualitas dan pengalaman yang ditawarkan. Hal tersebut juga dapat dijadikan cara untuk peningkatan variabel

persepsi harga untuk memenuhi kepuasan pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak.

7. Pengaruh Bukti Fisik (X1), Kehandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4), Empati (X5) dan Persepsi Harga (X6) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketujuh bahwa bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 115,974 dan nilai F tabel 2,20. Selain itu nilai signifikansinya sebesar 0,000 dan nilai taraf signifikansinya 0,05. Dapat disimpulkan $F_{hitung} 115,974 > F_{tabel} 2,20$ dan nilai signifikansi $0,000 < \text{nilai taraf signifikansi } 0,05$. Maka hipotesis ketujuh diterima yang artinya bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak.

Hal ini dapat menjadi acuan atau kontribusi bagi perusahaan yang berarti apabila bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan persepsi harga ditingkatkan maka faktor kepuasan pelanggan akan naik. Namun sebaliknya apabila faktor bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan persepsi harga menurun juga akan menurunkan kepuasan pelanggan. Keenam faktor tersebut mempengaruhi sebesar sebesar 88,7% dan sisanya 11,3% dipengaruhi oleh faktor lain.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak. Artinya semakin tinggi bukti fisik maka kepuasan pelanggan akan meningkat.
2. Keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak. Artinya semakin tinggi keandalan maka kepuasan pelanggan akan meningkat.
3. Daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak. Artinya semakin tinggi daya tanggap maka kepuasan pelanggan akan meningkat.
4. Jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak. Artinya semakin tinggi jaminan maka kepuasan pelanggan akan meningkat.
5. Empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak. Artinya semakin tinggi empati maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

6. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak. Artinya semakin tinggi persepsi harga maka kepuasan pelanggan akan meningkat.
7. Bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak. Artinya semakin tinggi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan persepsi harga maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

B. Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ada beberapa indikator yang menjadi tolak ukur antara lain peralatan dan fasilitas yang lengkap dan nyaman, bangunan atau tempat yang memadai dan nyaman, profil petugas/karyawan yang ramah dan rapih. Saran yang diberikan untuk perusahaan yaitu, mengingat profil petugas/karyawan mendapat rata-rata nilai terendah, maka perusahaan perlu menetapkan standar pakaian dan penampilan yang jelas untuk karyawan restoran . Pastikan mereka mengenakan seragam yang rapi dan bersih serta menjaga penampilan pribadi yang profesional dan pelatihan dalam menjaga sikap ramah, keramahan, dan kesopanan terhadap pelanggan. Selanjutnya pada indikator kelebihan peralatan dan fasilitas yang lengkap dan nyaman dengan rata-rata tertinggi saran yang diberikan untuk perusahaan yaitu sebaiknya pertahankan kelebihan fasilitas yang telah di miliki dan selalu

berinovasi sesuai perkembangan zaman. Dalam hal tersebut maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

2. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kehandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ada beberapa indikator yang menjadi tolak ukur antara lain ketepatan pelayanan, kesesuaian pelayanan dengan prosedur, konsisten tidak pilih. Saran yang diberikan untuk perusahaan yaitu, mengingat kesesuaian pelaksanaan dengan prosedur mendapat rata-rata nilai terendah, maka perusahaan perlu memberikan pelatihan praktik dan simulasi yaitu lakukan pelatihan praktik dan simulasi di tempat kerja untuk membantu karyawan menerapkan prosedur pelayanan dengan baik.. Selanjutnya pada indikator konsisten tidak pilih kasih dengan rata-rata tertinggi saran yang diberikan untuk perusahaan yaitu sebaiknya pertahankan kelebihan yang telah di miliki dan selalu meningkatkan kualitas pelayanan. Dalam hal tersebut maka kepuasan pelanggan akan meningkat.
3. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ada beberapa indikator yang menjadi tolak ukur antara lain penanganan keluhan, pengetahuan karyawan, pelayanan terbaik. Saran yang diberikan untuk perusahaan yaitu, mengingat pelayanan mendapat rata-rata nilai terendah, maka perusahaan perlu melatih karyawan untuk mendengarkan dengan baik, merespons dengan cepat, dan memberikan perhatian khusus terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan. Selanjutnya pada indikator

penanganan keluhan dengan rata-rata tertinggi saran yang diberikan untuk perusahaan yaitu sebaiknya pertahankan kelebihan yang telah dimiliki dan selalu meningkatkan kualitas pelayanan. Dalam hal tersebut maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

4. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ada beberapa indikator yang menjadi tolak ukur antara lain kejujuran, kesopanan, kepercayaan. Saran yang diberikan untuk perusahaan yaitu, mengingat kesopanan rata-rata nilai terendah, maka perusahaan perlu melatih karyawan untuk selalu menyambut pelanggan dengan ramah. Sapaan yang ramah dan senyuman dapat menciptakan suasana yang menyenangkan dan menyambut bagi pelanggan. Ajarkan mereka untuk menggunakan ungkapan sopan seperti "Selamat datang" atau "Terima kasih telah datang.". Selanjutnya pada indikator kepercayaan dengan rata-rata tertinggi saran yang diberikan untuk perusahaan yaitu sebaiknya pertahankan kelebihan yang telah dimiliki dan selalu meningkatkan kualitas pelayanan. Dalam hal tersebut maka kepuasan pelanggan akan meningkat.
5. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ada beberapa indikator yang menjadi tolak ukur antara lain, komunikasi yang baik, perhatian terhadap konsumen, senyum sapa salam. Saran yang diberikan untuk perusahaan yaitu, mengingat senyum sapa salam

mendapat rata-rata nilai terendah, maka perusahaan perlu menyediakan pelatihan kepada karyawan mengenai pentingnya senyum, salam, dan sapaan yang ramah dalam pelayanan pelanggan. Ajari mereka teknik-teknik untuk senyum yang tulus, mengucapkan salam dengan sopan, dan memberikan sapaan yang ramah kepada pelanggan. Selanjutnya pada indikator konsisten tidak pilih kasih dengan rata-rata tertinggi saran yang diberikan untuk perusahaan yaitu sebaiknya pertahankan kelebihan yang telah di miliki dan selalu meningkatkan kualitas pelayanan. Dalam hal tersebut maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

6. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ada beberapa indikator yang menjadi tolak ukur antara lain keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk/jasa, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat. Saran yang diberikan untuk perusahaan yaitu, mengingat kesesuaian harga dengan manfaat mendapat rata-rata nilai terendah, maka perusahaan perlu meningkatkan kualitas produk dan menetapkan harga yang sesuai dengan manfaat yang diberikan, sehingga akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Selanjutnya pada indikator keterjangkauan harga dengan nilai rata-rata tertinggi. Dalam hal ini maka perusahaan harus mempertahankan dengan selalu memberikan harga yang terjangkau pada produk yang ditawarkan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak, sehingga akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

7. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas lingkup penelitian pada restoran lain, selain itu bisa juga meneliti variabel lain yang belum diteliti di penelitian ini, misalnya cita rasa, promosi, store atmosphere dan loyalitas konsumen. Sehingga hasilnya dapat dibandingkan dengan hasil penelitian sebelumnya. Mengingat pada penelitian ini masih banyak kekurangan dan kelemahan antara lain, hanya memakai populasi dan sampel yang sangat terbatas, dan hanya menggunakan 6 variabel independen yaitu, (5 dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jamina, empati dan persepsi harga). Untuk penelitian yang akan datang diharapkan untuk memperluas lingkup penelitian. Hal ini dilakukan agar jumlah sampel yang diteliti semakin banyak dan menghasilkan penelitian yang bisa lebih menggambarkan dari seluruh populasi yang ada.

DAFTAR PUSTAKA


- Gani, A., & Oroh, A. N. H. (2021). The Effect Of Product Quality, Service Quality And Price On Customer Satisfaction At Loki Store. *Kne Social Sciences*, 116-128.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gumussoy, C. A., & Koseoglu, B. (2016). The Effects Of Service Quality, Perceived Value And Price Fairness On Hotel Customers' Satisfaction And Loyalty. *Journal Of Economics, Business And Management*, 4(9), 523-527.
- Hermawan, B., Basalamah, S., Djamereng, A., & Plyriadi, A. (2017). Effect Of Service Quality And Price Perception On Corporate Image, Customer Satisfaction And Customer Loyalty Among Mobile Telecommunication Services Provider.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. unitomo press.
- Jannah, C., & Alhazami, L. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen CV. Sumber Garuda Mas. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*, 1(2), 029-045.
- Jatra, I. M., & Utami, S. I. A. I. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pelanggan Restoran Baruna Sarnur. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(7), 1984-2000.
- Kotler Dan Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Dan 2, Edisi 12*. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran. Jilid Kedua*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler. 2009. *Manajemen Pemasaran (Edisi 13)*. Penerbit Erlangga.
- Latif, F. F. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dimsum Ratu Tulungagung. *Jurnal Cita Ekonomika*, 16(2), 60-76.
- Liman, P., Alfani, M., & Sulastini, S. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Minyak Goreng Kemasan Cv. Indo Sari Abadi. *Al-KALAM: Jurnal Komunikasi, Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 95-107.

- Maemunah, S. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *Iqtishadequity*, Vol 1(No. 2), 57–68
- Marpaung, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Persepsi Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Roti Zoya.
- Minta, S. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Masyarakat Di Provinsi Aceh (Doctoral Dissertation, UIN Ar-Raniry).
- Mutiara, S., Hamid, R. S., & Suardi, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Persepsi Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 411-427.
- Pamela Montung, Jantje Sepang, D. A. 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Kawan Baru. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(5), 678–689.
- Pamela Montung, Jantje Sepang, D. A. 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Kawan Baru. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(5), 678–689.
- Parasuraman, A. 1988. "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality", *Journal Of Retailing*, Vol. 64, P. 31–43.
- Prasetyo, M. D., Susanto, S., & Maharani, B. D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 23-32.
- Purnomo, A., & Wibowo, A. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Study Kasus Pada Warung Bakso Dan Mie Ayam Mas Punung) (Doctoral Dissertation, Stie Widya Wiwaha).
- Putra, G. P., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2013 Dan 2014 Universitas Brawijaya Yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus) (Doctoral Dissertation, Brawijaya University).
- Sari, A. P. (2020). Pengaruh Pelayanan Prima Dan Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Makan Place Di Them Zuri Hotel Palembang (Doctoral Dissertation, Politeknik Negeri Sriwijaya).
- Sasongko, F., & Subagio, H. (2013). Manajemen Pemasaran Internasional Jilid II Salemba Empat. *Jurnal Manajemen Pemasaran PETRA*, 1(1), 186.
- Sugianto, J., & Sugiharto, S. (2013). Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality, Dan Price Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), 1-10.

- Sugiono, (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Cetakan Ke-14. Alfabeta, Bandung.
- Surya, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Di Cafe Mawar Desa Cinta Makmur Kecamatan Panai Hulu Kabupaten Labuhanbatu. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 1(2), 311-326.
- Suryani, A. (2013). Analisis Resepsi Penonton Atas Popularitas Instan Video Youtube Keong Racun Sinta Dan Jojoe. *Jurnal The Messenger*, 5(1), 39-45.
- Syahputra, S., & Andjarwati, A. L. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Experiential Marketing Terhadap Niat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengunjung Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar). Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(1), 265-272.
- Tjiptono. (2012). *Strategi Pemasaran (Edisi 3)*. Yogyakarta: ANDI.
- Tombeng, B., Roring, F., & Rumokoy, F. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1).
- Utomo, P., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan (Studi Pada Pelanggan Antariksa Coffeeshop Semarang). *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 17(1), 40-60.
- Wiedyani, A. H., & Prabowo, R. E. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Api Argo Muria Jurusan Semarang Tawang-Jakarta Gambir.
- Wulanjani, H., & Derriawan, D. (2017). Dampak Utilitarian Value Dan Experiential Marketing Terhadap Customer Satisfaction Dan Revisit Intention. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(2), 121-130.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Pengajuan Judul Skripsi



UNIVERSITAS PGRI SEMARANG
FAKULTAS PENDIDIKAN IPS DAN KEOLAHRAGAAN
 Program Studi Pendidikan Ekonomi
 Jl. Gajah Raya No. 40 Semarang

USULAN TEMA/JUDUL SKRIPSI DAN PEMBIMBING

Yth. Ketua Program Studi
Pendidikan Ekonomi

Dengan hormat,

Yang bertanda tangan dibawah ini,

N a m a : Kiki Aulia

N P M : 19220030

bermaksud mengajukan tema skripsi dengan judul :

Pengaruh Kualitas Pelayanan, persepsi Harga dan Cita rasa terhadap Kepuasan Pelanggan di Resto Belimbing dan Cafe kabupaten Demak

Selanjutnya, untuk penentuan dosen pembimbing skripsi kami serahkan sepenuhnya kepada Ketua Program Studi, dengan keputusan pembimbing :

1. Novika Wahyuastuti, SE, M.Si
2. Aryan Eka PN, SE, M.Pd

Menyetujui,

Semarang, 21 November 2022

Ketua Program Studi,

Yang mengajukan,

Novika Wahyuastuti, S.E., M.Si
NIP 197811192005012002

Kiki Aulia

DAFTAR PEMBIMBING

1. Dr. Endang Wuryandini, M.Pd	6. Aryan Eka Prastya Nugraha, S.E., M.Si
2. Antono Herry Purnomo Adhi S.E., M.Si	7. Riyanto, S.E., M.Si
3. Novika Wahyuastuti, S.E., M.Si	8. Valdyan Drifanda, S.Pd., M.Pd
4. Dwi Prasetyo Hadi, S.E., M.Si	9. Dr. Mahmud Yunus, S.Pd., M.Pd
5. David Firma Setiawan, S.Pd., M.Pd	

Lampiran 2. Persetujuan Proposal Skripsi

PERSETUJUAN PROPOSAL SKRIPSI

Proposal skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak", disusun oleh :

Nama : KIKI AULIA

Npm : 19220030

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Fakultas : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial dan Keolahragaan

Telah disetujui dan sahkan pada:

Hari :

Tanggal :

Pembimbing I

Pembimbing II



Novika Wahyuhastuti, S.E, M.Si

NIP 1978111920050012002



Aryan Eka P.N, S.E, MM

NPP 158901497

Mengetahui

Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi



Novika Wahyuhastuti, S.E, M.Si

NIP 1978111920050012002

Lampiran 3. Surat Izin Penelitian



UNIVERSITAS PGRI SEMARANG
FAKULTAS PENDIDIKAN IPS DAN KEOLAHRAGAAN
Jl. Gajah Raya No. 40 Semarang. Telp : (024) 8316377, 8448217

Nomor : 266 /AM/FPIPSKR/VI/2023
Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Semarang, 21 Juni 2023

Yth. Manager Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak
di Demak

Kami beritahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa kami :

N a m a : KIKI AULIA
N P M : 19220030
Fak. / Program Studi : FPIPSKR / Pend. Ekonomi

Akan mengadakan penelitian dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DI BELIMBING RESTO DAN CAFE KABUPATEN DEMAK**

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon perkenan Bapak/Ibu
memberikan ijin mahasiswa tersebut untuk melakukan penelitian.

Atas perkenan dan kerjasama yang baik, kami ucapkan terima kasih.



D e k a n,

Dr. Agus Sutono, S.Fil., M.Phil
NPP 107801284



Lampiran 4. Kuesioner Uji Coba

KUESIONER PENELITIAN

Assalamu’alaikum wr.wb.

Perkenalkan saya Kiki Aulia. Mahasiswa Pendidikan Ekonomi 2019 Universitas PGRI Semarang. Saat ini saya sedang melakukan penelitian guna memperoleh data untuk tugas akhir skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak ". Disini saya memohon kesediaan saudara/i untuk melakukan pengisian kuesioner atau angket pada penelitian ini. Informasi atau jawaban yang saudara/i berikan sangat berharga dan membantu keberhasilan dalam menyelesaikan penelitian ini.

Segala bentuk informasi pribadi milik responden akan dijamin kerahasiaannya. Atas bantuan dan kesediaan yang saudara/i berikan saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

Wassalamu’alaikum wr.wb.

A. IDENTITAS RESPONDEN

- Nama(tidak wajib diisi) :
- Jenis Kelamin :
- Umur :
- Pekerjaan : a. Pelajar/Mahasiswa b.Pegawai Negeri
 c. Wiraswasta d.Pegawai Swasta
 e. Petani/Pedagang f.Lain-lain (sebutkan)
- Pendapatan : a. < Rp. 1 Juta b.Rp. 1.1 Juta-Rp. 2,5Juta
 c. Rp. 2,6 Juta- Rp. 3,1 Juta d.Rp. 3,1 Juta- 5 Juta
 e. > Rp. 5 Juta
- Berapa kali anda berkunjung ke Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak:
 - a. Kurang dari 2 (dua) kali
 - b. 2 (dua) kali
 - c. Lebih dari 2 (dua) kali

Jika anda menjawab 2 KALI atau LEBIH DARI 2 KALI, silahkan lanjutkan mengisi kuesioner, namun jika menjawab KURANG DARI 2 KALI berhenti untuk mengisi kuesioner

B. PETUNJUK PENGISIAN

- Berikan tanda checklist (√) untuk setiap jawaban dari pernyataan yang paling tepat menurut anda.
- Setiap pernyataan mempunyai lima alternatif jawaban, yaitu :
 1. STS : Sangat Tidak Setuju
 2. TS : Tidak Setuju
 3. S : Setuju
 4. SS : Sangat Setuju

C. PERNYATAAN PENELITIAN

1. Variabel Bukti Fisik (X1)

No	Pernyataan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
	Peralatan dan fasilitas yang lengkap dan nyaman (X1.1)	1	2	3	4
1.	Restoran memiliki tempat parkir yang luas				
2.	Restoran memiliki tempat parkir yang nyaman				
3.	Tempat ibadah/mushola di restoran ini bersih dan nyaman				
4.	Fasilitas internet wifi di restoran ini lancar				
5.	Kondisi toilet di restoran ini nyaman dan bersih				
6.	Meja di restoran ini ditata dengan rapi				
7.	Kursi di restoran ini ditata dengan rapi				
8.	Peralatan makan yang dimiliki restoran bersih dan higienis				
9.	Restoran memiliki tempat cuci tangan yang bersih				
10.	Restoran memiliki kipas angin yang memadai di setiap ruang makan				
11.	Restoran memiliki kipas angin yang berfungsi dengan baik di setiap ruang makan				
12.	Restoran mempunyai ruang makan yang bersih				

13.	Restoran mempunyai ruang makan yang nyaman				
14.	Restoran mempunyai taman yang bersih				
15.	Restoran mempunyai ruang makan vip yang nyaman				
16.	Restoran mempunyai ruang makan vvip yang nyaman				
17.	Tempat yang nyaman untuk berinteraksi dengan teman atau kerabat				
18.	Karyawan berpenampilan rapi				
19.	Penampilan karyawan terlihat seragam				
20.	Karyawan menyapa pelanggan dengan ramah				

2. Variabel Keandalan (X2)

No	Pernyataan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1.	Tepat dalam memberikan pelayanan				
2.	Menu yang disajikan selalu sesuai dengan menu yang dipesan				
3.	Menu yang disajikan sesuai dengan gambar yang ada dalam daftar menu				
4.	Jam buka tutup restoran sesuai dengan informasi				
5.	Karyawan melakukan pelayanan dengan cepat				
6.	Karyawan tanggap dalam menerima pesanan				
7.	Karyawan cekatan dalam melayani pelanggan				
8.	Karyawan mengutamakan kepentingan pelanggan				
9.	Meskipun sedang sibuk karyawan selalu mau membantu pelanggan yang kesulitan				
10.	Karyawan melayani pelanggan tanpa memandang status sosial				

3. Variabel Daya Tanggap(X3)

No	Pernyataan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1.	Karyawan selalu mendengarkan dan menerima keluhan dari pelanggan				
2.	karyawan merespon dengan cepat keluhan yang diterima dari pelanggan				
3.	Karyawan segera meminta maaf jika terjadi kesalahan				
4.	Solusi yang di berikan karyawan dapat mengatasi masalah				
5.	Karyawan mampu menjawab pertanyaan pelanggan				
6.	Karyawan restoran memiliki pengetahuan yang memadai tentang menu makanan dan minuman yang disajikan.				
7.	Karyawan mampu memberikan informasi mengenai produk yang tersedia				
8.	Karyawan segera mempersilahkan duduk dan memberikan menu ketika pelanggan datang				
9.	Karyawan memberikan penjelasan yang jelas dan komunikatif tentang menu dan layanan yang disediakan.				
10	Menu datang dalam waktu yang tidak terlalu lama				

4. Variabel Jaminan (X4)

No	Pernyataan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1.	Kasir melayani proses pembayaran dengan tepat dan teliti				
2.	Pihak restoran memeberikan jaminan penggantian menu makanan jika ditemukan makanan yang kurang sesuai				
3.	Restoran menyajikan makanan bersih dan higienis				
4.	Restoran menyajikan minuman bersih dan higienis				
5.	Karyawan menyapa dengan sopan ketika saya tiba di restoran.				

6.	Karyawan bersikap sopan saat melayani pelanggan				
7.	Karyawan yang bersikap sopan dapat mempengaruhi kepuasan saya terhadap pelayanan restoran ini.				
8.	Pelanggan merasa aman saat akan melakukan transaksi pembayaran				
9.	Makanan yang disajikan di Belimbing Resto dan Cafe selalu baru				
10.	Bahan baku yang digunakan selalu segar				
11.	Proses produksi dapat di percaya				
12.	Restoran memiliki tempat parkir yang aman				
13.	Makanan yang disajikan di Belimbing Resto dan Cafe halal				
14.	Minuman yang disajikan di Belimbing Resto dan Cafe halal				

5. Variabel Empati (X5)

No	Pernyataan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1.	Karyawan mampu memberikan saran menu terbaik				
2.	Karyawan memberi informasi yang jelas dan mudah dimengerti oleh pelanggan				
3.	Karyawan memberi informasi dengan antusias dan sopan				
4.	Restoran memiliki situs media sosial yang dapat diakses pelanggan				
5.	Pihak restoran cepat merespon via media sosial				
6.	Karyawan memperhatikan pelanggan secara individu				
7.	Karyawan perhatian dengan kritik dan saran yang diberikan oleh pelanggan				
8.	Karyawan bersungguh-sungguh dalam mengutamakan kepentingan pelanggan				
9.	Restoran mempunyai jam operasional yang nyaman untuk semua pelanggan				
10.	Saya merasa senang ketika disambut dengan senyum oleh karyawan restoran.				
11.	Saya merasa nyaman ketika mendapat sapaan ramah dari karyawan restoran				

12.	Saya merasa dihargai sebagai pelanggan ketika karyawan restoran memberikan salam				
-----	--	--	--	--	--

6. Variabel Persepsi Harga (X6)

No	Pernyataan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1.	Saya merasa harga produk yang ditawarkan di Belimbing Resto dan Cafe cocok untuk lingkungan sekitar				
2.	Saya ingin berkunjung kembali karena Harga produk di Belimbing Resto dan Cafe terjangkau				
3.	Saya merasa harga yang ditawarkan di Belimbing Resto dan Cafe sesuai dengan kemampuan daya beli saya				
4.	Saya merasa harga yang ditawarkan di Belimbing Resto dan Cafe sesuai dengan makanan yang disajikan				
5.	Saya merasa harga yang ditawarkan di Belimbing Resto dan Cafe sesuai dengan minuman yang disajikan				
6.	Saya merasa harga yang ditawarkan di Belimbing Resto dan Cafe sesuai dengan pelayanan				
7.	Harga produk di Belimbing Resto dan Cafe bersaing dengan restoran lain				
8.	Harga produk di Belimbing Resto dan Cafe lebih baik dibandingkan restoran lainnya				
9.	Harga produk di Belimbing Resto lebih ekonomis dibandingkan restoran lainnya				
10.	Saya merasa harga yang ditawarkan sebanding dengan manfaat yang dirasakan				
11.	Saya merasa harga makanan di Belimbing Resto dan Cafe wajar dibandingkan dengan hasil didapatkan				
12.	Saya merasa harga minuman di Belimbing Resto dan Cafe wajar dibandingkan dengan hasil didapatkan				
13.	Menurut saya harga yang ditawarkan sesuai dengan fasilitas yang diberikan				

7. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1.	Saya merasa puas dengan cita rasa makanan yang disajikan Belimbing Resto dan Cafe				
2.	Saya merasa puas dengan cita rasa minuman yang disajikan Belimbing Resto dan Cafe				
3.	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan Belimbing Resto dan Cafe				
4.	Saya merasa puas dengan harga yang ditawarkan Belimbing Resto dan Cafe				
5.	Saya akan berkunjung kembali ke Belimbing Resto dan Cafe				
6.	Saya berniat berkunjung kembali karena pelayanan yang baik				
7.	Saya berkeinginan untuk berkunjung kembali karena harga terjangkau				
8.	Saya akan berkunjung kembali karena tertarik dengan variasi menu yang ditawarkan				
9.	Saya akan menjadi pelanggan tetap di Belimbing Resto dan Cafe				
10.	Saya akan merekomendasikan Belimbing Resto dan Cafe kepada orang lain				
11.	Saya akan merekomendasikan Belimbing Resto dan Cafe sebagai pilihan utama kepada orang lain				
12.	Saya akan merekomendasikan menu makanan dan minuman Belimbing Resto dan Cafe kepada orang lain				

Lampiran 5. Data Tabulasi Uji Coba Bukti Fisik (X1)

N O	Bukti Fisik																				TOTALX 1	
	X 1	X 2	X 3	X 4	X 5	X 6	X 7	X 8	X 9	X1 0	X1 1	X1 2	X1 3	X1 4	X1 5	X1 6	X1 7	X1 8	X1 9	X2 0		
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	79
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	74
4	4	2	3	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4	3	3	68
5	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	3	2	2	39
6	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
7	3	3	3	3	4	3	3	2	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	66
8	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
10	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	67
11	4	1	3	1	3	3	3	4	2	3	2	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	59
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
14	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	64
15	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	76
16	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	68
17	2	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	57
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
19	2	2	3	1	3	2	3	4	3	2	3	2	3	3	2	3	4	4	3	2	2	54
20	3	2	3	1	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	2	3	3	4	2	2	58
21	4	3	4	1	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	62
22	4	3	4	1	3	3	3	4	3	2	2	3	4	3	3	4	4	3	4	2	2	62
23	4	3	4	1	3	4	3	4	2	4	3	2	3	4	2	3	4	3	4	3	3	63

24	3	3	4	1	4	2	3	2	3	4	3	3	4	3	4	2	3	4	2	4	61
25	4	3	4	2	3	3	4	3	4	4	4	3	3	2	4	4	3	3	2	2	64
26	4	3	3	4	4	3	4	2	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	68
27	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	67
28	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	2	4	64
29	3	4	3	4	3	3	4	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	4	3	2	64
30	3	4	3	4	2	2	2	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	61

Lampiran 6. Data Tabulasi Uji Coba Kehandalan (X2)

No	Kehandalan										Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	
1	3	4	2	3	2	3	3	3	2	2	27
2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	38
3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	36
4	4	3	2	4	3	3	4	2	3	4	32
5	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	20
6	3	2	3	4	4	4	3	3	4	4	34
7	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	29
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
9	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	31
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
11	3	4	2	4	3	4	3	1	2	4	30
12	3	3	3	4	4	2	2	3	2	4	30
13	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	33
14	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	33
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
16	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	34
17	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	29
18	3	4	2	3	2	3	2	3	2	3	27
19	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	28
20	3	4	2	4	3	3	2	3	2	4	30
21	3	4	2	4	2	3	3	2	3	4	30
22	2	3	3	4	2	3	2	3	4	4	30
23	2	3	3	4	3	2	3	2	3	4	29

24	3	4	2	4	3	2	4	4	3	4	33
25	3	4	2	3	4	2	3	4	3	2	30
26	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	35
27	3	2	3	3	4	2	3	2	4	4	30
28	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	34
29	3	4	2	3	3	4	3	2	3	2	29
30	4	2	3	4	2	4	3	3	4	3	32

Lampiran 7. Data Tabulasi Uji Coba Daya Tanggap (X3)

No	Daya Tanggap										Total X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	
1	3	2	4	3	3	3	3	4	3	2	30
2	3	2	4	3	1	3	3	1	4	2	26
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	2	3	4	2	3	4	4	3	2	2	29
5	1	1	2	1	2	1	2	3	2	1	16
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
7	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
9	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	29
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
11	2	2	3	2	3	4	4	4	2	1	27
12	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	34
13	3	2	3	4	3	4	3	3	2	4	31
14	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	34
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
16	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	31
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	29
18	3	2	3	3	3	3	4	2	2	2	27
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
20	3	3	4	2	3	3	4	3	4	2	31
21	3	2	3	3	4	4	3	2	2	2	28
22	2	3	4	4	3	2	3	2	3	1	27
23	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
24	3	4	2	4	3	2	3	4	4	3	32

25	3	4	2	3	4	3	2	3	3	4	31
26	3	3	4	2	3	2	3	4	2	2	28
27	3	4	3	2	3	2	4	3	2	3	29
28	3	2	2	3	2	4	3	4	3	3	29
39	1	1	2	3	2	3	4	3	3	2	24
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

Lampiran 8. Data Tabulasi Uji Coba Jaminan (X4)

No	Jaminan														Total X4
	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	X4.7	X4.8	X4.9	X4.10	X4.11	X4.12	X4.13	X4.14	
1	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	52
2	3	4	2	4	2	3	3	2	4	3	2	4	4	4	44
3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	28
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42
7	3	2	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	44
8	4	4	3	3	2	2	4	4	3	2	4	4	4	4	47
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42
10	3	3	3	3	4	2	3	4	3	4	2	2	4	3	43
11	2	3	4	4	3	4	2	4	4	4	3	4	4	4	49
12	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	50
13	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	45
14	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	46
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	44
17	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	4	4	45
18	4	2	3	3	2	3	4	3	2	3	3	3	3	3	41
19	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	46
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
21	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	49
22	4	3	4	3	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	47
23	3	2	3	3	4	3	4	4	3	3	2	4	4	4	46
24	3	4	2	4	3	4	3	3	4	2	3	4	3	4	46

25	3	4	3	3	2	3	4	3	4	2	3	4	4	4	46
26	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	49
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
28	3	4	3	2	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	48
29	3	2	4	3	3	4	3	4	3	4	3	2	4	3	45
30	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	47

Lampiran 9. Data Tabulasi Uji Coba Empati (X5)

No	Empati												TotalX5
	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5	X5.6	X5.7	X5.8	X5.9	X5.10	X5.11	X5.12	
1	3	3	2	4	2	2	3	3	4	4	4	4	38
2	4	3	4	3	3	4	3	4	2	3	3	3	39
3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	2	2	2	2	1	2	1	2	3	2	3	3	25
6	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	29
7	3	3	2	3	3	4	4	4	3	2	2	4	37
8	2	3	3	4	2	2	3	3	2	3	4	3	34
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
10	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	4	38
11	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
12	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	35
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	47
14	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	44
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
16	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	40
17	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	34
18	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	40
19	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	4	4	39
20	4	3	3	4	4	2	2	3	4	3	4	3	39
21	3	2	3	4	2	2	3	4	3	3	3	3	35
22	3	4	2	4	2	2	3	2	4	3	4	3	36
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36

24	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	47
25	3	4	3	4	2	2	3	2	3	4	3	4	37
26	3	4	3	4	3	2	4	3	3	4	3	3	39
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
28	2	4	3	2	2	4	3	3	4	3	4	3	37
29	3	4	3	2	3	3	4	3	4	3	3	2	37
30	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	41

Lampiran 10. Data Tabulasi Uji Coba Persepsi Harga (X6)

No	Persepsi Harga													TOTAL X6
	X6.1	X6.2	X6.3	X6.4	X6.5	X6.6	X6.7	X6.8	X6.9	X6.10	X6.11	X6.12	X6.13	
1	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	47
2	4	2	3	2	4	2	3	4	2	4	4	2	3	39
3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	48
4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	46
5	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	27
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
7	3	4	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	3	39
8	2	3	2	3	2	3	1	2	3	3	1	3	3	31
9	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	38
10	3	4	2	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	38
11	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	26
12	2	3	3	3	4	3	4	3	3	2	3	4	3	40
13	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	40
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
16	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	36
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	41
19	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	38
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
21	2	4	2	3	2	2	3	2	4	2	2	3	2	33
22	2	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	2	38
23	3	4	2	3	3	4	3	3	4	2	3	4	2	40

24	3	4	3	2	2	2	3	3	2	4	3	4	1	36
25	4	3	4	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3	42
26	3	2	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	42
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
28	2	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	4	3	40
29	3	2	3	4	2	3	4	3	3	4	3	3	3	40
30	4	3	2	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	43

Lampiran 11. Data Tabulasi Uji Coba Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Kepuasan Pelanggan												Total Y
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	
1	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	37
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	44
4	3	3	3	4	4	4	4	3	2	3	3	4	40
5	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	23
6	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
7	3	2	2	3	3	3	2	3	4	4	3	3	35
8	3	4	2	4	3	4	2	4	3	4	2	4	39
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
10	4	2	3	3	4	4	2	3	3	3	2	3	36
11	3	4	1	2	3	4	3	4	3	3	2	3	35
12	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	42
13	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	40
14	3	3	2	2	3	3	3	4	4	4	3	3	37
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
16	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	34
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
18	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	37
20	3	3	2	3	3	2	2	3	3	4	3	3	34
21	3	2	3	2	4	3	2	3	2	3	1	3	31
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
23	3	4	2	3	2	4	3	3	4	2	1	4	35
24	3	2	4	3	4	2	1	3	2	3	2	3	32

25	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	43
26	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	2	3	39
27	3	4	2	3	3	2	4	4	3	3	3	4	38
28	2	4	3	3	4	2	4	3	4	2	3	4	38
29	3	4	2	3	3	2	3	2	4	3	3	4	36
30	3	2	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	39

Lampiran 12. Hasil Uji Validitas Bukti Fisik (X1)

Nomor Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,741	0,361	Valid
2	0,679	0,361	Valid
3	0,783	0,361	Valid
4	0,624	0,361	Valid
5	0,782	0,361	Valid
6	0,787	0,361	Valid
7	0,816	0,361	Valid
8	0,816	0,361	Valid
9	0,707	0,361	Valid
10	0,735	0,361	Valid
11	0,770	0,361	Valid
12	0,840	0,361	Valid
13	0,706	0,361	Valid
14	0,764	0,361	Valid
15	0,814	0,361	Valid
16	0,820	0,361	Valid
17	0,840	0,361	Valid
18	0,748	0,361	Valid
19	0,554	0,361	Valid
20	0,763	0,361	Valid

Lampiran 13. Uji Validitas Kehandalan (X1)

Nomor Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,646	0,361	Valid
2	0,518	0,361	Valid
3	0,757	0,361	Valid
4	0,712	0,361	Valid
5	0,721	0,361	Valid
6	0,648	0,361	Valid
7	0,758	0,361	Valid
8	0,648	0,361	Valid
9	0,725	0,361	Valid
10	0,686	0,361	Valid

Lampiran 14. Uji Validitas Daya Tanggap (X3)

Nomor Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,863	0,361	Valid
2	0,755	0,361	Valid
3	0,529	0,361	Valid
4	0,704	0,361	Valid
5	0,735	0,361	Valid
6	0,645	0,361	Valid
7	0,563	0,361	Valid
8	0,567	0,361	Valid
9	0,652	0,361	Valid
10	0,752	0,361	Valid

Lampiran 15. Uji Validitas Jaminan (X4)

Nomor Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,624	0,361	Valid
2	0,677	0,361	Valid
3	0,583	0,361	Valid
4	0,606	0,361	Valid
5	0,547	0,361	Valid
6	0,616	0,361	Valid
7	0,677	0,361	Valid
8	0,562	0,361	Valid
9	0,699	0,361	Valid
10	0,515	0,361	Valid
11	0,629	0,361	Valid
12	0,632	0,361	Valid
13	0,581	0,361	Valid
14	0,682	0,361	Valid

Lampiran 16. Uji Validitas Empati (X6)

Nomor Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,741	0,361	Valid
2	0,675	0,361	Valid
3	0,751	0,361	Valid
4	0,623	0,361	Valid
5	0,785	0,361	Valid
6	0,579	0,361	Valid
7	0,745	0,361	Valid
8	0,680	0,361	Valid
9	0,646	0,361	Valid
10	0,790	0,361	Valid
11	0,567	0,361	Valid
12	0,604	0,361	Valid

Lampiran 17. Uji Validas Persepsi Harga (X6)

Nomor Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,751	0,361	Valid
2	0,594	0,361	Valid
3	0,728	0,361	Valid
4	0,651	0,361	Valid
5	0,727	0,361	Valid
6	0,807	0,361	Valid
7	0,785	0,361	Valid
8	0,819	0,361	Valid
9	0,798	0,361	Valid
10	0,695	0,361	Valid
11	0,829	0,361	Valid
12	0,700	0,361	Valid
13	0,771	0,361	Valid

Lampiran 18. Output Hasil Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,955	20

Lampiran 19. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum wr.wb.

Perkenalkan saya Kiki Aulia. Mahasiswa Pendidikan Ekonomi 2019 Universitas PGRI Semarang. Saat ini saya sedang melakukan penelitian guna memperoleh data untuk tugas akhir skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak ”. Disini saya memohon kesediaan saudara/i untuk melakukan pengisian kuesioner atau angket pada penelitian ini. Informasi atau jawaban yang saudara/i berikan sangat berharga dan membantu keberhasilan dalam menyelesaikan penelitian ini.

Segala bentuk informasi pribadi milik responden akan dijamin kerahasiaannya. Atas bantuan dan kesediaan yang saudara/i berikan saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

A. IDENTITAS RESPONDEN

- Nama(tidak wajib diisi) :
- Jenis Kelamin :
- Umur :
- Pekerjaan : a. Pelajar/Mahasiswa b.Pegawai Negeri
c. Wiraswasta d.Pegawai Swasta
e. Petani/Pedagang f.Lain-lain (sebutkan)
- Pendapatan : a. < Rp. 1 Juta b.Rp. 1.1 Juta-Rp. 2,5Juta
c. Rp. 2,6 Juta- Rp. 3,1 Juta d.Rp. 3,1 Juta- 5 Juta
e. > Rp. 5 Juta
- Berapa kali anda berkunjung ke Belimbing Resto dan Cafe Kabupaten Demak:
 - d. Kurang dari 2 (dua) kali
 - e. 2 (dua) kali
 - f. Lebih dari 2 (dua) kali

Jika anda menjawab 2 KALI atau LEBIH DARI 2 KALI, silahkan lanjutkan mengisi kuesioner, namun jika menjawab KURANG DARI 2 KALI berhenti untuk mengisi kuesioner

B. PETUNJUK PENGISIAN

- Berikan tanda checklist (√) untuk setiap jawaban dari pernyataan yang paling tepat menurut anda.
- Setiap pernyataan mempunyai lima alternatif jawaban, yaitu :
 5. STS : Sangat Tidak Setuju
 6. TS : Tidak Setuju
 7. S : Setuju
 8. SS : Sangat Setuju

C. PERNYATAAN PENELITIAN

1. Variabel Bukti Fisik (X1)

No	Pernyataan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1.	Restoran memiliki tempat parkir yang luas				
2.	Restoran memiliki tempat parkir yang nyaman				
3.	Tempat ibadah/mushola di restoran ini bersih dan nyaman				
4.	Fasilitas internet wifi di restoran ini lancar				
5.	Kondisi toilet di restoran ini nyaman dan bersih				
6.	Meja di restoran ini ditata dengan rapi				
7.	Kursi di restoran ini ditata dengan rapi				
8.	Peralatan makan yang dimiliki restoran bersih dan higienis				
9.	Restoran memiliki tempat cuci tangan yang bersih				
10.	Restoran memiliki kipas angin yang memadai di setiap ruang makan				
11.	Restoran memiliki kipas angin yang berfungsi dengan baik di setiap ruang makan				
12.	Restoran mempunyai ruang makan yang bersih				
13.	Restoran mempunyai ruang makan yang nyaman				

14.	Restoran mempunyai taman yang bersih				
15.	Restoran mempunyai ruang makan vip yang nyaman				
16.	Restoran mempunyai ruang makan vvip yang nyaman				
17.	Tempat yang nyaman untuk berinteraksi dengan teman atau kerabat				
18.	Karyawan berpenampilan rapi				
19.	Penampilan karyawan terlihat seragam				
20.	Karyawan menyapa pelanggan dengan ramah				

2. Variabel Keandalan (X2)

No	Pernyataan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1.	Tepat dalam memberikan pelayanan				
2.	Menu yang disajikan selalu sesuai dengan menu yang dipesan				
3.	Menu yang disajikan sesuai dengan gambar yang ada dalam daftar menu				
4.	Jam buka tutup restoran sesuai dengan informasi				
5.	Karyawan melakukan pelayanan dengan cepat				
6.	Karyawan tanggap dalam menerima pesanan				
7.	Karyawan cekatan dalam melayani pelanggan				
8.	Karyawan mengutamakan kepentingan pelanggan				
9.	Meskipun sedang sibuk karyawan selalu mau membantu pelanggan yang kesulitan				
10.	Karyawan melayani pelanggan tanpa memandang status sosial				

3. Variabel Daya Tanggap(X3)

No	Pernyataan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1.	Karyawan selalu mendengarkan dan menerima keluhan dari pelanggan				
2.	karyawan merespon dengan cepat keluhan yang diterima dari pelanggan				

3.	Karyawan segera meminta maaf jika terjadi kesalahan				
4.	Solusi yang di berikan karyawan dapat mengatasi masalah				
5.	Karyawan mampu menjawab pertanyaan pelanggan				
6.	Karyawan restoran memiliki pengetahuan yang memadai tentang menu makanan dan minuman yang disajikan.				
7.	Karyawan mampu memberikan informasi mengenai produk yang tersedia				
8.	Karyawan segera mempersilahkan duduk dan memberikan menu ketika pelanggan datang				
9.	Karyawan memberikan penjelasan yang jelas dan komunikatif tentang menu dan layanan yang disediakan.				
10.	Menu datang dalam waktu yang tidak terlalu lama				

4. Variabel Jaminan (X4)

No	Pernyataan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1.	Kasir melayani proses pembayaran dengan tepat dan teliti				
2.	Pihak restoran memeberikan jaminan penggantian menu makanan jika ditemukan makanan yang kurang sesuai				
3.	Restoran menyajikan makanan bersih dan higienis				
4.	Restoran menyajikan minuman bersih dan higienis				
5.	Karyawan menyapa dengan sopan ketika saya tiba di restoran.				
6.	Karyawan bersikap sopan saat melayani pelanggan				
7.	Karyawan yang bersikap sopan dapat mempengaruhi kepuasan saya terhadap pelayanan restoran ini.				
8.	Pelanggan merasa aman saat akan melakukan transaksi pembayaran				

9.	Makanan yang disajikan di Belimbing Resto dan Cafe selalu baru				
10.	Bahan baku yang digunakan selalu segar				
11.	Proses produksi dapat di percaya				
12.	Restoran memiliki tempat parkir yang aman				
13.	Makanan yang disajikan di Belimbing Resto dan Cafe halal				
14.	Minuman yang disajikan di Belimbing Resto dan Cafe halal				

5. Variabel Empati (X5)

No	Pernyataan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1.	Karyawan mampu memberikan saran menu terbaik				
2.	Karyawan memberi informasi yang jelas dan mudah dimengerti oleh pelanggan				
3.	Karyawan memberi informasi dengan antusias dan sopan				
4.	Restoran memiliki situs media sosial yang dapat diakses pelanggan				
5.	Pihak restoran cepat merespon via media sosial				
6.	Karyawan memperhatikan pelanggan secara individu				
7.	Karyawan perhatian dengan kritik dan saran yang diberikan oleh pelanggan				
8.	Karyawan bersungguh-sungguh dalam mengutamakan kepentingan pelanggan				
9.	Restoran mempunyai jam operasional yang nyaman untuk semua pelanggan				
10.	Saya merasa senang ketika disambut dengan senyum oleh karyawan restoran.				
11.	Saya merasa nyaman ketika mendapat sapaan ramah dari karyawan restoran				
12.	Saya merasa dihargai sebagai pelanggan ketika karyawan restoran memberikan salam				

6. Variabel Persepsi Harga (X6)

No	Pernyataan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1.	Saya merasa harga produk yang ditawarkan di Belimbing Resto dan Cafe cocok untuk lingkungan sekitar				
2.	Saya ingin berkunjung kembali karena Harga produk di Belimbing Resto dan Cafe terjangkau				
3.	Saya merasa harga yang ditawarkan di Belimbing Resto dan Cafe sesuai dengan kemampuan daya beli saya				
4.	Saya merasa harga yang ditawarkan di Belimbing Resto dan Cafe sesuai dengan makanan yang disajikan				
5.	Saya merasa harga yang ditawarkan di Belimbing Resto dan Cafe sesuai dengan minuman yang disajikan				
6.	Saya merasa harga yang ditawarkan di Belimbing Resto dan Cafe sesuai dengan pelayanan				
7.	Harga produk di Belimbing Resto dan Cafe bersaing dengan restoran lain				
8.	Harga produk di Belimbing Resto dan Cafe lebih baik dibandingkan restoran lainnya				
9.	Harga produk di Belimbing Resto lebih ekonomis dibandingkan restoran lainnya				
10.	Saya merasa harga yang ditawarkan sebanding dengan manfaat yang dirasakan				
11.	Saya merasa harga makanan di Belimbing Resto dan Cafe wajar dibandingkan dengan hasil didapatkan				
12.	Saya merasa harga minuman di Belimbing Resto dan Cafe wajar dibandingkan dengan hasil didapatkan				
13.	Menurut saya harga yang ditawarkan sesuai dengan fasilitas yang diberikan				

7. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1.	Saya merasa puas dengan cita rasa makanan yang disajikan Belimbing Resto dan Cafe				
2.	Saya merasa puas dengan cita rasa minuman yang disajikan Belimbing Resto dan Cafe				
3.	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan Belimbing Resto dan Cafe				
4.	Saya merasa puas dengan harga yang ditawarkan Belimbing Resto dan Cafe				
5.	Saya akan berkunjung kembali ke Belimbing Resto dan Cafe				
6.	Saya berniat berkunjung kembali karena pelayanan yang baik				
7.	Saya berkeinginan untuk berkunjung kembali karena harga terjangkau				
8.	Saya akan berkunjung kembali karena tertarik dengan variasi menu yang ditawarkan				
9.	Saya akan menjadi pelanggan tetap di Belimbing Resto dan Cafe				
10.	Saya akan merekomendasikan Belimbing Resto dan Cafe kepada orang lain				
11.	Saya akan merekomendasikan Belimbing Resto dan Cafe sebagai pilihan utama kepada orang lain				
12.	Saya akan merekomendasikan menu makanan dan minuman Belimbing Resto dan Cafe kepada orang lain				

Lampiran 20. Tabulasi Data Penelitian Variabel Bukti Fisik (X1)

N O	Bukti Fisik																				TOTALX 1	
	X 1	X 2	X 3	X 4	X 5	X 6	X 7	X 8	X 9	X1 0	X1 1	X1 2	X1 3	X1 4	X1 5	X1 6	X1 7	X1 8	X1 9	X2 0		
1	4	4	2	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	72
2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	75
3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	71
4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	2	4	2	65	
5	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	71	
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	59
7	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	3	3	63	
8	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	66	
9	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	76
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	71	
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4	4	3	62	
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	62	
13	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	73	
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	61	
15	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	69	
16	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	75	
17	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	4	68	
18	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	68	
19	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	68	
20	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	4	3	62	
21	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	4	4	3	4	3	3	62	
22	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	4	4	3	3	4	4	3	4	2	63	

23	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	2	3	4	3	4	3	64
24	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	2	3	4	2	4	64
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	3	3	2	2	71
26	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	67
27	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	72
28	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	2	3	4	3	3	2	4	67
29	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	67
30	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	63
31	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	69
32	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	70
33	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	2	3	4	3	4	69
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	65
35	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	68
36	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	64
37	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	62
38	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	2	3	3	3	4	4	3	3	4	3	64
39	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	2	4	3	3	72
40	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	72
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
42	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	4	4	3	4	4	4	62
43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	64
44	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4	4	3	4	2	3	4	3	61
45	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	2	3	4	3	3	4	3	4	3	4	64
46	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	72
47	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	73
48	3	3	4	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	4	3	4	2	3	4	3	64
49	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	2	4	3	65

50	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	66
51	3	3	3	3	3	4	2	4	3	4	2	3	4	3	4	3	4	3	4	3	65
52	3	3	4	4	3	4	2	3	4	2	3	4	2	3	4	2	3	3	4	3	63
53	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	2	3	65
54	3	3	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	2	3	3	65
55	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	2	3	3	4	3	3	4	70
56	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	65
57	4	4	3	3	4	2	4	2	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	2	65
58	4	4	3	3	4	2	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	68
59	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	65
60	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	2	3	4	3	4	2	4	3	4	63
61	2	3	4	4	3	4	2	3	4	2	3	3	4	3	2	4	3	4	4	3	64
62	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	69
63	3	2	3	4	2	2	4	2	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	2	65
64	4	4	2	4	3	4	3	3	4	3	4	2	3	4	3	4	4	3	3	4	68
65	2	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	66
66	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	2	69
67	3	2	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	2	64
68	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	2	3	2	3	3	4	3	3	67
70	3	2	2	3	2	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	2	3	2	62
71	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	68
72	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	2	64
73	2	3	4	2	3	4	2	3	4	2	3	4	2	3	4	2	3	4	2	2	58
74	3	3	4	3	3	3	4	2	3	4	3	2	4	2	3	4	1	2	4	2	59
75	2	3	4	3	3	4	2	3	3	3	4	2	4	3	2	4	2	2	3	2	58
76	3	2	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	2	3	3	61

77	3	2	4	3	4	3	4	3	3	3	3	2	4	3	3	3	4	2	3	3	62
78	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	72
79	4	2	3	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4	2	67
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	2	3	2	3	3	4	3	2	66
81	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	2	4	2	67
82	3	3	3	3	4	3	3	2	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	2	65
83	3	4	3	2	3	4	4	4	4	2	4	3	3	3	4	4	4	2	2	2	64
84	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	63
85	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	65
86	4	3	3	3	3	3	3	4	2	3	2	3	3	4	3	3	3	4	4	3	63
87	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	59
88	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	3	69
89	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	2	63
90	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	2	63
91	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	2	66
92	2	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	2	61
93	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	4	2	64
94	3	3	2	2	4	3	3	3	4	4	2	3	3	4	4	4	3	3	4	3	64
95	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	2	65
96	4	3	4	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	4	4	3	4	3	3	64

Lampiran 21. Tabulasi Data Penelitian Variabel Kehandalan (X2)

No	Kehandalan										Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	
1	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	35
2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	37
3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	36
4	4	3	3	4	3	3	4	2	3	4	33
5	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	37
6	3	2	3	4	4	4	3	3	4	4	34
7	3	2	2	3	3	3	4	4	4	4	32
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
9	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	33
10	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	37
11	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	35
12	3	3	3	4	4	2	2	3	3	4	31
13	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	33
14	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	32
15	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	32
16	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	35
17	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	31
18	3	4	4	3	2	3	2	3	4	3	31
19	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	35
20	3	4	3	4	3	3	2	3	4	4	33
21	3	4	3	4	2	3	3	2	3	4	31
22	2	3	4	4	2	3	2	3	4	4	31

23	2	3	3	4	3	4	3	3	3	4	32
24	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	36
25	3	4	4	3	4	3	3	4	3	2	33
26	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	34
27	3	2	4	3	4	4	3	2	4	4	33
28	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	34
29	3	4	3	3	3	4	3	2	3	2	30
30	4	2	3	4	3	4	3	3	4	3	33
31	3	4	4	3	3	3	2	2	4	3	31
32	3	3	4	3	4	2	3	3	3	4	32
33	3	2	3	3	3	4	4	3	3	4	32
34	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	34
35	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	31
36	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	34
37	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	34
38	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	34
39	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	35
40	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	35
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
42	2	3	3	4	3	4	4	3	4	4	34
43	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	33
44	3	4	3	3	4	3	3	4	2	4	33
45	3	3	3	2	3	4	3	3	4	2	30
46	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	33
47	3	3	4	3	4	2	4	3	3	4	33
48	3	2	3	3	4	3	3	4	3	4	32
49	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	35

50	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	35
51	3	3	4	3	4	3	3	4	2	2	31
52	2	3	4	2	3	4	4	3	4	4	33
53	2	3	4	2	3	4	3	4	2	4	31
54	3	4	2	3	2	3	3	3	2	2	27
55	3	4	2	2	3	3	3	4	3	2	29
56	2	3	3	3	4	3	2	4	3	4	31
57	3	4	3	4	3	4	2	3	4	3	33
58	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	33
59	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	35
60	3	2	3	4	3	3	4	2	4	3	31
61	2	4	3	4	3	4	3	3	4	3	33
62	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	34
63	4	2	4	4	2	4	2	4	4	4	34
64	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	34
65	3	3	4	3	3	4	3	2	4	3	32
66	4	2	3	4	3	4	4	3	3	4	34
67	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	33
68	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
69	1	2	3	3	4	3	3	4	3	4	30
70	3	4	2	3	4	2	4	3	3	3	31
71	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	33
72	2	3	4	3	3	4	3	3	4	2	31
73	2	3	4	2	3	4	2	4	3	3	30
74	2	3	3	4	3	3	4	4	3	4	33
75	4	2	4	2	3	4	2	4	4	3	32
76	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	36

77	2	3	4	4	3	2	3	4	2	4	31
78	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	36
79	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	36
80	1	2	3	3	4	3	3	4	3	4	30
81	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	35
82	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	31
83	3	3	2	2	3	4	4	4	4	4	33
84	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	31
85	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	36
86	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	36
87	3	3	3	4	4	4	4	4	2	4	35
88	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	34
89	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	34
90	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
91	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	34
92	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	32
93	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	36
94	3	3	3	4	3	3	2	4	4	3	32
95	3	4	2	4	3	3	2	4	4	4	33
96	3	4	2	4	2	3	3	4	3	4	32

Lampiran 22. Tabulasi Data Penelitian Variabel Daya Tanggap (X3)

No	Daya Tanggap										Total X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	
1	3	2	4	3	3	3	3	4	3	2	30
2	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	34
3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	36
4	2	3	4	2	3	4	4	3	3	4	32
5	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
7	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	33
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
9	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	33
10	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	37
11	2	4	3	3	3	4	4	4	2	4	33
12	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	34
13	3	2	3	4	3	4	3	3	2	4	31
14	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	34
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
16	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	31
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
18	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3	31
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
20	3	3	4	2	3	3	4	3	4	3	32
21	3	4	3	3	4	4	3	4	3	2	33
22	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	35
23	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	34

24	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	35
25	3	4	4	3	4	3	2	3	3	4	33
26	3	3	4	3	3	4	3	4	2	4	33
27	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	34
28	3	3	3	3	2	4	3	4	3	3	31
29	3	4	2	3	4	3	4	3	3	3	32
30	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	36
31	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	34
32	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	34
33	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	33
34	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	33
35	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	33
36	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	35
37	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	34
38	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	34
39	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	33
40	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	34
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
42	2	3	4	2	3	4	2	4	3	4	31
43	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	35
44	3	3	4	3	4	2	4	3	3	4	33
45	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	34
46	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	35
47	4	3	4	3	4	3	2	3	3	3	32
48	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	34
49	3	4	4	3	4	3	2	3	3	4	33
50	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	34

51	3	4	3	4	3	4	2	3	4	4	34
52	2	3	3	4	3	3	3	4	2	3	30
53	2	3	4	2	3	4	3	3	4	2	30
54	3	2	4	3	3	3	3	4	3	2	30
55	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	31
56	3	4	3	4	3	3	3	4	4	2	33
57	3	4	2	3	3	4	3	4	2	2	30
58	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	34
59	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	34
60	3	3	4	3	4	2	4	3	3	3	32
61	2	3	4	4	3	4	3	4	3	3	33
62	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	34
63	4	4	2	4	2	4	4	2	4	4	34
64	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	36
65	2	4	3	3	2	3	4	4	2	3	30
66	3	4	3	3	4	2	4	3	3	4	33
67	2	3	3	4	2	3	3	4	3	3	30
68	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
69	3	3	4	3	4	2	3	4	4	3	33
70	3	3	3	4	4	3	2	3	3	4	32
71	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	33
72	3	3	4	3	3	4	3	4	2	3	32
73	2	4	3	2	3	4	2	3	4	4	31
74	2	4	3	4	3	3	2	2	3	4	30
75	3	4	4	3	3	3	4	2	3	4	33
76	3	2	4	3	3	3	3	4	3	2	30
77	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	35

78	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	37
79	2	3	4	2	3	4	4	3	4	4	33
80	3	3	4	3	4	2	3	4	4	3	33
81	3	4	4	3	4	3	2	3	3	4	33
82	4	4	3	2	3	4	4	3	2	4	33
83	3	4	2	3	4	2	4	3	4	4	33
84	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	33
85	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	33
86	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	36
87	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	34
88	3	2	3	4	3	4	3	3	2	4	31
89	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	34
90	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
91	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	31
92	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	32
93	3	3	3	4	3	3	4	4	4	2	33
94	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
95	3	3	4	2	3	3	4	3	4	2	31
96	4	2	3	3	4	4	3	4	4	3	34

Lampiran 23. Tabulasi Data Penelitian Variabel Jaminan (X4)

No	Jaminan														Total X4
	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	X4.7	X4.8	X4.9	X4.10	X4.11	X4.12	X4.13	X4.14	
1	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	51
2	3	4	2	4	2	3	3	2	4	3	2	4	4	4	44
3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	50
5	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	49
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42
7	3	2	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	44
8	4	4	3	3	2	2	4	4	3	2	4	4	4	4	47
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	44
10	3	3	3	3	4	2	3	4	3	4	2	2	4	3	43
11	2	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	50
12	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	50
13	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	45
14	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	46
15	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	47
16	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	46
17	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	4	4	45
18	4	2	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	46
19	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	46
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
21	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	49
22	4	3	4	3	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	47
23	3	2	3	3	4	3	4	4	3	3	2	4	4	4	46

24	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	48
25	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	48
26	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	49
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
28	3	4	3	2	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	48
29	3	2	4	3	3	4	3	4	3	4	3	2	4	3	45
30	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	47
31	3	4	2	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	48
32	2	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	47
33	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	48
34	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	48
35	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	47
36	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	48
37	3	4	3	4	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	47
38	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	2	3	4	47
39	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	2	4	3	4	47
40	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	48
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42
42	2	3	4	3	4	2	3	4	2	3	4	2	3	4	43
43	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	47
44	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	47
45	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	48
46	3	3	4	3	4	3	2	3	3	4	3	4	3	4	46
47	3	3	4	3	3	4	2	3	4	2	3	4	3	3	44
48	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	48
49	3	4	3	3	4	3	2	3	4	3	4	4	3	3	46
50	2	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	47

51	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	47
52	3	3	4	2	4	3	3	4	3	3	4	2	4	3	45
53	2	3	4	2	3	4	2	3	4	3	4	3	3	4	44
54	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	52
55	3	3	2	3	4	3	4	2	4	3	3	4	3	4	45
56	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	46
57	3	4	3	3	4	2	3	4	3	4	3	3	3	4	46
58	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	47
59	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	2	46
60	2	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	47
61	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	49
62	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	48
63	4	4	4	4	4	2	2	4	2	4	4	4	2	2	46
64	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	47
65	3	4	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	44
66	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	4	3	45
67	2	3	4	3	4	2	2	4	3	4	3	4	2	3	43
68	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	41
69	2	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	45
70	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	46
71	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	49
72	3	4	3	4	3	4	2	2	3	2	3	3	3	4	43
73	2	3	3	4	3	3	4	3	4	2	3	4	2	4	44
74	3	4	2	3	3	4	3	4	2	3	4	2	3	4	44
75	2	3	2	3	4	2	3	3	3	4	3	3	4	2	41
76	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	52
77	3	4	2	4	2	3	3	2	4	3	2	4	4	4	44

78	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	50
79	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	52
80	2	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	45
81	3	4	3	3	4	3	2	3	4	3	4	4	3	3	46
82	3	2	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	44
83	4	4	3	3	2	2	4	4	3	2	4	4	4	4	47
84	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	42
85	3	3	3	3	4	2	3	4	3	4	2	2	4	3	43
86	2	3	4	4	3	4	2	4	4	4	3	4	4	4	49
87	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	50
88	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	45
89	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	46
90	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	44
91	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	45
92	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	4	4	45
93	4	2	3	3	2	3	4	3	4	3	3	3	3	4	44
94	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	46
95	4	4	4	3	2	3	4	4	3	3	3	4	3	4	48
96	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	50

Lampiran 24. Tabulasi Data Penelitian Variabel Empati (X5)

No	Empati												TotalX5
	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5	X5.6	X5.7	X5.8	X5.9	X5.10	X5.11	X5.12	
1	3	3	2	4	2	2	3	3	4	4	4	4	38
2	4	3	4	3	3	4	3	4	2	3	3	3	39
3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	3	4	3	2	3	2	3	4	3	4	3	4	38
6	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	41
7	3	4	2	3	3	4	4	4	3	2	2	4	38
8	2	3	3	4	2	2	3	3	2	3	4	3	34
9	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	39
10	3	3	4	2	3	3	4	3	4	3	3	4	39
11	4	3	2	3	3	4	3	3	4	4	3	4	40
12	3	4	3	4	3	3	4	2	3	4	3	3	39
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	47
14	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	44
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
16	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	40
17	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	34
18	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	40
19	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	4	4	39
20	4	3	3	4	4	2	2	3	4	3	4	3	39
21	3	3	4	4	2	4	3	4	4	3	3	4	41
22	3	4	2	4	2	2	3	2	4	3	4	3	36

23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
24	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	47
25	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	41
26	3	4	3	4	3	2	4	3	3	4	3	3	39
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
28	2	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	40
29	3	4	3	2	3	3	4	3	4	3	3	2	37
30	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	41
31	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	40
32	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	43
33	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	41
34	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	40
35	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	42
36	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	43
37	2	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	40
38	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	41
39	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	40
40	2	3	4	3	4	3	4	2	3	3	4	4	39
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
42	2	3	4	2	3	4	2	3	4	2	3	4	36
43	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	2	3	39
44	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	40
45	3	3	3	4	2	3	4	3	3	4	3	3	38
46	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	40
47	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	41
48	2	3	4	2	3	4	2	3	3	3	3	3	35
49	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	42

50	3	3	4	3	4	3	2	3	4	3	3	4	39
51	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	42
52	4	3	3	3	4	2	3	4	3	4	3	4	40
53	2	3	4	2	3	4	3	3	4	3	4	3	38
54	3	3	2	4	2	2	3	3	4	4	4	4	38
55	2	3	3	4	4	2	3	3	4	3	3	3	37
56	3	4	3	3	2	4	3	4	3	3	4	3	39
57	2	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	4	36
58	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	42
59	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	41
60	3	3	4	3	4	2	4	3	3	4	3	2	38
61	2	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	2	39
62	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	41
63	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	2	2	40
64	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	40
65	2	4	3	2	4	3	3	4	3	3	4	4	39
66	3	4	3	3	4	3	4	3	2	3	3	4	39
67	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	40
68	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
69	2	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	40
70	3	2	3	4	3	2	4	3	3	2	3	3	35
71	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	42
72	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	41
73	2	3	4	3	4	2	4	3	4	3	2	3	37
74	3	3	2	3	3	3	2	4	2	3	4	3	35
75	4	2	4	3	3	4	4	3	3	3	4	2	39
76	3	3	2	4	2	2	3	3	4	4	4	4	38

77	4	3	4	3	3	4	3	4	2	3	3	3	39
78	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	43
79	3	3	3	4	2	3	3	3	4	4	4	4	40
80	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	43
81	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	42
82	3	3	2	3	3	4	4	4	3	2	2	4	37
83	3	3	3	4	2	2	3	3	2	3	4	4	36
84	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
85	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	39
86	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	42
87	3	2	3	3	4	3	3	2	3	4	4	4	38
88	4	4	3	2	4	3	3	4	4	4	4	3	42
89	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	44
90	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
91	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	40
92	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	39
93	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	40
94	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	40
95	4	3	3	4	4	2	2	3	4	3	4	3	39
96	3	4	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	38

Lampiran 25. Tabulasi Data Penelitian Variabel Persepsi Harga (X6)

No	Persepsi Harga													TOTAL X6
	X6.1	X6.2	X6.3	X6.4	X6.5	X6.6	X6.7	X6.8	X6.9	X6.10	X6.11	X6.12	X6.13	
1	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	47
2	4	2	3	2	4	3	3	4	4	4	4	3	3	43
3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	48
4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	46
5	3	2	2	4	4	2	3	3	4	3	3	4	3	40
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
7	3	4	3	4	2	3	3	3	4	3	3	3	3	41
8	2	3	2	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	40
9	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	38
10	3	4	2	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	39
11	2	2	3	4	4	4	2	4	4	4	4	3	3	43
12	3	3	3	3	4	3	4	3	3	2	3	4	3	41
13	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	40
14	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	48
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
16	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	4	3	3	37
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	40
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	43
19	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	38
20	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	47
21	2	4	2	3	2	2	3	4	4	4	3	4	4	41
22	2	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	2	38

23	3	4	2	3	3	4	3	3	4	2	3	4	2	40
24	3	4	3	2	2	2	3	3	3	4	4	4	3	40
25	4	3	4	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3	42
26	3	2	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	43
27	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	44
28	2	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	4	3	40
29	3	2	3	4	2	3	4	3	3	4	3	3	3	40
30	4	3	2	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	43
31	3	2	3	4	2	3	4	3	4	3	3	2	4	40
32	3	3	4	3	4	2	4	3	4	3	3	4	3	43
33	3	2	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	43
34	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	2	4	3	43
35	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	44
36	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	44
37	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	43
38	2	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	2	42
39	2	2	3	4	3	3	4	3	4	3	2	3	4	40
40	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	4	4	3	43
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	41
42	2	3	4	2	4	3	4	3	3	2	4	3	4	41
43	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	44
44	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	2	4	44
45	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	44
46	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	45
47	3	3	4	3	4	2	4	2	4	3	3	3	4	42
48	3	4	2	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	42
49	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	44

50	3	3	1	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	43
51	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	44
52	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	2	3	4	43
53	3	2	3	4	2	3	4	3	4	3	3	4	2	40
54	3	4	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	41
55	3	4	2	3	4	3	3	3	4	2	3	3	4	41
56	3	4	3	4	3	4	3	4	2	3	3	4	3	43
57	2	3	3	2	2	3	4	3	4	3	3	3	2	37
58	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	43
59	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	43
60	3	4	3	3	3	4	3	4	2	3	4	4	4	44
61	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	44
62	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	45
63	4	2	4	2	4	4	4	4	4	2	4	2	3	43
64	2	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	43
65	3	2	3	3	3	3	2	2	3	4	4	3	3	38
66	3	3	3	3	3	3	4	2	3	4	3	3	4	41
67	4	3	4	2	2	3	4	2	3	4	2	4	3	40
68	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
69	4	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	4	3	42
70	3	3	3	4	4	2	3	2	3	3	4	3	4	41
71	3	2	3	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	45
72	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	46
73	4	3	4	3	4	3	3	4	2	4	2	4	3	43
74	3	3	4	3	2	3	3	3	4	2	3	4	4	41
75	3	4	2	2	2	2	4	4	3	4	4	4	4	42
76	3	4	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	41

77	4	2	3	2	4	2	3	4	2	4	4	4	3	41
78	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	48
79	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	46
80	2	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	4	3	40
81	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	44
82	3	4	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	4	40
83	2	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	42
84	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	38
85	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	4	40
86	3	3	3	4	3	3	2	4	3	2	4	4	4	42
87	4	3	3	3	4	3	4	3	3	2	3	4	3	42
88	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42
89	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	46
90	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	40
91	3	3	3	2	2	3	3	4	3	4	3	3	4	40
92	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	41
93	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	42
94	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	40
95	3	4	2	2	3	3	4	3	4	4	3	4	4	40
96	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	2	4	3	43

Lampiran 26. Tabulasi Data Penelitian Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Kepuasan Pelanggan												Total Y
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	
1	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	38
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	44
4	3	3	3	4	4	4	4	3	2	3	3	4	40
5	2	4	2	2	4	2	3	3	3	4	3	2	34
6	4	2	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	41
7	3	2	2	3	3	3	2	3	4	4	3	3	35
8	3	4	2	4	3	4	2	4	3	4	2	4	39
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
10	4	2	3	3	4	4	2	3	3	3	4	3	38
11	3	4	4	2	3	4	3	4	3	3	4	3	40
12	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	42
13	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	40
14	3	3	2	2	3	3	3	4	4	4	3	3	37
15	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	37
16	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	34
17	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	37
18	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	37
20	3	3	2	3	3	2	2	3	3	4	3	3	34
21	3	2	3	2	4	3	2	3	2	3	4	3	34
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
23	3	4	3	3	3	4	3	3	4	2	3	4	39

24	3	3	4	3	4	2	3	3	2	3	2	3	35
25	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	42
26	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	2	3	39
27	3	4	2	3	3	2	4	4	3	3	3	4	38
28	2	4	3	3	4	2	4	3	4	2	3	4	38
29	3	4	2	3	3	2	3	2	4	3	3	4	36
30	3	2	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	39
31	2	4	3	4	2	3	4	3	4	3	3	2	37
32	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	41
33	2	3	3	2	4	4	3	3	3	4	3	3	37
34	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	42
35	3	2	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	39
36	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	41
37	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	37
38	3	3	4	3	3	4	3	4	2	4	2	3	38
39	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	41
40	3	4	3	4	3	3	4	2	4	3	3	4	40
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
42	3	4	3	4	3	2	4	3	4	3	4	3	40
43	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	41
44	3	3	4	3	2	4	3	3	4	3	3	4	39
45	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	40
46	2	2	3	3	4	3	2	3	4	4	3	4	37
47	3	2	3	2	4	2	3	3	3	4	2	3	34
48	3	3	4	2	3	4	3	4	4	3	3	4	40
49	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	41
50	2	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	40

51	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	42
52	2	4	3	3	4	2	4	3	4	3	3	4	39
53	2	3	4	2	4	3	4	3	4	3	4	3	39
54	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	2	3	36
55	2	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	39
56	2	1	4	3	3	4	3	2	4	3	3	3	35
57	3	4	2	3	3	4	3	4	3	3	4	3	39
58	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	40
59	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	42
60	2	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	39
61	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	41
62	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	41
63	4	4	3	4	4	4	2	4	4	2	4	2	41
64	3	4	4	4	2	2	4	3	3	4	4	3	40
65	2	4	3	4	3	4	2	4	2	2	3	2	35
66	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	40
67	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	39
68	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	38
69	3	4	3	4	4	3	4	4	4	2	2	3	40
70	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	40
71	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	40
72	3	4	3	3	3	4	3	3	4	2	3	4	39
73	3	4	3	3	4	3	3	2	3	4	3	4	39
74	3	4	4	2	4	2	2	4	2	4	1	2	34
75	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	39
76	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	2	3	38
77	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	41

78	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	44
79	3	3	3	4	4	4	4	3	2	3	3	4	40
80	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	43
81	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	41
82	3	2	2	3	3	3	4	3	4	4	3	3	37
83	3	4	2	4	3	4	4	4	3	4	2	4	41
84	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	39
85	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	41
86	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	39
87	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	42
88	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	40
89	3	3	2	2	3	3	3	4	4	4	3	3	37
90	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
91	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	34
92	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
93	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
94	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	37
95	3	3	4	3	3	2	2	3	3	4	3	3	36
96	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	40

Lampiran 27. Output Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,61655150
Most Extreme Differences	Absolute	,066
	Positive	,063
	Negative	-,066
Test Statistic		,066
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		

Lampiran 28. Output Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Beta	Tolerance
1	(Constant)	10,366	8,107		1,279	,004		
	bukti fisik	,028	,075	,039	,373	,001	,843	1,186
	kehandalan	,185	,163	,127	1,134	,000	,739	1,353
	daya tanggap	,497	,172	,316	2,894	,005	,779	1,284
	jaminan	,029	,107	,027	,268	,000	,880	1,137
	empati	,023	,115	,023	,205	,008	,759	1,318
	persepsi harga	,037	,121	,030	,303	,002	,923	1,083
a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan								

Lampiran 29. Output Uji Heterokedastistitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,848	5,416		-,157	,876
bukti fisik	-,133	,217	-,312	-,612	,542
kehandalan	,153	,169	,210	,904	,368
daya tanggap	-,027	,111	-,026	-,240	,811
jaminan	,045	,069	,072	,654	,515
empati	,172	,198	,344	,866	,389
persepsi harga	-,055	,078	-,076	-,705	,482

a. Dependent Variable: ABS_RES

Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kepuasan pelanggan * bukti fisik	Between Groups	(Combined)	55,774	17	3,281	,350	,991
		Linearity	17,300	1	17,300	1,845	,178
		Deviation from Linearity	38,473	16	2,405	,256	,998
Within Groups			731,560	78	9,379		
Total			787,333	95			

Kehandalan Terhadap Kepuasan Pelanggan

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kepuasan pelanggan * kehandalan	Between Groups	(Combined)	94,829	12	7,902	,947	,505
		Linearity	10,540	1	10,540	1,263	,264
		Deviation from Linearity	84,289	11	7,663	,918	,527
Within Groups			692,505	83	8,343		
Total			787,333	95			

Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Pelanggan

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kepuasan	Between Groups	(Combined)	73,306	7	10,472	1,291	,264

an	Linearity	9,908	1	9,908	1,221	,272
pel	Deviation	63,398	6	10,566	1,302	,265
ang	from					
gan	Linearity					
*						
day	Within Groups	714,027	88	8,114		
a	Total					
tan		787,333	95			
gga						
p						

Jaminan Terhadap Kepuasan Pelanggan

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kepuasan	Between Groups (Combined)	158,534	12	13,211	1,744	,072
an	Linearity	15,275	1	15,275	2,016	,159
pela	Deviation	143,259	11	13,024	1,719	,083
ngg	from					
an *	Linearity					
jami	Within Groups	628,799	83	7,576		
nan						
	Total	787,333	95			

Empati Terhadap Kepuasan Pelanggan

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kepuasan	Between Groups (Combined)	104,684	12	8,724	1,061	,404
pelanggan *	Group Linearity	5,958	1	5,958	,724	,397
persepsi						
harga						

Deviation from Linearity	98,726	11	8,975	1,091	,379
Within Groups	682,649	83	8,225		
Total	787,333	95			

persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kepuasan pelanggan (Combined)	104,684	12	8,724	1,061	,404
Between Groups	5,958	1	5,958	,724	,397
Deviation from Linearity	98,726	11	8,975	1,091	,379
Within Groups	682,649	83	8,225		
Total	787,333	95			

Lampiran 31. Output Uji Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	14,442	2,344		6,161	,000
	bukti fisik	,265	,037	,747	7,169	,000
	kehandalan	,233	,045	,341	5,187	,000
	daya tanggap	,178	,035	,313	5,148	,000
	jaminan	,375	,885	,870	4,154	,000
	empati	,402	,046	,902	8,786	,000
	persepsi harga	,367	,887	,508	4,360	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Lampiran 32. Output Uji t (Parsial)

Bukti Fisik

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	28,198	4,600		6,130	,000
	bukti fisik	,157	,069	,227	2,260	,026

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Kehandalan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24,592	4,992		4,927	,000
	kehandalan	,346	,123	,278	2,805	,006

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Daya Tanggap

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	30,738	3,473		8,850	,000
	daya tanggap	,236	,104	,227	2,263	,026

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Jaminan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26,925	5,670		4,749	,000
	jaminan	,286	,139	,208	2,057	,042

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Empati

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	30,525	3,771		8,094	,000
	empati	,175	,082	,216	2,140	,035

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Persepsi Harga

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26,487	5,681		4,663	,000
	persepsi harga	,296	,139	,215	2,130	,036

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Lampiran 33. Output Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	377,905	6	62,984	115,974	,000 ^b
	Residual	48,335	89	,543		
	Total	426,240	95			

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

b. Predictors: (Constant), persepsi harga, bukti fisik, daya tanggap, empati, jaminan, kehandalan

Lampiran 34. Output Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,942 ^a	,887	,879	,73695

a. Predictors: (Constant), persepsi harga, bukti fisik, daya tanggap, empati, jaminan, kehandalan

Lampiran 35. Rekapitulasi Bimbingan Skripsi Pembimbing I



**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL DAN
KEOLAHRAGAAN
UNIVERSITAS PGRI SEMARANG**
Jl. Gajah Raya No. 40 Semarang Telp. (024)8316377 Faks. 8448217

No	Tanggal	Keterangan	Paraf
1.	21 November 2022	Acc Judul Skripsi	
2.	14 Maret 2023	Bimbingan Latar Belakang	
3.	20 Maret 2023	Bimbingan BAB I	
4.	3 April 2023	Acc BAB I	
5.	15 April 2023	Bimbingan BAB II	
6.	30 April Mei 2023	ACC BAB II	
7.	22 Mei 2023	Bimbingan BAB III	
8.	23 Mei 2023	ACC Proposal Skripsi	
9.	25 Mei 2023	Bimbingan Angket	
10.	29 Mei 2023	ACC angket	
11.	17 Juli 2023	Bimbingan BAB IV-V	
12.	18 Juli 2023	ACC Skripsi	

Semarang, 18 Juli 2023

Mengetahui,
Pembimbing

Novika Wahyuastuti, S.E.,M.Si

NIP 19781119200501002

Mahasiswa

Kiki Atjia

NPM 19220030

Lampiran 37. Rekapitulasi Bimbingan Skripsi Pembimbing II

 **PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI**
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL DAN
KEOLAHRAGAAN
UNIVERSITAS PGRI SEMARANG
 Jl. Gajah Raya No. 40 Semarang Telp. (024)8316377 Faks. 8448217

No	Tanggal	Keterangan	Paraf
1.	28 November 2022	Acc Judul Skripsi	
2.	3 Maret 2023	Bimbingan Latar Belakang	
3.	20 Maret 2023	Bimbingan BAB I	
4.	29 Maret 2023	Acc BAB I	
5.	5 April 2023	Bimbingan BAB II	
6.	10 April 2023	ACC BAB II	
7.	4 Mei 2023	Bimbingan BAB III	
8.	23 Mei 2023	ACC Proposal Skripsi	
9.	26 Mei 2023	Bimbingan Angket	
10.	29 Mei 2023	ACC angket	
11.	13 Juli 2023	Bimbingan BAB IV-V	
12.	18 Juli 2023	ACC Skripsi	

Semarang, 18 Juli 2023

Mengetahui,
Pembimbing II


Aryan Eka Prasetya N, S.E.,M.Pd
NPP 158901497

Mahasiswa


Kiki Aulia
NPM 19220030

Lampiran 38. Dokumentasi Penelitian





