

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOPI KENANGAN DI
KOTA HARAPAN INDAH BEKASI**

Oleh :

Nama : Jordi Fernando Laurentius

NIM : 72180152

Skripsi

**Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis**

Program Studi Administrasi Bisnis

Konsentrasi Kewirausahaan



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

September 2022

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOPI KENANGAN DI
KOTA HARAPAN INDAH BEKASI**

Diajukan Oleh

Nama : Jordi Fernando Laurentius

NIM : 72180152

Jakarta, 29 September 2022

Disetujui Oleh :

Pembimbing,



(Dr. Ir. Abdullah Rakhman, M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2022

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

MOTTO

“Kesuksesan bukanlah kunci dari kebahagiaan. Sebaliknya kebahagiaan adalah kunci dari kesuksesan.”

(Bob Dylan)

“Bangun kesuksesan dari kegagalan. Keputusan dan kegagalan adalah dua batu loncatan yang paling baik menuju kesuksesan.”

(Dale Carnegie)

“Percayalah pada dirimu sendiri dan ketahuilah bahwa ada sesuatu di dalam dirimu yang lebih besar daripada rintangan apapun.”

(Christian D. Larson)

© Hakipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Jordi Fernando Laurentius / 72180152 / 2022 / Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi / Pembimbing: Dr. Ir. Abdullah Rakhman, M.M.

Saat ini persaingan antar kedai kopi kekinian semakin kompetitif. Hal ini dikarenakan semakin banyak kedai kopi kekinian yang bermunculan belakangan ini. Oleh karena itu, setiap kedai kopi perlu untuk memiliki strategi pemasaran yang tepat dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif. Salah satu strategi untuk menghadapi persaingan antar kedai kopi saat ini yaitu memahami perilaku konsumen yang salah satunya yaitu mengenai kepuasan pelanggan. Kualitas produk dan kualitas layanan memegang peranan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, setiap perusahaan perlu untuk menjaga aspek kualitas produk dan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan. Penelitian ini akan membahas mengenai faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk dan kualitas layanan.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi melalui kualitas produk dan kualitas layanan. Kepuasan pelanggan penting untuk diperhatikan bagi setiap bisnis saat ini karena pada umumnya pelanggan akan melihat dari sisi kualitas yang di dapatkannya ketika membeli sesuatu.

Teori yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel yaitu kualitas produk dan kualitas layanan sebagai variabel independen dan kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen.

Objek pada penelitian ini yaitu Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi dan metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik komunikasi menggunakan kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 150 sampel pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*.

Kesimpulan dari hasil penelitian ini yaitu kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini memiliki arti bahwa semakin baik kualitas produk dan kualitas layanan, maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian juga dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan Kopi Kenangan baik dan pelanggan Kopi Kenangan merasa puas.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Jordi Fernando Laurentius / 72180152 / 2022 / *The Effect of Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction of Kopi Kenangan in Kota Harapan Indah Bekasi* / Advisor: Dr. Ir. Abdullah Rakhman, M.M.

Currently, the competition between contemporary coffee shops is increasingly competitive. This is because more and more contemporary coffee shops have sprung up lately. Therefore, every coffee shop needs to have the right marketing strategy in the face of increasingly competitive competition. One strategy to face competition between coffee shops today is to understand consumer behavior, one of which is customer satisfaction. Product quality and service quality play an important role in shaping customer satisfaction. Therefore, every company needs to maintain aspects of product quality and service quality provided to customers. This study will discuss the factors that can affect customer satisfaction, namely product quality and service quality.

The purpose of this study is to determine the customer satisfaction of Kopi Kenangan in Kota Harapan Indah Bekasi through product quality and service quality. Customer satisfaction is important to pay attention to for every business today because in general customers will see in terms of the quality they get when they buy something.

The theory that will be used in this research is product quality, service quality, and customer satisfaction. In this study consists of 3 variables, namely product quality and service quality as independent variables and customer satisfaction as the dependent variable.

The object of this research is Kopi Kenangan in Kota Harapan Indah Bekasi and the research method used is descriptive analysis and multiple regression analysis. Data collection was carried out using communication techniques using a questionnaire with a total sample of 150 respondents of Kopi Kenangan customers in Kota Harapan Indah Bekasi. Sampling is done by non-probability sampling with purposive sampling technique.

The conclusion from this research is product quality and service quality have a positive effect on customer satisfaction. From these results it can be stated that if product quality and service quality is getting better, it can increase customer satisfaction. Based on the results of this research, it can also be concluded that the product quality and service quality of Kopi Kenangan are good and Kopi Kenangan customers are satisfied.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat yang telah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis menemukan kendala. Namun penulis berusaha menyelesaikan skripsi ini dengan bimbingan, bantuan, dan juga dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung penulis dalam penelitian skripsi ini diantaranya:

1. Dr. Ir. Abdullah Rakhman, M.M., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan arahan serta masukkan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mengajar dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
3. Seluruh anggota keluarga penulis yang senantiasa membantu, mendoakan, dan memberikan dukungan yang tulus sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Seluruh teman-teman yang telah berjasa memberikan inspirasi, dukungan, bantuan, dan doa selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Serta pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu namanya. Terima kasih banyak atas doa, dukungan, dan motivasi yang telah kalian berikan kepada penulis.





Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Oleh karena itu, penulis meminta maaf atas kesalahan yang dilakukan penulis dalam penulisan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan referensi demi pengembangan ke arah yang lebih baik.

Jakarta, September 2022

Jordi Fernando Laurentius

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	i
MOTTO	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	7
D. Batasan Penelitian	7
E. Rumusan Masalah	8
F. Tujuan Penelitian	8
G. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori	10
1. Produk	10
2. Kualitas Produk	17
3. Layanan	19
4. Kualitas Layanan	22
5. Kepuasan Pelanggan	23
B. Penelitian Terdahulu	27
C. Kerangka Pemikiran	30
D. Hipotesis Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Objek Penelitian	33
B. Desain Penelitian	33
C. Populasi dan Sampel	36
D. Lokasi Penelitian	37
E. Variabel Penelitian	37





F.	Teknik Pengumpulan Data.....	42
G.	Teknik Analisis Data	43
1	Uji Validitas	43
2	Uji Reliabilitas	44
3	Analisis Deskriptif	45
4	Uji Asumsi Klasik.....	47
5	Analisis Regresi Berganda.....	50
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN		53
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	53
B.	Analisis Deskriptif	56
1	Uji Validitas dan Reliabilitas	56
2	Analisis Data Responden	64
3	Analisis Variabel.....	67
C.	Hasil Penelitian	74
1	Uji Asumsi Klasik.....	74
2	Analisis Regresi Berganda.....	78
D.	Pembahasan	83
1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi	83
2	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi.....	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		87
A.	Kesimpulan	87
B.	Saran	87
DAFTAR PUSTAKA.....		89
LAMPIRAN		91

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk.....	38
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan.....	39
Tabel 3.3	Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan.....	41
Tabel 3.4	Kriteria Pengambilan Keputusan Autokorelasi	50
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	56
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan	58
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	61
Tabel 4.4	Kriteria Tingkat Uji Reliabilitas.....	63
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4.6	Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4.7	Persentase Responden Berdasarkan Usia	65
Tabel 4.8	Persentase Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	66
Tabel 4.9	Skor Rata-Rata Variabel Kualitas Produk	67
Tabel 4.10	Skor Rata-Rata Variabel Kualitas Layanan	69
Tabel 4.11	Skor Rata-Rata Variabel Kepuasan Pelanggan	72
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas	74
Tabel 4.13	Hasil Uji Heterokedastisitas	75
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikolinearitas	76
Tabel 4.15	Hasil Uji Autokorelasi	77
Tabel 4.16	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	78
Tabel 4.17	Hasil Uji Keberartian Model (Uji F)	79
Tabel 4.18	Hasil Uji Signifikansi (Uji t)	80
Tabel 4.19	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	82

© Hak cipta dimiliki oleh Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Konsumsi Kopi Domestik di Indonesia	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	31
Gambar 4.1 Logo Kopi Kenangan	54
Gambar 4.2 Daftar Menu Kopi Kenangan	55

© Hal Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pra-Kuesioner	92
Lampiran 2	Data Pra-Kuesioner	98
Lampiran 3	Hasil Output Uji Validitas	101
Lampiran 4	Hasil Output Uji Reliabilitas	102
Lampiran 5	Kuesioner	103
Lampiran 6	Data Profile Responden	109
Lampiran 7	Hasil Output Profile Responden	113
Lampiran 8	Data Kuesioner	114
Lampiran 9	Hasil Output Analisis Deskriptif	124
Lampiran 10	Hasil Output Uji Asumsi Klasik	129
Lampiran 11	Hasil Output Analisis Regresi Linear Berganda	131
Lampiran 12	Ulasan Pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi	132
Lampiran 13	Tabel R	133
Lampiran 14	Tabel t	134



1. Penulisan karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, batasan penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan juga manfaat penelitian. Latar belakang masalah membahas mengenai lingkungan makro serta mikro objek yang diteliti. Identifikasi masalah membahas mengenai masalah yang muncul dan dipertanyakan. Batasan masalah membahas mengenai batasan-batasan masalah dari identifikasi masalah untuk dipersempit.

Batasan penelitian membahas mengenai ruang lingkup yang diteliti karena adanya keterbatasan waktu, biaya, dan lain-lain. Rumusan masalah membahas mengenai inti dari masalah yang akan dilakukan penelitian lebih lanjut. Tujuan penelitian membahas sesuatu yang ingin dicapai dari dilakukannya penelitian ini sedangkan manfaat penelitian membahas mengenai manfaat bagi pihak-pihak yang terkait penelitian.

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini salah satu bisnis yang cukup diminati oleh para pelaku bisnis di Indonesia yaitu bisnis dibidang *food and beverage*. Fenomena ini dapat terlihat dari banyaknya bisnis *food and beverage* dari skala kecil sampai besar yang terus bermunculan hingga saat ini. Hal ini menyebabkan setiap pelaku bisnis saling berkompetisi untuk menganalisis pasar serta menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Hal ini perlu diperhatikan karena dengan penerapan strategi pemasaran yang tepat maka suatu bisnis memiliki peluang lebih untuk unggul dalam suatu persaingan yang kompetitif.

Menurut Ketua Kadin (Kamar Dagang dan Industri) Arsjad Rasjid, industri *food and beverage* ditahun 2022 ini diprediksi akan semakin bertumbuh. Hal ini didasarkan

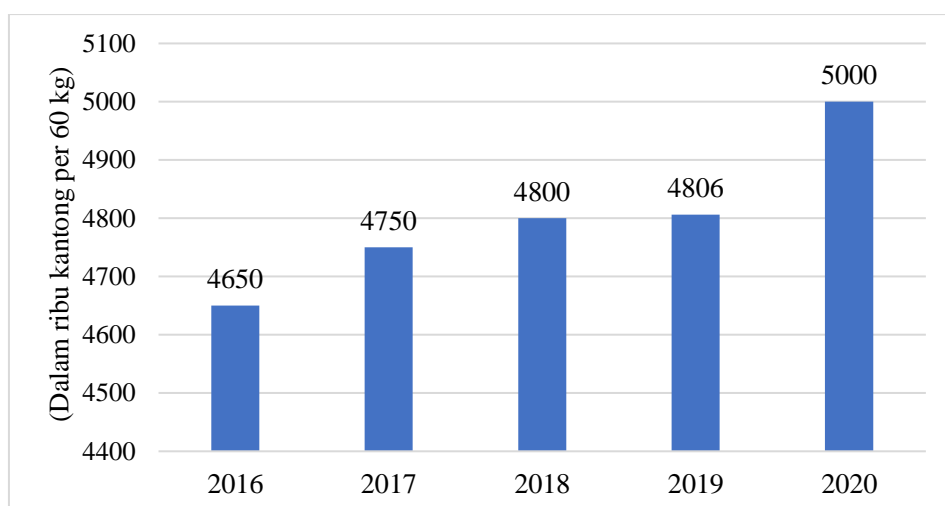
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

atas analisa statistik pengeluaran penduduk perkapita di Indonesia. Berdasarkan data tersebut sekitar 49 persen rata-rata pengeluaran penduduk per kapita sebulan adalah untuk pengeluaran konsumsi makanan. Konsumsinya didominasi oleh makanan dan minuman jadi. "Hal ini menunjukkan prospek bisnis kuliner masih menjanjikan pada tahun 2022 baik melalui wisata kuliner maupun aplikasi online." ungkap Arsjad dalam acara Indonesia Economic Outlook HIPMI, Selasa (25/1/2022). (money.kompas.com, 2022)

Salah satu bisnis *food and beverage* yang saat ini terus bermunculan yaitu kedai kopi kekinian. Fenomena ini sudah terlihat beberapa tahun terakhir dimana terdapat banyak kedai kopi kekinian dengan nama merek masing-masing yang terus bermunculan. Setiap kedai kopi menawarkan menu-menu yang variatif dengan racikan kopi tersendiri sehingga memiliki keunggulan masing-masing yang menyebabkan konsumen memiliki pilihan tersendiri dalam memilih dan membeli minuman kopi kekinian dari kedai-kedai kopi yang ada.

Gambar 1.1

Data Konsumsi Kopi Domestik di Indonesia



Sumber: ico.org, 2021

Berdasarkan data konsumsi kopi domestik di Indonesia, terlihat bahwa konsumsi kopi di Indonesia tahun 2015 hingga tahun 2020 terus meningkat setiap tahunnya,



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



terutama pada tahun 2020 yang dimana konsumsi kopi di Indonesia meningkat cukup signifikan dibanding tahun sebelumnya. Pada tahun 2020 konsumsi kopi domestik yaitu sebanyak 5.000.000 kantong berukuran 60 kg, sedangkan pada tahun 2019 sebanyak 4.806.000 kantong berukuran 60 kg. Oleh karena itu, hal ini dapat menjadi pertanda bahwa kopi merupakan barang yang diminati banyak kalangan masyarakat di Indonesia.

Pada awalnya minuman kopi adalah minuman biasa yang dikonsumsi masyarakat dirumah. Namun seiring dengan adanya perubahan gaya hidup masyarakat yang dimana kedai kopi telah menjadi tempat untuk berkumpul bersama teman, kerabat, rekan bisnis serta mobilitas masyarakat yang semakin tinggi dan kebiasaan lebih menyukai membeli sesuatu secara cepat dan praktis membuat para pelaku bisnis melihat bahwa adanya peluang bisnis untuk dikembangkan. Ditambah lagi dengan hadirnya layanan antar makanan dan minuman melalui aplikasi ojek online yang menyebabkan produk semakin mudah dijangkau oleh konsumen. Oleh karena itu, tidak heran lagi kedai kopi kekinian ini semakin menjamur. Namun disamping itu, pelaku bisnis dibidang ini juga semakin dituntut untuk menentukan strategi bisnis yang tepat guna dapat menghadapi persaingan yang semakin kompetitif antar kedai kopi.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif antar kedai kopi, maka diperlukan faktor kunci yang dapat membuat konsumen lebih memilih suatu kedai kopi. Oleh karena itu, setiap kedai kopi harus dapat memahami serta mencermati perilaku konsumen. Salah satu faktor kunci mengenai perilaku konsumen yaitu kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono dalam Afrilliana (2020:47), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah melakukan perbandingan antara harapan atau ekspektasi sebelum dilakukan pembelian dengan persepsi terhadap kinerja pasca pembelian. Alasan kepuasan pelanggan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi IBI BIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

penting untuk diperhatikan karena semakin banyak pelanggan yang puas, maka hal ini dapat membentuk pelanggan yang loyal sehingga mengakibatkan pendapatan perusahaan yang semakin meningkat karena konsumen akan cenderung loyal dalam membeli minuman dari kedai kopi tersebut. Kepuasan pelanggan juga merupakan salah satu kunci perusahaan agar dapat lebih unggul dari kompetitor.

Faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yang pertama yaitu kualitas produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:249), kualitas produk adalah suatu karakteristik produk ataupun jasa yang bergantung pada kinerja dari produk ataupun jasa tersebut dalam mencukupi kebutuhan konsumen. Berdasarkan definisi tersebut dapat diambil kesimpulan yaitu jika suatu produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang semakin tinggi dalam hal ini yaitu minuman kopi, maka dapat menyebabkan pelanggan puas terhadap produk yang ditawarkan oleh kedai kopi tersebut dan mereka akan memiliki kecenderungan untuk tetap membeli minuman kopi yang ditawarkan oleh kedai kedepannya. Dalam hal ini, suatu kedai kopi harus memiliki standarisasi kualitas produk yang baik. Hal ini dimaksudkan agar produk yang dihasilkan sesuai dengan standar yang ditetapkan sehingga dapat berdampak pada kepuasan pelanggan.

Faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yang kedua yaitu kualitas layanan. Menurut Kotler dan Keller (2016:156), kualitas layanan adalah keseluruhan dari fitur dan ciri yang dimiliki suatu produk ataupun layanan yang memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan ataupun tersirat. Berdasarkan definisi tersebut dapat diambil kesimpulan yaitu jika layanan yang diberikan oleh suatu kedai kopi semakin baik, maka pelanggan akan semakin puas terhadap layanan yang diberikan oleh kedai kopi tersebut dan mereka juga akan memiliki kecenderungan untuk tetap membeli minuman kopi yang ditawarkan oleh

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



kedai kedepannya karena merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan oleh suatu kedai. Dalam hal ini, setiap kedai perlu untuk menerapkan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang baik. Hal ini dimaksudkan agar terciptanya layanan yang baik sehingga dapat berdampak pada kepuasan pelanggan.

Salah satu kedai kopi kekinian dengan popularitas yang cukup tinggi yaitu Kopi Kenangan. Kopi Kenangan menjual berbagai jenis minuman baik itu *coffee* maupun *non-coffee* beserta makanan pelengkap seperti roti dan snack lainnya. Konsep dari kedai Kopi Kenangan yaitu *grab-and-go*. Konsep ini merupakan suatu konsep kedai kopi yang dimana gerai tidak memiliki banyak tempat meja dan kursi karena mengikuti trend masyarakat yang kini lebih gemar membeli makanan dan minumannya dengan cepat serta praktis baik itu dengan memesan lalu membawa pulang makanan dan minumannya atau biasa disebut *take-away* dan pelanggan juga dapat membeli makanan dan minuman melalui aplikasi Kopi Kenangan maupun melalui layanan antar makanan dan minuman ojek online.

Kopi Kenangan baru-baru ini telah menjadi perusahaan dibidang *food and beverage* yang menjadi perusahaan *unicorn* pertama di Indonesia bahkan di Asia Tenggara, yaitu perusahaan *startup* yang memiliki nilai perusahaan sebesar USD 1 miliar dan jika dirupiahkan nilainya yakni sebesar 140 triliun rupiah. Hal ini dikarenakan adanya suntikan dana dari beberapa perusahaan ventura luar negeri yang berinvestasi di perusahaan Kopi Kenangan. Hal ini mencerminkan bahwa bisnis kedai Kopi Kenangan menjanjikan sehingga Kopi Kenangan akan terus melakukan ekspansi bisnis kedai kopinya. Jumlah gerai Kopi Kenangan hingga saat ini berjumlah 672 gerai di 45 kota dan terus bertambah seiring berkembangnya bisnis Kopi Kenangan di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dimiliki IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Berdasarkan ulasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi, dari sekian banyak ulasan positif mengenai Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi ternyata masih terdapat ulasan negatif mengenai kualitas produk dan kualitas layanan yang diberikan. Salah satu pelanggan yang memberikan ulasan bahwa minuman yang disajikan terlalu banyak es sehingga kopinya tidak terlalu terasa, lalu layanan yang diberikan buruk dikarenakan karyawan terlalu berisik dan layanan yang diberikan oleh karyawan kurang baik. Lalu ada pelanggan kedua yang memberikan ulasan bahwa saat ia membeli minuman kopi dengan catatan *less ice* (sedikit es) namun ketika minuman disajikan porsiya kurang dari setengah gelas dan layanan yang diberikan buruk karena karyawan tidak ramah dan sopan kepadanya saat memesan minuman. (lihat lampiran 12)

Berdasarkan ulasan-ulasan pelanggan tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi masih terdapat masalah mengenai kualitas produk dan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan sehingga membuat pelanggan kurang puas. Oleh karena itu, Kopi Kenangan perlu untuk lebih memperhatikan aspek kualitas produk dan kualitas layanan yang diberikan agar pelanggan lebih puas.

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, penulis tertarik untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk dan kualitas layanan. Maka dari itu, penulis ingin melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi."

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



B. Identifikasi Masalah

Setelah menguraikan latar belakang masalah, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang timbul sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi?
3. Bagaimana kualitas produk yang diberikan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi?
4. Bagaimana kualitas layanan yang diberikan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi?

C. Batasan Masalah

Setelah menguraikan identifikasi masalah, penulis akan melakukan pembatasan masalah yang akan diteliti dikarenakan keterbatasan waktu yang tersedia dalam melakukan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi?

D. Batasan Penelitian

Ruang lingkup penelitian yang dilaksanakan dibatasi agar penelitian lebih terarah dan terfokus. Berikut adalah batasannya:

1. Objek yang diteliti pada penelitian ini yaitu Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBI RKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI RKG.



2. Subjek yang diteliti pada penelitian ini yaitu pelanggan yang pernah membeli dan mengonsumsi produk minuman Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi.
3. Variabel yang diteliti pada penelitian ini yaitu kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan.
4. Periode penelitian yaitu bulan April – Juni 2022.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah serta batasan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah pada penelitian ini yaitu “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi”

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, tujuan yang dirumuskan untuk dicapai pada penelitian yang dilakukan yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi.

G. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti
Penelitian yang dilakukan dapat dijadikan tambahan wawasan serta pengalaman peneliti dibidang penelitian dengan topik yang serupa yaitu apakah kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan serta



peneliti juga dapat menjadikan penelitian yang sedang dilakukan sebagai wadah dan sarana dalam penerapan teori yang telah di dapatkan di bangku perkuliahan.

Bagi Perusahaan

Penelitian yang dilakukan dapat menjadi bahan masukan bagi Perusahaan Kopi Kenangan dalam mengidentifikasi faktor yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk dan kualitas layanan. Hasil penelitian yang peneliti lakukan juga dapat digunakan perusahaan Kopi Kenangan untuk melihat *feedback* atau tanggapan dari pelanggan mengenai kualitas produk dan kualitas layanan sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan perusahaan Kopi Kenangan dalam membuat strategi-strategi baru mengenai kualitas produk dan kualitas layanan agar kedepannya pelanggan menjadi lebih puas.

Bagi Pembaca

Penelitian yang dilakukan dapat menjadi tambahan wawasan mengenai kualitas produk, kualitas layanan, serta kepuasan pelanggan dan juga dapat menjadi referensi bagi pihak-pihak yang sedang melaksanakan penelitian serupa atau pihak-pihak yang membutuhkan.

2. Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, serta hipotesis penelitian. Terdapat beberapa teori dalam bab ini yang digunakan peneliti untuk dijadikan dasar atas penelitian ini. Landasan teori berasal dari teori-teori para ahli yang berguna untuk menunjang analisis penelitian.

Penelitian terdahulu pada bab ini membahas mengenai penelitian-penelitian sebelumnya yang melatarbelakangi dilakukannya penelitian ini. Lalu terdapat juga kerangka pemikiran yang memperlihatkan keterkaitan antar variabel pada penelitian ini. Keterkaitan ini di dapatkan dari teori, konsep, serta penelitian terdahulu sedangkan hipotesis penelitian berisi dugaan sementara penelitian.

A. Landasan Teori

1. Produk

a. Pengertian Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:244), *“Product is anything that can be offered to a market for attention, acquisition, use, or consumption that might satisfy a want or need.”* Artinya produk adalah sesuatu apapun yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk dapat diamati, diperoleh, digunakan, atau dikonsumsi yang nantinya dapat mencukupi apa yang dibutuhkan atau inginkan konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2016:389), *“Product is anything that can be offered to a market to satisfy a want or need, including physical goods, services, experiences, events, persons, places, properties, organizations, information, and ideas.”* Artinya produk adalah sesuatu apapun yang dapat dapat ditawarkan ke



dalam suatu pasar dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginan konsumen. Produk termasuk benda berwujud, layanan, pengalaman, peristiwa, individu, lokasi, properti, lembaga, informasi, dan pendapat.

Berdasarkan definisi yang telah dijelaskan diatas, maka produk dapat didefinisikan sebagai sesuatu apapun yang diproduksi oleh produsen serta ditawarkan secara luas ke dalam suatu pasar untuk dibeli oleh konsumen yang nantinya dapat memenuhi apa yang dibutuhkan atau diinginkan oleh mereka.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

b. Siklus Hidup Produk

Menurut Kotler dan Keller (2016:370), terdapat 4 tahapan siklus hidup suatu produk diantaranya yaitu:

(1) *Introduction* (pengenalan)

Merupakan tahapan dimana pertumbuhan penjualan atas suatu produk terjadi sangat lambat dan juga hasil keuntungan dari penjualan juga kecil dikarenakan biaya yang dikeluarkan untuk mengenalkan suatu produk sangat tinggi.

(2) *Growth* (pertumbuhan)

Merupakan tahapan dimana penerimaan pasar terjadi sangat cepat dan laba yang didapatkan naik secara signifikan.

(3) *Maturity* (kematangan)

Merupakan tahapan dimana pertumbuhan penjualan yang terjadi mulai melambat karena produknya telah diterima oleh hampir semua pembeli yang berpotensi untuk membeli. Pada periode ini juga laba yang didapatkan dapat stabil ataupun menurun karena saat itu terjadi peningkatan persaingan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(4) *Decline* (penurunan)

Merupakan tahapan dimana penjualan yang terjadi semakin menurun sehingga mengakibatkan laba yang semakin menurun dan terkikis.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

c. Tingkatan Produk

Menurut Kotler dan Keller (2016:390) dalam proses perancangan suatu produk terdapat lima hirarki atau tingkatan produk yang perlu diperhatikan yaitu:

(1) *Core Benefit* (manfaat inti)

Merupakan pelanggan yang membeli manfaat dari suatu produk ataupun jasa. Dalam hal ini pemasar harus melihat diri mereka sendiri sebagai penyedia. Contoh: seorang pembeli membeli televisi, maka pembeli tersebut membeli televisi untuk ditonton.

(2) *Basic Product* (produk dasar)

Merupakan bagian-bagian yang mendasari produk agar menghasilkan manfaat dari produknya. Dalam hal ini pemasar harus mengubah manfaat inti ke produk dasar. *Basic product* berkaitan dengan komponen-komponen yang dapat membuat suatu produk bekerja. Contoh: televisi termasuk komponen seperti layar lcd, mainboard, dan kabel.

(3) *Expected Product* (produk ekspektasi)

Merupakan kelengkapan serta kondisi yang konsumen harapkan ketika hendak melakukan pembelian suatu produk. Seorang pembeli akan mengharapkan kondisi suatu produk yang dibelinya dalam keadaan yang baik. Dalam hal ini pemasar harus menyiapkan produk, atribut-atribut serta kondisi produk yang sesuai dengan harapan atau ekspektasi pembeli.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(4) *Augmented Product* (produk tambahan)

Merupakan poin lebih yang menjadi pembeda suatu produk dengan produk pesaing sejenis lain yang ada di dalam suatu pasar. Dalam hal ini pemasar harus menyiapkan suatu produk yang dapat melebihi ekspektasi atau harapan pelanggan. Contoh: adanya produsen televisi A memberikan garansi televisi selama 3 tahun sedangkan produsen televisi B yang hanya memberikan garansi televisi selama 2 tahun.

(5) *Potential Product* (produk potensial)

Merupakan seluruh komponen dalam produk yang berkemungkinan untuk menjadi lebih berkembang dimasa depan sehingga memiliki kemungkinan untuk lebih baik lagi kedepannya dalam memenuhi kebutuhan maupun keinginan konsumen.

d. **Klasifikasi Produk**

Menurut Kotler dan Keller (2016:391), produk dikelompokkan menjadi 3 jenis yaitu berdasarkan *durability and tangibility*, *consumer goods*, dan *industrial goods*. Berikut ini adalah pengelompokan beserta penjelasannya:

(1) *Durability and Tangibility* (daya tahan dan wujudnya):

(a) *Nondurable goods* (barang tidak tahan lama)

Merupakan klasifikasi produk yang produknya memiliki ciri berwujud nyata dan biasanya produk ini dapat digunakan dalam batas waktu kurang lebih satu tahun atau hanya dapat digunakan beberapa kali saja dalam pemakaian yang artinya produk dalam kelompok ini tidak dapat bertahan lama. Contoh produknya yaitu makanan dan minuman.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(b) *Durable goods* (barang tahan lama)

Merupakan klasifikasi produk yang dimana produknya memiliki wujud nyata dan pada umumnya produk ini dapat digunakan beberapa kali pemakaian yang artinya produk dalam kelompok ini dapat bertahan lama. Contoh produknya yaitu alat elektronik seperti laptop, handphone, monitor, televisi, dan proyektor.

(c) *Services* (jasa)

Merupakan klasifikasi produk yang dimana produknya tidak memiliki bentuk yang nyata (tidak berwujud), tidak dapat dipisahkan, biasanya juga beragam dan juga dapat dengan mudah menghilang. Maka dari itu suatu jasa atau layanan ini perlu untuk di perhatikan lebih dalam lagi dalam hal pengontrolan kualitasnya dan diperlukan juga kejujuran dari penyedia jasanya. Contoh produknya yaitu jasa cuci pendingin ruangan (AC), jasa servis laptop, dan jasa desain produk.

(2) *Consumer Goods* (barang konsumsi)

Merupakan barang yang konsumen beli untuk dikonsumsi secara pribadi untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginan.

(a) *Convenience goods* (barang kebutuhan sehari-hari)

Merupakan barang selalu dibeli oleh konsumen secara teratur. Pada umumnya *convenience goods* adalah setiap barang yang konsumen gunakan untuk keperluan sehari-hari. Contohnya produknya yaitu minuman, makanan, dan sabun cuci.

(b) *Shopping goods* (barang belanja)

Merupakan barang yang konsumen sering banding-bandingkan dengan produk sejenis yang ada dipasaran. Dalam hal ini konsumen akan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



membanding-bandingkan produk secara teliti berdasarkan banyak pertimbangan yaitu seperti kesesuaian produk, kualitas produk, harga produk, dan juga gaya. Contoh produknya yaitu pakaian, kendaraan seperti mobil dan motor. *Homogeneous shopping goods* merupakan barang yang mempunyai kualitas mirip tetapi harganya berbeda dan konsumen menggunakan untuk perbandingan dalam berbelanja barang tersebut. Contohnya yaitu seperti televisi, laptop, handphone, sedangkan *heterogeneous shopping goods* merupakan barang yang memiliki perbedaan dalam hal fitur-fitur yang ada didalam suatu produk dan layanan yang lebih diutamakan oleh konsumen dibanding harganya. Contohnya yaitu *furniture*, peralatan, dan perlengkapan rumahan.

(c) *Specialty goods* (barang khusus)

Merupakan barang bermerek istimewa serta eksklusif. Pada umumnya identifikasi konsumen terhadap produk dalam kelompok ini cukup tinggi dan juga ada barang dalam kategori ini memiliki ciri khas tersendiri sehingga pembeli berminat untuk membeli barang dalam kelompok ini. Pada umumnya barang dalam kelompok ini tidak berkaitan dengan harga jual suatu produk. Contoh barangnya yaitu mobil mewah, *sound system* merek ternama, pakaian hasil *designer* ternama.

(d) *Unsought goods* (barang tidak dicari)

Merupakan barang yang pada umumnya tidak pernah terpikirkan oleh konsumen untuk membelinya dan konsumen tidak mengetahui produk ini. Contoh barangnya adalah asuransi rumah, asuransi jiwa, liang kubur.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(3) *Industrial Goods* (barang industri)

Merupakan barang yang masih diperlukan pengolahan terlebih dahulu untuk dapat memperoleh suatu manfaat dari produk tersebut.

(a) *Materials and parts* (bahan dan suku cadang)

Merupakan barang harus diolah lebih lanjut oleh produsen dalam pabrik agar dapat menjadi barang akhir atau jadi. *Material and parts* terbagi menjadi dua yaitu *raw material* serta *production material* dan *spare part*. Bahan baku juga dapat dibagi dua bagian yaitu *farm products* dan juga *natural products*. Bahan produksi dan *spare part* dibagi menjadi dua bagian yaitu *component material* yaitu bahan yang harus dimasukkan ke dalam proses produksi untuk diproduksi dan yang kedua yaitu *component parts* yaitu bahan yang ada dalam proses produksi tanpa mengalami perubahan sifat dan bentuk.

(b) *Capital items* (barang modal)

Merupakan barang yang memiliki karakteristik *durability* tinggi yang digunakan dalam proses pembuatan menjadi produk jadi. *Capital items* ini tidak dapat dikonsumsi secara langsung karena dibutuhkan pemrosesan lebih lanjut. *Capital items* terbagi menjadi dari 2 kelompok yaitu *installation dan equipment*.

(c) *Supply and business service* (pasokan dan layanan bisnis)

Merupakan suatu barang serta layanan yang *durability* nya rendah dan pada umumnya digunakan dalam pemrosesan menjadi barang jadi.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:249), “*Product quality is the characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer needs.*” Artinya kualitas produk adalah suatu karakteristik produk ataupun layanan yang bergantung pada kinerja dari produk ataupun layanan tersebut dalam mencukupi kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau tersirat.

Menurut Kotler dan Keller (2016:156), “*Product quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs.*” Artinya kualitas produk adalah keseluruhan fitur serta karakteristik dalam suatu produk atau layanan yang memiliki kemampuan untuk mencukupi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Berdasarkan definisi yang telah dijelaskan diatas, maka produk dapat didefinisikan sebagai keseluruhan dari fitur beserta dengan karakteristik yang terdapat pada suatu produk dalam mencukupi kebutuhan maupun keinginan konsumen yang telah membeli produk.

b. Dimensi Kualitas Produk

Menurut Tjiptono dalam Widyastuti (2017:236), kualitas produk memiliki 8 dimensi yaitu :

(1) *Performance* (kinerja)

Merupakan karakteristik inti dari produk yang dibeli oleh konsumen yang menggambarkan kinerja produk saat digunakan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- (2) *Features* (fitur atau keistimewaan tambahan)
Merupakan fitur pelengkap yang dibuat untuk meningkatkan aspek fungsionalitas dari suatu produk.
- (3) *Reliability* (keandalan)
Merupakan suatu probabilitas bahwa dalam kurun waktu tertentu suatu produk tidak memiliki kemungkinan terjadi gagal pakai atau malfungsi. Semakin kecil tingkat probabilitas produk terjadi malfungsi, maka produk dapat dikatakan semakin andal.
- (4) *Durability* (daya tahan)
Merupakan berkaitan dengan jangka waktu ataupun usia suatu produk yang digunakan secara terus menerus hingga akhirnya perlu diganti.
- (5) *Serviceability* (kemampuan melayani/memperbaiki)
Merupakan berkaitan dengan suatu produk mudah dilakukan perbaikan dan waktu yang dibutuhkan untuk melakukan perbaikan tidak lama serta berkaitan dengan pelayanan dan keluhan yang ditangani dengan baik.
- (6) *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi)
Merupakan sejauh mana karakteristik desain dan operasi yang dimiliki oleh suatu produk memenuhi standar yang telah ditetapkan.
- (7) *Aesthetics* (estetika)
Merupakan berkaitan dengan daya tarik produk terhadap panca indra. Pada umumnya tercermin pada tampilan suatu produk.
- (8) *Perceived quality* (kualitas yang dipersepsikan atau dirasakan)
Merupakan pandangan terhadap kualitas atau kelebihan dari suatu produk secara keseluruhan oleh konsumen.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Berdasarkan 8 dimensi kualitas produk yang telah dijelaskan diatas, penelitian ini akan menggunakan 6 dimensi yang telah disesuaikan dengan objek yang diteliti yaitu *Performance* (kinerja), *Features* (fitur atau keistimewaan tambahan), *Reliability* (keandalan), *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), *Aesthetics* (estetika), dan *Perceived quality* (kualitas yang dipersepsikan atau dirasakan).

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3. Layanan

a. Pengertian Layanan

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:244), “*Service is an activity, benefit, or satisfaction offered for sale that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything.*” Artinya layanan adalah suatu kegiatan, keuntungan atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual yang secara substansial tidak memiliki wujud serta tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

Menurut Zeithaml et al., (2018:4), “*Services are deeds, processes, and performances provided, coproduced, or cocreated by one entity or person for and/or with another entity or person.*” Artinya layanan adalah suatu perbuatan, proses, dan kinerja yang disediakan, diproduksi secara bersama atau oleh satu entitas atau orang untuk dengan/atau satu entitas atau orang lain.

Berdasarkan definisi yang telah dijelaskan diatas, maka layanan dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang tidak memiliki bentuk fisik yang pada umumnya berupa suatu aktivitas atau kegiatan yang diperjualbelikan di suatu pasar dan tidak menghasilkan suatu kepemilikan apapun bagi pembelinya.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



b. Kategori Layanan

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Menurut Kotler dan Keller (2016:422), terdapat 5 kategori layanan yaitu:

(1) *A pure tangible good* (barang berwujud murni)

Merupakan penawaran suatu barang yang memiliki wujud tanpa disertai layanan. Contohnya yaitu shampoo, sabun, penyedap rasa, dan gula.

(2) *A tangible good with accompanying services* (barang berwujud dengan layanan yang menyertainya)

Merupakan penawaran suatu barang yang memiliki wujud dengan beserta layanan pendukung. Contohnya yaitu mobil, laptop, dan handphone yang disertai dengan garansi kerusakan jangka waktu tertentu. Pada umumnya semakin canggih teknologi dari suatu produk maka layanan pendukungnya akan semakin diperlukan untuk melengkapinya.

(3) *A hybrid* (barang berwujud dan layanan seimbang)

Merupakan suatu penawaran dengan proporsi barang yang memiliki wujud dan jasa yang seimbang. Contohnya yaitu konsumen yang mengunjungi suatu tempat makan restoran.

(4) *A major service with accompanying minor goods and service* (layanan yang utama dengan sedikit tambahan barang dan layanan yang menyertainya)

Merupakan penawaran yang berisi layanan sebagai penawaran pokok disertai dengan barang dan juga layanan penunjang. Contohnya yaitu maskapai penerbangan dengan barang pendukung seperti *snack* dan minuman.

(5) *A pure service* (layanan murni)

Merupakan penawaran yang berupa jasa secara utuh atau murni. Contohnya yaitu pembantu rumah tangga, jasa pijat terapi, dan jasa guru les privat.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



c. Karakteristik Layanan

Menurut Kotler dan Keller (2016:424), terdapat 4 karakteristik layanan yaitu:

(1) *Intangibility* (tidak berwujud)

Layanan yang tidak dapat dilihat, dirasakan, didengar, atau dicium sebelum dibeli. Untuk mengurangi ketidakpastian, konsumen akan mencari sinyal kualitas layanan. Mereka akan menarik kesimpulan tentang kualitas dari tempat, orang, peralatan, harga, serta komunikasi yang dapat mereka lihat secara langsung.

(2) *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)

Layanan diproduksi dan dikonsumsi pada saat yang bersamaan dan tidak dapat dipisahkan dari penyedia layanan mereka apakah penyedia adalah orang ataupun mesin. Jika pegawai servis memberikan layanan maka pegawai tersebut dapat dikatakan bahwa ia telah menjadi bagian dari suatu layanan.

(3) *Variability* (bervariasi)

Kualitas dari suatu layanan dapat sangat bervariasi tergantung pada siapa penyedia jasanya serta kapan, dimana, dan bagaimana cara penyediaannya.

(4) *Perishability* (tidak tahan lama)

Suatu layanan tidak dapat disimpan untuk dijual atau digunakan nanti. Kegagalan dari suatu layanan tidak menjadi suatu masalah disaat permintaan sedang stabil. Namun ketika permintaan sedang berfluktuasi, perusahaan jasa sering kali mengalami kesulitan. Misalnya karena permintaan jam sibuk, perusahaan angkutan umum memiliki peralatan

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



yang jauh lebih banyak daripada yang mereka inginkan jika permintaan dilakukan sepanjang hari.



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4. Kualitas Layanan

a. Pengertian Kualitas Layanan

Menurut Kotler dan Keller (2016:156), “*Service quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs.*” Artinya kualitas layanan adalah keseluruhan fitur serta karakteristik dalam suatu produk atau layanan yang memiliki kemampuan untuk mencukupi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Berdasarkan definisi yang sudah dijelaskan diatas, maka kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai segala upaya yang dilakukan oleh suatu pihak untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginan konsumen dengan melalui keseluruhan fitur dan ciri dari suatu layanan.

b. Dimensi Kualitas Layanan

Menurut Kotler dan Keller (2016:442), kualitas layanan memiliki lima dimensi dengan urutan dari yang terpenting yaitu:

(1) *Reliability* (keandalan)

Merupakan berkaitan dengan kapabilitas untuk mewujudkan layanan dengan tepat serta handal sesuai yang dijanjikan.

(2) *Responsiveness* (daya tanggap)

Merupakan berkaitan dengan pemberian layanan secara responsif serta kesediaan staff atau karyawan untuk mengulurkan bantuan kepada pelanggan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(3) *Assurance* (jaminan)

Merupakan berkaitan dengan pengetahuan atau pemahaman dan kesopanan karyawan dalam menyampaikan jasa atau layanan serta kemampuan karyawan menyampaikan keyakinan.

(4) *Empathy* (empati)

Merupakan berkaitan dengan pemberian perhatian secara khusus ke setiap pelanggan dan memahami apa yang dibutuhkan mereka.

(5) *Tangibles* (bukti fisik)

Merupakan berkaitan dengan sarana yang terlihat, alat-alat, karyawan, serta saluran komunikasi.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

5. Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono dalam Afrilliana (2020:47), definisi kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah melakukan perbandingan antara harapan atau ekspektasi sebelum dilakukan pembelian dengan persepsi terhadap kinerja pasca pembelian.

Menurut Zeithaml et al., (2018:80), “*Satisfaction is the customer’s evaluation of a product or service in terms of whether that product or service has met the customer’s needs and expectations.*” Artinya kepuasan adalah evaluasi pelanggan terhadap suatu produk atau layanan mengenai apakah produk atau pelayanan yang di dapatkan telah memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan.

Menurut Sciffman dan Wisenblit (2019:12), “*Customer satisfaction refers to customers’ perceptions of the performance of the product or service in*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



relation to their expectations.” Artinya kepuasan pelanggan merujuk kepada persepsi pelanggan atas kinerja produk atau layanan dalam hubungannya dengan ekspektasi mereka.

Berdasarkan definisi yang sudah dijelaskan diatas, maka kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai suatu aktivitas evaluasi yang dilakukan oleh pelanggan mengenai produk atau layanan yang di dapat apakah telah memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka yang pada umumnya muncul dalam bentuk perasaan senang atau kecewa sesudah dilakukan pembelian.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

b. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2016:155), terdapat beberapa metode yang pada umumnya digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan. Berikut adalah penjelasan mengenai metode yang digunakan:

(1) *Periodic survey*

Teknik pengukuran kepuasan pelanggan dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang telah disesuaikan dengan produk ataupun jasa yang dijual. Tujuannya yaitu untuk mengukur kepuasan pelanggan secara keseluruhan, niat membeli kembali, tingkat kemauan merekomendasikan kepada orang lain, serta atribut lain yang berhubungan dengan *monitoring* kepuasan pelanggan.

(2) *Mystery shoppers*

Teknik pengukuran kepuasan pelanggan ini menggunakan jasa pengamat profesional yang nantinya mereka akan menyamar menjadi pelanggan biasa lalu melakukan interaksi dengan perusahaan dalam hal ini yaitu karyawan lalu mereka akan melakukan evaluasi terhadap jasa atau layanan yang telah diberikan oleh pegawai perusahaan dan nantinya pihak

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



pengamat ini akan melaporkan titik kelebihan maupun kelemahan dari pengalaman dalam membeli produk dari perusahaan dan pesaing.

(3) *Customer lost rate*

Teknik pengukuran kepuasan pelanggan ini dilakukan dengan cara pihak perusahaan akan menghubungi kembali pelanggan yang sudah tidak pernah membeli produk ataupun layanan dari perusahaan. Hal ini berguna untuk memperoleh informasi lebih mendalam yang nantinya informasi ini akan digunakan dalam proses menentukan kebijakan yang berkaitan dengan peningkatan kepuasan dan loyalitas pelanggan kedepannya.

c. Dimensi Kepuasan Pelanggan

Menurut Zeithaml et al., (2018:81), terdapat 5 dimensi kepuasan pelanggan diantaranya adalah sebagai berikut:

(1) *Product and Service Features* (fitur produk dan layanan)

Dimensi kepuasan pelanggan yang pertama yaitu kepuasan pelanggan terhadap produk dan layanan. Dalam hal ini pelanggan akan melakukan evaluasi penilaian terhadap produk ataupun layanan yang mereka dapatkan. Hal ini dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap produk ataupun layanan secara keseluruhan. Terlebih lagi apabila ada fitur pendukung atau fitur tambahan lainnya.

(2) *Customer Emotions* (emosi pelanggan)

Emosi pelanggan juga berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Bentuk emosi pelanggan dalam hal ini dapat berupa emosi yang stabil dan dapat juga emosi yang telah ada sebelumnya. Contoh emosi yaitu perasaan senang dan dapat juga berupa perasaan kecewa yang dapat menjadi tingkat penentu kepuasan pelanggan.



(3) *Attributions for Service Success or Failure* (atribut untuk kesuksesan atau kegagalan layanan)

Suatu atribut yang menyertai suatu produk atau layanan juga berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang merasakan suatu layanan yang didapatkan jauh lebih baik atau bahkan lebih buruk dari yang diharapkan) maka pelanggan akan mencari alasannya dan memberi suatu penilaian atas alasan tersebut.

(4) *Perceptions of Equity or Fairness* (persepsi tentang keadilan)

Persepsi tentang keadilan juga berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Dalam hal ini pelanggan akan berpikir mengenai keadilan dari layanan yang di dapatkan. Dalam hal ini pelanggan akan bertanya pada dirinya sendiri mengenai apakah pelanggan lain telah mendapatkan pelayanan yang lebih baik dengan harga serta kualitas yang lebih baik?, apakah harga yang ditawarkan telah sesuai dengan apa yang didapatkan?. Persepsi keadilan ini adalah pusat dari penilaian pelanggan terhadap kepuasan mereka terhadap suatu produk atau jasa.

(5) *Other Customers, Family Members, and Co-workers* (pelanggan Lain, Anggota Keluarga, dan Rekan Kerja)

Orang lain juga berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Orang lain dalam hal ini yaitu pelanggan lain, anggota keluarga, dan rekan kerja yang sebelumnya telah menggunakan produk atau layanan terkait. Maka dalam hal ini kepuasan juga dipengaruhi oleh persepsi individu, pengalaman, pandangan, serta perilaku.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



B. Penelitian Terdahulu

Ⓒ Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu mengenai kepuasan pelanggan yang mendasari penelitian ini:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Sumber	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Nikie Hartadi dan Nur Elfi Husda (2020)	Jurnal EMBA Vol.8 No.3 Juli 2020, Hal. 34 - 43	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Tanjung Uncang Di Kota Batam.	- Kualitas produk memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tanjung Uncang di Kota Batam. - Kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tanjung Uncang di Kota Batam.
2.	Brigitte Tombeng, Ferdy Roring, dan Farlane S. Rumokoy (2019)	Jurnal EMBA Vol.7 No.1 Januari 2019, Hal. 891 – 900	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada	- Kualitas produk memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap kepuasan

Hak Cipta Ditandatangani Undang-Undang

Ⓒ Hak cipta milik IBI KGG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKGG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.



<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p>	<p>Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang</p>	<p>Rumah Makan Raja Oci Manado.</p>	<p>pelanggan pada rumah makan Raja Oci Manado.</p> <p>- Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan Raja Oci Manado.</p>
<p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG. 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>	<p>Santo Doni Putra, Seno Sumowo, dan Anwar (2017)</p>	<p>Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia Vol. 3 No. 1 Juni 2017 Hal. 99-117</p>	<p>Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Usaha Rumahan Kerupuk Ikan Super Besuki Situbondo).</p> <p>- Kualitas produk memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Rumahan Kerupuk Ikan Super Besuki Situbondo.</p> <p>- Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Rumahan Kerupuk Ikan Super Besuki Situbondo.</p>
<p>4.</p>	<p>Eka Giovana Asti dan Eka Avianti</p>	<p>Ekomabis Edisi Januari 2020 Vol.</p>	<p>Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga</p> <p>- Kualitas pelayanan berpengaruh positif serta signifikan terhadap</p>



<p>Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang</p>	<p>Ayuningtyas (2020) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p>	<p>1 No. 01 Januari 2020</p>	<p>Terhadap Kepuasan Konsumen Resto Oto Bento Villa Nusa Indah.</p>	<p>kepuasan konsumen Resto Oto Bento Villa Nusa Indah. - Kualitas produk tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen Resto Oto Bento Villa Nusa Indah.</p>
<p>Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang</p>	<p>Alvin Mariansyah dan Amirudin Syarif (2020) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</p>	<p>Jurnal Ilmiah Bina Manajemen Vol. 3, No. 2, 2020</p>	<p>Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu.</p>	<p>- Kualitas produk tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen Cafe Kabalu. - Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Cafe Kabalu.</p>
<p>Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang</p>	<p>Muhammad Syahwi dan Setyo Pantawis (2021) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</p>	<p>Journal of Economics and Banking Vol. 3 No. 2, Oktober 2021, Hal. 150- 163</p>	<p>Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome</p>	<p>- Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indihome. - Kualitas layanan tidak memiliki pengaruh</p>

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



<p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Penulisan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG. 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>	<p>© Hak cipta dimiliki IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p>		<p>(Studi Kasus Pada PT.Telkom di Kota Semarang).</p>	<p>terhadap kepuasan pelanggan Indihome.</p>
	<p>Risatul Umami, Asat Rizal, dan Sumartik (2019)</p>	<p>Jurnal Ekonomi Manajemen-Akuntansi, Vol. 15 No. 2 Oktober 2019 Hal. 250-257</p>	<p>Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffee Cafe.</p>	<p>- Kualitas produk memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen Kedai Warsu Coffee Cafe. - Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kedai Warsu Coffee Cafe.</p>

Sumber : Data Diolah, 2022

C. Kerangka Pemikiran

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hartadi dan Husda (2020), Tombeng, Roring, dan Rumokoy (2019), Putra, Sumowo, dan Anwar (2017), Syahwi dan Pantawis (2021), dan Umami, Rizal, dan Sumartik (2019) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti bahwa jika kualitas produk semakin ditingkatkan oleh produsen, maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat. Bagi konsumen, kualitas produk merupakan salah satu faktor penting untuk menciptakan kepuasan



pelanggan. Hal ini dikarenakan suatu produk yang berkualitas dapat membuat persepsi konsumen terhadap produk tersebut baik sehingga dapat membentuk kepuasan pelanggan.

2 **Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

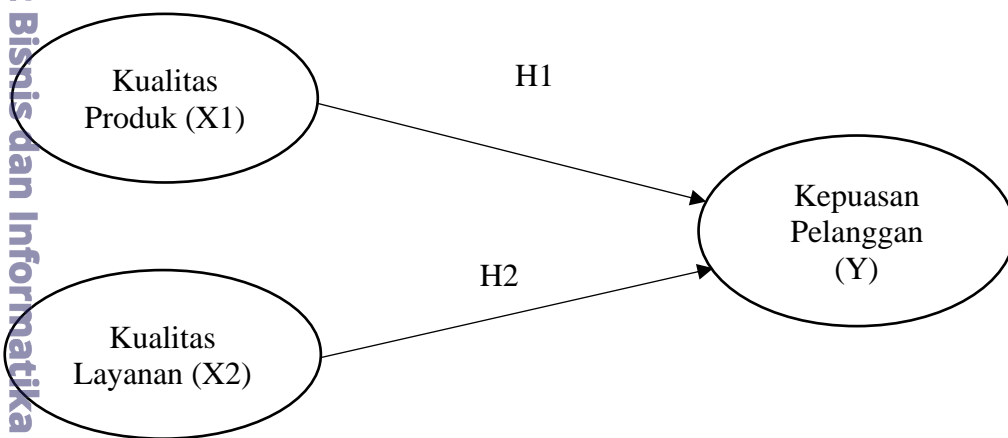
Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hartadi dan Husda (2020), Tombeng, Roring, dan Rumokoy (2019), Putra, Sumowo, dan Anwar (2017), Asti dan Ayuningtyas (2020), Mariansyah dan Syarif (2020), dan Umami, Rizal, dan Sumartik (2019) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti bahwa jika kualitas layanan semakin ditingkatkan oleh produsen, maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat. Bagi konsumen, kualitas layanan merupakan salah satu faktor penting untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan suatu layanan yang baik dapat membuat konsumen menjadi merasa aman dan nyaman dalam membeli produk yang ditawarkan suatu produsen sehingga hal ini dapat membentuk kepuasan pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran





D. Hipotesis Penelitian

Ⓒ Berdasarkan hubungan antar variabel pada kerangka pemikiran yang sudah dikemukakan diatas, maka ditetapkan hipotesis yang akan dilakukan pengujian kebenarannya pada penelitian ini yaitu:

H1 : Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

H2 : Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Ⓒ Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



BAB III

METODE PENELITIAN

Pada bab ini peneliti menjelaskan mengenai metode penelitian apa saja digunakan dalam melaksanakan penelitian. Peneliti juga membahas mengenai objek penelitian, desain penelitian, populasi dan sampel, lokasi penelitian, variabel penelitian, teknik pengambilan sampel teknik pengumpulan data, serta pengolahan dan analisis data.

Pada teknik pengumpulan data berisi cara peneliti dalam mengumpulkan data, lalu untuk teknik pengambilan sampel yaitu penjelasan mengenai teknik peneliti dalam memilih anggota dari suatu populasi menjadi anggota sampel. Lalu terdapat juga teknik analisis data yaitu metode analisis data yang digunakan oleh peneliti dalam mengukur hasil data dalam penelitian, serta rumus-rumus statistik yang digunakan dalam penelitian dan juga program komputer yang digunakan untuk pengolahan data hasil penelitian.

A. Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah produk minuman Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi sedangkan untuk subjek pada penelitian ini adalah pelanggan yang pernah membeli dan mengonsumsi produk minuman Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi sebanyak minimal 2 kali.

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2017:146), definisi desain penelitian adalah sesuatu yang berbentuk perencanaan dan rangkaian dari suatu penelitian untuk menemukan jawaban atas pertanyaan dalam suatu penelitian yang dilakukan. Desain penelitian dalam hal ini termasuk di dalamnya yang dimulai dari proses perencanaan pengumpulan awal, pengukuran sampai pada proses analisis data yang nantinya akan

dimanfaatkan oleh peneliti dalam menggunakan sumber daya tertentu dengan menciptakan beberapa alternatif yang penting pada suatu penelitian yang dijalankan.

Menurut Cooper dan Schindler (2017:148), suatu desain penelitian dapat diklasifikasikan menjadi delapan perspektif yaitu:

1. Tingkat Perumusan Masalah

Pada penelitian yang dilakukan ini berdasarkan tingkat perumusan masalahnya termasuk ke dalam studi formal, yaitu suatu penelitian yang dilakukan bermula dari suatu hipotesis awal dan juga menyertakan suatu langkah atau metode dan juga asal data yang tepat. Untuk tujuan dilakukannya penelitian yang memiliki sifat formal adalah hipotesis yang sudah tentukan akan diuji dan juga agar dapat memperoleh suatu jawaban atas pertanyaan yang muncul.

2. Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini menggunakan studi komunikasi dengan menggunakan metode survey dalam mengumpulkan data yang digunakan dalam penelitian. Peneliti akan melakukan penyebaran kuesioner dengan bantuan *google form* yang di dalamnya berisi sejumlah pertanyaan yang telah ditentukan sebelumnya untuk diisi oleh responden. Lalu jawaban dari responden tadi akan dikumpulkan.

3. Pengendalian Variabel Penelitian

Peneliti dalam melakukan penelitian ini hanya dapat melakukan pemantauan atau observasi saja, maka dari itu peneliti tidak dapat mengontrol variabel-variabel yang hendak diteliti. Oleh karena itu, penelitian ini termasuk klasifikasi *ex-post facto*.

4. Tujuan Penelitian

Suatu penelitian yang di jalankan dapat memiliki sifat kausal ataupun deskriptif. Pada penelitian yang dilakukan ini termasuk ke dalam studi kausal





yang dimana studi kausal ini merupakan studi yang digunakan untuk menafsirkan hubungan yang terjadi antar variabel pada suatu penelitian. Mengenai hal variabel yang akan diteliti yaitu apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

5. Dimensi Waktu

Penelitian ini termasuk studi *cross-sectional*, yaitu proses pengumpulan data dilakukan sebanyak satu kali yang menghasilkan suatu gambaran peristiwa pada titik waktu tertentu, yaitu pada saat penyebaran kuesioner.

6. Cakupan Topik

Pada penelitian ini menggunakan suatu studi yaitu studi statistik. Pada penelitian ini hipotesis akan diuji dengan pengujian statistik secara kuantitatif, yang dimana studi statistik sengaja dibuat bukan untuk cakupan yang lebih mendalam, namun untuk cakupan yang lebih luas. Dalam penelitian ini, peneliti juga akan mencoba mendapatkan karakteristik dari suatu populasi dengan cara menarik kesimpulan dari karakter sampel.

7. Lingkupan Penelitian

Pada penelitian ini diklasifikasikan sebagai penelitian di lapangan dikarenakan subjek yang diteliti dalam penelitian ini ada di lingkungan asli atau nyata. Untuk data yang digunakan pada penelitian ini merupakan data yang di dapatkan secara langsung dari lapangan dengan menyebar kuesioner yang berisi sejumlah pertanyaan untuk dijawab oleh pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



8. Persepsi Subjek

Persepsi subjek atau dalam hal ini responden yang menjawab dapat mempengaruhi berlangsungnya suatu penelitian dan ini dapat menjadi faktor esensial suatu penelitian. Pada penelitian ini, peneliti mengusahakan agar responden tidak merasakan adanya penyimpangan dalam rutinitas kesehariannya agar di dapatkannya hasil persepsi yang nyata.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

C. Populasi dan Sampel

Populasi yang ditentukan pada penelitian ini yaitu pelanggan yang pernah membeli dan mengonsumsi produk minuman Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi sebanyak minimal 2 kali.

Dalam pengambilan sampel, penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling*. Menurut Sugiyono (2019:131), *non-probability sampling* merupakan pengambilan sampel pada suatu penelitian dimana masing-masing bagian dari suatu populasi tidak memiliki peluang setara untuk diambil sampelnya. Lalu untuk jenis teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *Purposive Sampling (judgement sampling)*, yaitu pengambilan sampel yang didasarkan pada kriteria pertimbangan tertentu yang ditetapkan pada populasi sasaran yang dicocokkan dengan tujuan serta masalah yang ada pada penelitian. Kriterianya yaitu responden berumur 17 tahun ke atas serta pernah membeli dan mengonsumsi produk minuman Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi sebanyak minimal 2 kali. Namun karena pelanggan yang sudah pernah membeli dan pernah mengonsumsi produk minuman Kopi Kenangan sangat banyak dan jumlah persisnya atau tepatnya tidak diketahui, maka dalam hal ini sampel yang akan diambil yaitu sebagian dari populasi.

Menurut Hair et al., (2019:133), ukuran sampel dalam suatu penelitian seharusnya berjumlah sebanyak 100 sampel atau bahkan lebih dari itu. Aturan umum

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

tentang ukuran sampel minimum harus setidaknya 5× lebih banyak dari pernyataan yang hendak dianalisis. Pada penelitian ini terdapat 30 pernyataan, sehingga jumlah minimum sampel yang dibutuhkan yaitu 150 responden yang pernah membeli dan mengonsumsi produk minuman Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi sebanyak minimal 2 kali.

D. Lokasi Penelitian

Lokasi yang dipilih sebagai lokasi penelitian yaitu di Kota Harapan Indah Bekasi. Alasan pemilihan lokasi ini dikarenakan di Kota Harapan Indah Bekasi terdapat banyak kedai kopi kekinian yang bergerak dibidang penjualan minuman kopi kekinian dengan berbagai merek. Namun berdasarkan hasil pengamatan secara langsung, dari sekian banyak kedai kopi yang berada di Kota Harapan Indah Bekasi tidak semua kedai ramai pengujung.

Dengan adanya banyak kedai kopi kekinian di wilayah Kota Harapan Indah Bekasi dapat menyebabkan persaingan dalam bidang ini semakin kompetitif. Hal ini mengakibatkan masing-masing perusahaan akan saling berkompetisi untuk menghasilkan produk yang berkualitas serta layanan yang memuaskan agar dapat membentuk kepuasan pelanggan termasuk kedai Kopi Kenangan yang berada di Kota Harapan Indah Bekasi.

E. Variabel Penelitian

Pada penelitian ini terdiri 2 variabel independen atau bebas dan juga 1 variabel dependen atau terikat. Variabel independen pada penelitian ini terdiri dari kualitas produk dan kualitas layanan sedangkan variabel dependennya yaitu kepuasan pelanggan. Berikut ini adalah dimensi serta indikator pertanyaan yang terdapat pada penelitian ini:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi IBI IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Kualitas Produk

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Produk	<i>Performance</i> (kinerja)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minuman Kopi Kenangan memiliki cita rasa yang enak. 2. Minuman Kopi Kenangan memiliki aroma yang harum. 	Interval
	<i>Features</i> (fitur)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kopi Kenangan memiliki berbagai jenis <i>topping</i>/pelengkap minuman yang dapat dipilih. 2. Kopi Kenangan memiliki pilihan menu minuman yang beragam/bervariasi. 	Interval
	<i>Reliability</i> (kehandalan)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minuman Kopi Kenangan memiliki rasa yang selalu konsisten/tidak berubah-ubah dari waktu ke waktu. 2. Minuman Kopi Kenangan memiliki cita rasa yang unik/khas dibanding pesaing. 3. Minuman Kopi Kenangan aman untuk dikonsumsi karena bahan baku yang digunakan terjamin dan higienis. 	Interval

© Hak cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Tjiptono dan Widyastuti (2017:236)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



<p>C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	<p><i>Conformance to specification</i> (kesesuaian spesifikasi)</p>	<p>1. Minuman yang disajikan oleh Kopi Kenangan sesuai dengan yang tertera di menu.</p>	Interval
	<p><i>Aesthetics</i> (estetika)</p>	<p>1. Minuman Kopi Kenangan memiliki desain kemasan minuman yang menarik.</p>	Interval
	<p><i>Perceived quality</i> (kesan kualitas)</p>	<p>1. Minuman Kopi Kenangan memiliki kualitas yang baik.</p>	Interval

Kualitas Layanan

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Layanan	<i>Reliability</i> (keandalan)	<p>1. Karyawan Kopi Kenangan selalu melayani pelanggan dengan baik secara konsisten sejak awal.</p> <p>2. Karyawan Kopi Kenangan selalu menyajikan pesanan pelanggan dengan tepat sesuai pesanan.</p>	Interval

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



<p>Kotler dan Keller (2016:442)</p> <p>Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>		<p>3. Karyawan Kopi Kenangan mampu menyelesaikan masalah yang dialami pelanggan dengan baik.</p>	
	<p><i>Responsiveness</i> (daya tanggap)</p>	<p>1. Karyawan Kopi Kenangan melayani pelanggan dengan cepat.</p> <p>2. Karyawan Kopi Kenangan bersedia merespon keluhan pelanggan dengan cepat.</p> <p>3. Karyawan Kopi Kenangan bersedia membantu pelanggan.</p>	Interval
	<p><i>Assurance</i> (jaminan)</p>	<p>1. Karyawan Kopi Kenangan memiliki pengetahuan mengenai produk yang memadai dalam menjawab pertanyaan pelanggan.</p> <p>2. Karyawan Kopi Kenangan selalu bersikap ramah serta sopan kepada pelanggan.</p>	Interval
	<p><i>Emphaty</i> (empati)</p>	<p>1. Karyawan Kopi Kenangan memahami apa yang diinginkan oleh pelanggan.</p> <p>2. Karyawan Kopi Kenangan peduli kepada setiap pelanggan.</p>	Interval
	<p><i>Tangibles</i> (bukti fisik)</p>	<p>1. Karyawan Kopi Kenangan berpenampilan rapi dan professional.</p>	Interval

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



©		2. Gerai Kopi Kenangan tertata dengan rapi dan bersih.	
---	--	--	--

3. Kepuasan Pelanggan

Tabel 3.3

Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kepuasan Pelanggan Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2018:81)	<i>Product & service feature</i> (fitur produk dan layanan)	1. Saya puas dengan produk minuman yang ditawarkan oleh Kopi Kenangan. 2. Saya puas dengan layanan yang diberikan oleh Kopi Kenangan.	Interval
	<i>Customer emotion</i> (emosi pelanggan)	1. Saya senang dengan produk minuman yang ditawarkan oleh Kopi Kenangan karena memuaskan. 2. Saya senang dengan layanan yang diberikan oleh Kopi Kenangan karena memuaskan.	Interval
	<i>Atributions for service success or failure</i>	1. Saya puas dengan metode pembayaran yang disediakan Kopi Kenangan karena sangat beragam sehingga memudahkan pelanggan.	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Hak cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

3. Kepuasan Pelanggan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	(atribut untuk kesuksesan atau kegagalan layanan)		
	<i>Perception of equity or fairness</i> (persepsi tentang keadilan)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya puas dengan Kopi Kenangan karena produk minuman yang didapatkan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan. 2. Saya puas dengan Kopi Kenangan karena layanan yang diberikan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan. 	Interval
	<i>Other customer, family members, and co-workers</i> (pelanggan lain, anggota keluarga, dan rekan kerja)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya puas dengan Kopi Kenangan karena pengalaman yang di dapat sesuai dengan informasi yang saya dapatkan dari pelanggan lain. 	Interval

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data yaitu teknik komunikasi yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang berisi sejumlah pertanyaan kepada responden yang pernah membeli dan mengonsumsi produk minuman Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi. Penyebaran kuesioner akan



dilakukan dengan tujuan untuk mengumpulkan jawaban dari responden. Menurut Sugiyono (2019:199), kuesioner merupakan teknik yang digunakan dalam proses pengumpulan data dengan menyerahkan beberapa pertanyaan ataupun pernyataan yang kemudian diisi responden yang telah ditentukan.

Skala likert akan digunakan pada penelitian ini untuk mengukur variabel. Skala likert yaitu suatu skala pada penelitian yang digunakan dalam pengukuran yang didasarkan pada suatu sikap serta gagasan responden yang terpilih untuk menjawab dan dirancang untuk mengukur tingkat kesetujuan responden terhadap setiap pernyataan-pernyataan yang terdapat di dalam kuesioner. Pernyataan-pernyataan yang ada di dalam kuesioner perlu untuk dijawab oleh responden dengan kriteria STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, dan SS = Sangat Setuju sedangkan skor setiap tingkatan jawaban yaitu antara 1 sampai 5 (dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju).

G. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, akan dilakukan analisis data dari hasil data yang telah didapatkan dari kuesioner. Dalam penelitian ini, akan digunakan bantuan aplikasi pengolah data IBM SPSS 24 untuk melakukan analisis data. Berikut adalah teknik-teknik analisis data yang digunakan:

1. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018:51), uji validitas yaitu pengujian dengan tujuan untuk melakukan pengukuran terhadap suatu kuesioner valid atau tidak. Jika pertanyaan dalam kuesioner dapat menerangkan suatu hal yang hendak di ukur, maka kuesioner tersebut dapat disimpulkan valid. Pada penelitian ini terdapat sebanyak 30 responden akan diujikan pada uji validitas. Penelitian ini akan



menggunakan uji validitas dengan menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{[n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2][n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2]}}$$

Keterangan :

r : korelasi

X : skor tiap pertanyaan

Y : skor total

n : jumlah responden

Jika nilai korelasi (r hitung) yang diperoleh \geq nilai tabel r *Product Moment* (r tabel), maka dapat diambil suatu kesimpulan bahwa pertanyaan tersebut valid.

Pada penelitian ini nilai tabel r yang digunakan yaitu 0,361.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:45), reliabilitas yaitu suatu metode pengukuran yang digunakan dengan tujuan untuk melakukan pengukuran terhadap suatu kuesioner sebagai indikator variabel tertentu. Jika tanggapan jawaban dari suatu responden konsisten, maka kuesioner tersebut dapat dikatakan reliabel.

Menurut Hair et al., (2019:122), suatu variabel dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. Rumus yang digunakan pada penelitian ini untuk menghitung nilai *Cronbach's Alpha* yaitu:

$$r_{ii} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\Sigma \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Berikut ini adalah rumus untuk mencari nilai σ^2 :

$$\sigma^2 = \frac{\Sigma X^2 - \frac{(\Sigma X)^2}{n}}{n}$$



Keterangan :

r_{ii} : *reliability* instrument

k : total jumlah butir pernyataan/pertanyaan

$\Sigma \sigma^2$: jumlah butir varian

σ_t^2 : varian total

3. Analisis Deskriptif

a. Rata-rata Hitung (*Mean*)

Rata-rata hitung adalah hasil dari total jumlah nilai ataupun skor yang diteliti dalam suatu persebaran dan dibagi dengan jumlah total frekuensi. Pada penelitian ini rumus yang digunakan yaitu:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

Keterangan :

X : *mean* skor

X_i : nilai sampel ke i

n : jumlah data dipergunakan/frekuensi

b. Rata-rata Tertimbang

Rata-rata tertimbang merupakan suatu nilai *mean* dengan menghitung masing-masing bobot dari data yang disajikan. Pada penelitian ini rumus yang digunakan yaitu:

$$\bar{x} = \frac{\sum f_i \cdot x_i}{\sum f_i}$$

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Keterangan:

\bar{x} : rata-rata tertimbang

f_i : bobot data ke i

x_i : nilai data ke i

c. Analisis Persentase (%)

Analisis persentase pada penelitian akan digunakan dalam melihat karakteristik dari responden yang ada pada profil responden dalam kuesioner.

Pada penelitian ini rumus yang digunakan yaitu:

$$P = \frac{FI}{\sum FI} \times 100\%$$

Keterangan:

P : persentase responden yang mempunyai kategori tertentu

F_i : jumlah responden yang menjawab satu jenis pernyataan tertentu

$\sum F_i$: jumlah total responden

d. Rentang Skala

Data yang sudah terkumpul pada kuesioner akan diukur dengan menggunakan skala likert. Setiap respon jawaban ditetapkan skor numerik untuk menentukan posisi skor dari suatu variabel. Nantinya skor-skor akan dijumlahkan untuk mengukur sikap pendapat keseluruhan responden yang mengisi. Pada penelitian ini rumus yang digunakan yaitu:

$$Rs = \frac{m - p}{b}$$

Keterangan :

Rs : rentang skala

m : skor paling tinggi

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



p : skor paling rendah

b : jumlah kategori/kelas

Untuk nilai yang responden dapat berikan untuk setiap bagian yaitu:

1 = Sangat Tidak Setuju

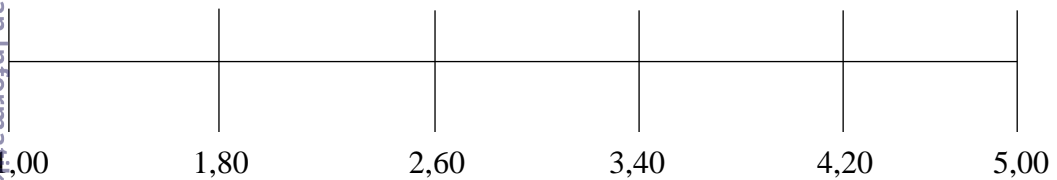
2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Berikut adalah skala likert dan keterangan setiap bagiannya:



Keterangan:

1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,81 – 2,60 = Tidak Setuju (TS)

2,61 – 3,40 = Netral (N)

3,41 – 4,20 = Setuju (S)

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju (SS)

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161), definisi uji normalitas yaitu pengujian memiliki tujuan memeriksa apakah variabel residu memiliki distribusi normal atau tidak dalam suatu model regresi. Nilai residu yang ada dalam

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



suatu model regresi seharusnya berdistribusi normal. Pada penelitian ini akan menggunakan uji normalitas dengan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Hipotesisnya adalah sebagai berikut:

H_0 : data residual berdistribusi normal

H_a : data residual tidak berdistribusi normal

Untuk kriteria menarik kesimpulan distribusi data residual normal atau tidak sebagai berikut:

1. Apabila nilai $p\text{-value} \geq 0.05$, hal ini berarti data residual dalam model regresi memiliki distribusi yang normal.
2. Apabila nilai $p\text{-value} < 0.05$, hal ini berarti data residual dalam model regresi memiliki distribusi yang tidak normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137), definisi uji heterokedastisitas yaitu pengujian yang dilakukan terhadap suatu model regresi untuk mengecek apakah terdapat varians residual yang tidak sama dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Apabila varians residual data dari observasi ke observasi berbeda maka hal itu diartikan sebagai heterokedastisitas, maka sebaliknya jika sama, maka hal tersebut disebut homokedastisitas. Pada penelitian ini akan digunakan pengujian heterokedastisitas dengan metode uji glejser.

Untuk kriteria menarik kesimpulan apakah terjadi heterokedastisitas atau tidak pada penelitian ini yaitu:

1. Apabila koefisien $parameter\ sign > 0.05$, hal ini berarti dalam model regresi tidak terjadi heterokedastisitas.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Apabila koefisien *parameter sign* < 0.05 , hal ini berarti dalam model regresi terjadi heterokedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018:107), definisi uji multikolinearitas yaitu suatu pengujian yang bertujuan memeriksa dan melihat dalam suatu model regresi apakah terdapat hubungan satu sama lain antar variabel bebas. Untuk kriteria adanya multikolinearitas atau tidaknya dalam suatu model regresi terlihat dari nilai *tolerance* atau VIF (*Variance Inflation Factor*). Untuk kriteria dalam menarik kesimpulan multikolinearitas adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai *tolerance* ≥ 0.10 atau $VIF \leq 10$, hal ini berarti dalam suatu model regresi tidak terdapat multikolinearitas.
2. Jika nilai *tolerance* ≤ 0.10 atau $VIF \geq 10$, hal ini berarti dalam suatu model regresi terdapat multikolinearitas.

d. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2018:111), definisi uji autokorelasi yaitu pengujian yang memiliki tujuan untuk mengecek dalam suatu model regresi apakah terdapat hubungan antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Masalah autokorelasi ini terjadi pada umumnya disebabkan oleh observasi berturut-turut dari waktu ke waktu yang terkait. Hal ini muncul karena nilai residu tidak terbebas dari suatu observasi ke observasi lainnya. Dalam penelitian ini akan dilakukan uji autokorelasi Durbin-Watson. Untuk kriteria dalam menarik kesimpulan apakah terjadi autokorelasi atau tidak pada suatu model regresi sebagai berikut:

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.4

Kriteria Pengambilan Keputusan Autokorelasi

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak terdapat autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dL$
Tidak terdapat autokorelasi positif	Tidak ada keputusan	$dL \leq d \leq dU$
Tidak terdapat autokorelasi negatif	Tolak	$4-dL < d < 4$
Tidak terdapat autokorelasi negatif	Tidak ada keputusan	$4-dU \leq d \leq 4-dL$
Tidak terdapat autokorelasi positif atau negatif	Tidak tolak	$dU < d < 4-dU$

Sumber: Ghozali (2018:112)

5. Analisis Regresi Berganda

Menurut Ghozali (2018:96), analisis regresi memiliki tujuan untuk mengukur korelasi antara dua variabel atau lebih dan memiliki tujuan untuk arah hubungan antara variabel dependen dan independen. Variabel terikat diumpamakan acak, artinya terdapat distribusi probabilitas, sedangkan variabel bebas diumpamakan memiliki nilai tetap (pada saat pengambilan sampel berulang). Berikut ini adalah rumus analisis regresi berganda yaitu:

$$Y = \beta_0 + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + e$$

Keterangan:

Y : variabel kepuasan pelanggan

β_0 : koefisien regresi

β_1 : koefisien regresi variabel kualitas produk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

β_2 : koefisien regresi variabel kualitas layanan
 x_1 : variabel kualitas produk
 x_2 : variabel kualitas layanan
 e : *term of error*

a. Uji Keberartian Model (Uji F)

Menurut Ghozali (2018:98), uji F bertujuan mengukur signifikansi secara simultan variabel bebas terhadap suatu variabel terikat. Model regresi dapat dinyatakan layak untuk digunakan atau tidak dengan melakukan uji F ini. Berikut adalah hipotesis statistiknya:

Hipotesis Statistik:

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$$

$$H_a : \text{tidak semua } \beta_i = 0 \text{ (i=1,2)}$$

Untuk kriteria dalam menarik kesimpulan dalam uji F yaitu:

1. Taraf signifikansi/Sig. F ($\alpha = 0.05$).
2. Jika nilai Sig. F ≥ 0.05 , dapat diambil kesimpulan bahwa model tidak layak digunakan dalam penelitian dan model tidak fit.
3. Jika nilai Sig. F < 0.05 , dapat diambil kesimpulan bahwa model layak digunakan pada penelitian dan model fit.

b. Uji Signifikan Koefisien (Uji t)

Menurut Ghozali (2018:98), uji t merupakan pengujian yang dilakukan dengan tujuan untuk menerangkan besar pengaruh variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Berikut adalah hipotesis statistiknya:

Hipotesis Statistik:

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

$$H_{a1} : \beta_1 > 0$$

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



$$H_{02} : \beta_2 = 0$$

$$H_{a2} : \beta_2 > 0$$

Untuk kriteria yang digunakan dalam uji t yaitu:

1. Taraf signifikansi/Sig. t ($\alpha = 0.05$).
2. Jika nilai Sig. t < 0.05 , maka tolak H_0 berarti variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.
3. Jika nilai Sig. t > 0.05 , maka tidak tolak H_0 berarti variabel bebas tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018:97), uji koefisien determinasi digunakan dalam mengukur derajat kemampuan dari suatu model dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Semakin kecil nilai R^2 , maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas terbatas untuk menjelaskan variabel terikat, sedangkan jika nilai R^2 semakin dekat dengan satu, berarti variabel bebas dapat memberikan hampir seluruh jawaban untuk memprediksi variabel terikat.

1. $R^2 = 0$, berarti variabel independen tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen.
2. $R^2 = 1$, berarti variabel independen secara sepenuhnya memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



BAB IV

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti akan menganalisis dan membahas hasil dari penelitian yang telah dilakukan. Bab ini berisi gambaran umum objek penelitian, analisis data, sampai pada pembahasan hasil penelitian yang merupakan pembahasan dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

Pada gambaran umum objek penelitian akan menjelaskan mengenai penjelasan objek yang diteliti secara umum. Untuk analisis data dan hasil penelitian akan menjelaskan mengenai hasil analisis data yang di dapatkan dari hasil pengumpulan data. Untuk pembahasan hasil penelitian berisi pembahasan dari data yang telah dianalisis pada hasil penelitian.

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Kopi Kenangan merupakan salah satu kedai kopi kekinian yang terbesar di Indonesia. Kopi Kenangan mulai berdiri sejak tahun 2017. Kedai Kopi Kenangan dibuka berada dibawah naungan PT Bumi Berkah Boga, yakni perusahaan yang bergerak dibidang minuman kopi yang turut meramaikan pasar kedai Kopi kekinian di Indonesia. Gerai Kopi Kenangan pertama kali buka berada di daerah kuningan tepatnya di daerah perkantoran menara *Standard Chartered*. Pemilik Kopi Kenangan yaitu Edward Tirtanata, James Prananto, dan Cynthia Chaerunissa.

Terdapat cerita tersendiri mengenai asal usul nama Kopi Kenangan. Menurut salah satu pemilik Kopi Kenangan yaitu Cynthia Chaerunissa, nama Kopi Kenangan dipilih dikarenakan para pemilik/*founder* berpikir mengenai nama merek yang mudah diingat dan diucapkan oleh masyarakat Indonesia sehingga Kopi Kenangan dianggap

© Hak cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

lebih mudah diucapkan sehingga dipilihlah nama Kopi Kenangan. Begitu juga dengan penamaan setiap produknya juga dibuat sedemikian rupa unik sehingga dapat mudah diingat dan diucapkan masyarakat Indonesia. Contoh beberapa nama menu minumannya yaitu Kopi Kenangan Mantan, Kopi Kenangan Masa Lalu, dan Kopi Mantan Menikah.

Kopi Kenangan juga merupakan salah satu bisnis kedai kopi yang menerapkan sistem *non-franchise*. Alasan Kopi Kenangan tidak membuka *franchise* yaitu karena pemilik Kopi Kenangan memiliki tujuan agar setiap kedai Kopi Kenangan memiliki tujuan serta strategi yang sama sehingga masing-masing kedai memiliki standarisasi mutu yang sesuai karena kontrol kualitas yang tinggi. Gerai Kopi Kenangan hingga saat ini terus bertambah dan kini sudah mencapai 672 gerai yang tersebar di 45 kota di Indonesia. Berikut adalah logo Kopi Kenangan:

Gambar 4.1

Logo Kopi Kenangan



Sumber: kopikenangan.com

Kopi Kenangan sendiri memiliki konsep kedai *Grab and Go* yang dimana konsep ini pada setiap gerainya tidak memiliki banyak tempat meja dan kursi. Kopi Kenangan menjual produk minuman kekinianya melalui setiap gerai-gerai yang



didirikannya dan juga bekerjasama dengan mitra-mitra layanan antar ojek online agar mempermudah pelanggan untuk membeli produk-produk yang dijual.

Kopi Kenangan menjual berbagai minuman kekinian baik itu *coffee* maupun *non coffee*. Beberapa pilihan menu minuman di setiap kategori yang dijual adalah sebagai berikut:

Gambar 4.2

Daftar Menu Minuman Kopi Kenangan

Item	R	L
Kopi Kenangan Mantan		
(n.) Kenangan manis yang sudah tidak ada, tapi suka datang tiba-tiba di pikiran		
Kopi Kenangan Mantan	18	24
Dua Shot Iced Shaken	22	28
Kopi Kenangan Masa Lalu		
(n.) Terlalu pahit untuk dikenang namun, terlalu indah untuk dilupakan		
Americano/Long Black	15	18
Kopi Kelapa (Kemana Lagi Pacar?)	19	25
Kopi Teh AnDi Lau		
(n.) Antara dilema dan galau		
Teh Tarik + A Shot of Espresso	18	24
Kopi Mantan Menikah		
(n.) Ketika berjuta rasa masa lalu hanya tinggal kenangan. Game over		
Vanilla Latte	24	32
Hazelnut Latte	24	32
Caramel Latte	24	32
Pandan Latte	24	32
Tiramisu Latte	24	32
Marie Regal Latte	34	40
Oreo Latte	34	40
Latte	18	21
Cappuccino	18	21
Flat White	18	21
Minuman Selingkuhan		
(n.) Karena kopi tidak selalu setia		
Susu Boba Gula Aren	20	29
Cokelat Pelarian	24	34
Cokelat Pisang	27	34
Milo Dinosaurus	20	26
Thai Tea	-	18
Thai Green Tea	-	18
Oreo Cookies & Cream Shake	29	40
Marie Regal Shake	29	40
Air Mineral	9	-
Es Teh Nostalgia		
(n.) Sedingin sifatnya sekarang, semanis kenangan yang pernah ada		
Es Teh Bunga Melati	15	18
Teh Susu Kenangan Terindah		
(n.) Semua akan indah pada waktu nya		
Kenangan Matcha Indah	24	29
Højicha Latte	24	29
Teh Tarik Ular	18	23
Add Toppings		
Grass Jelly	5	
Boba	5	
More Sugar		
(n.) Perlu manis-manis, untuk melupakan kenangan pahit		
No / Less Sugar		
(n.) Tidak perlu manis - manis yang penting setia		

Sumber: traveloka.com

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



B. Analisis Deskriptif

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan terhadap 30 responden yang telah pernah membeli dan mengonsumsi produk minuman Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi sebanyak minimal 2 kali. Uji validitas dengan korelasi *Pearson Product Moment* akan digunakan pada penelitian ini. Jawaban kuesioner yang diisi oleh responden diolah dengan *software* IBM SPSS 24. Pernyataan-pernyataan valid jika r hitung lebih besar dari r tabel. Dalam penelitian ini menggunakan r tabel 0,361. Berikut adalah tabel hasil uji validitas dari setiap variabel:

Tabel 4.1

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

No	Butir Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Minuman Kopi Kenangan memiliki cita rasa yang enak.	0,695	0,361	Valid
2	Minuman Kopi Kenangan memiliki aroma yang harum.	0,719	0,361	Valid
3	Kopi Kenangan memiliki berbagai jenis <i>topping</i> /pelengkap minuman yang dapat dipilih.	0,767	0,361	Valid

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4	Kopi Kenangan memiliki pilihan menu minuman yang beragam/bervariasi.	0,508	0,361	Valid
5	Minuman Kopi Kenangan memiliki rasa yang selalu konsisten/tidak berubah-ubah dari waktu ke waktu.	0,656	0,361	Valid
6	Minuman Kopi Kenangan memiliki cita rasa yang unik/khas dibanding merek lain.	0,576	0,361	Valid
7	Minuman Kopi Kenangan aman untuk dikonsumsi karena bahan baku yang digunakan terjamin dan higienis.	0,646	0,361	Valid
8	Minuman yang disajikan oleh Kopi Kenangan sesuai dengan yang tertera di menu.	0,588	0,361	Valid
9	Minuman Kopi Kenangan memiliki	0,812	0,361	Valid

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



	desain kemasan yang menarik.			
10	Minuman Kopi Kenangan memiliki kualitas yang baik.	0,752	0,361	Valid

Sumber: hasil olahan SPSS

Berdasarkan tabel 4.1, terlihat bahwa nilai r hitung dari semua butir pernyataan variabel kualitas produk lebih besar dari r tabel 0,361, maka semua butir pernyataan variabel kualitas produk dinyatakan valid.

Tabel 4.2

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan

No	Butir Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Karyawan Kopi Kenangan selalu melayani pelanggan dengan baik secara konsisten sejak awal.	0,549	0,361	Valid
2	Karyawan Kopi Kenangan selalu menyajikan pesanan pelanggan dengan tepat sesuai pesanan.	0,595	0,361	Valid
3	Karyawan Kopi Kenangan mampu menyelesaikan masalah	0,733	0,361	Valid

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

	yang dialami pelanggan dengan baik.			
4	Karyawan Kopi Kenangan melayani pelanggan dengan cepat.	0,484	0,361	Valid
5	Karyawan Kopi Kenangan bersedia merespon keluhan pelanggan dengan cepat.	0,778	0,361	Valid
6	Karyawan Kopi Kenangan bersedia membantu pelanggan.	0,669	0,361	Valid
7	Karyawan Kopi Kenangan memiliki pengetahuan mengenai produk yang memadai dalam menjawab pertanyaan pelanggan.	0,413	0,361	Valid
8	Karyawan Kopi Kenangan selalu bersikap ramah serta sopan kepada pelanggan.	0,515	0,361	Valid



9	Karyawan Kopi Kenangan memahami apa yang diinginkan oleh pelanggan.	0,611	0,361	Valid
10	Karyawan Kopi Kenangan peduli kepada setiap pelanggan.	0,766	0,361	Valid
11	Karyawan Kopi Kenangan berpenampilan rapi dan professional.	0,545	0,361	Valid
12	Gerai Kopi Kenangan tertata dengan rapi dan bersih.	0,507	0,361	Valid

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Sumber: hasil olahan SPSS

Berdasarkan tabel 4.2, terlihat bahwa nilai r hitung untuk semua butir pernyataan variabel kualitas layanan lebih besar dari r tabel 0,361, maka semua butir pernyataan variabel kualitas layanan dinyatakan valid.

Tabel 4.3

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Butir Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Saya puas dengan produk minuman yang ditawarkan oleh Kopi Kenangan.	0,557	0,361	Valid
2	Saya puas dengan layanan yang diberikan oleh Kopi Kenangan.	0,732	0,361	Valid
3	Saya senang dengan produk minuman yang di tawarkan oleh Kopi Kenangan karena memuaskan.	0,638	0,361	Valid
4	Saya senang dengan layanan yang diberikan oleh Kopi Kenangan karena memuaskan.	0,781	0,361	Valid
5	Saya puas dengan metode pembayaran yang disediakan Kopi Kenangan karena sangat beragam sehingga memudahkan pelanggan.	0,524	0,361	Valid
6	Saya puas dengan Kopi Kenangan karena produk	0,590	0,361	Valid

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



	minuman yang didapatkan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan.			
7	Saya puas dengan Kopi Kenangan karena layanan yang diberikan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan.	0,804	0,361	Valid
8	Saya puas dengan Kopi Kenangan karena pengalaman yang didapat sesuai dengan informasi yang saya dapatkan dari pelanggan lain.	0,706	0,361	Valid

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Berdasarkan tabel 4.3, terlihat bahwa nilai r hitung untuk semua butir pernyataan variabel kepuasan pelanggan lebih besar dari r tabel 0,361, maka semua butir pernyataan variabel kepuasan pelanggan dinyatakan valid.



b. Uji Reliabilitas

Pada penelitian yang dilakukan menggunakan Cronbach's Alpha dalam pengujian reliabilitasnya. Jawaban yang telah diisi oleh responden diolah dengan bantuan *software* IBM SPSS 24. Kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alphanya $> 0,60$. Menurut Sugiyono (2019:248) dalam uji reliabilitas terdapat kriteria tingkat uji reliabilitas. Berikut ini adalah tabel kriterianya:

Tabel 4.4
Kriteria Tingkat Uji Reliabilitas

No	Interval	Kriteria
1	$< 0,200$	Sangat rendah
2	$0,200 - 0,399$	Rendah
3	$0,400 - 0,599$	Cukup
4	$0,600 - 0,799$	Tinggi
5	$0,800 - 1,000$	Sangat tinggi

Sumber: Sugiyono (2019:248)

Variabel-variabel pada penelitian ini diolah untuk diuji reliabilitas yang hasil olahannya dapat terlihat sebagai berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Kualitas Produk	0,901	Reliabel
2	Kualitas Layanan	0,888	Reliabel
3	Kepuasan Pelanggan	0,890	Reliabel

Sumber: hasil olahan SPSS

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Berdasarkan tabel 4.5, dapat disimpulkan bahwa setiap variabel yang digunakan pada penelitian ini reliabel dikarenakan nilai Cronbach's Alpha nya $> 0,60$.

Berdasarkan tabel 4.4 yaitu tingkat reliabilitas setiap variabel, variabel kualitas produk Cronbach's Alpha nya bernilai 0,901 yang artinya tingkat reliabilitasnya sangat tinggi, variabel kualitas layanan Cronbach's Alpha nya bernilai 0,888 yang artinya tingkat reliabilitasnya sangat tinggi, sedangkan untuk variabel kepuasan pelanggan Cronbach's Alpha nya bernilai 0,890 yang artinya tingkat reliabilitasnya sangat tinggi.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Analisis Data Responden

a. Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada penelitian ini, dilakukan analisis persentase terhadap responden berdasarkan jenis kelamin. Hasil olahan data persentase responden berdasarkan jenis kelamin disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.6

Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Pria	71	47,3%
Wanita	79	52,7%
Total	150	100%

Sumber: hasil olahan SPSS

Berdasarkan tabel 4.6, responden yang berjenis kelamin pria sebesar 47,3% atau berjumlah 71 responden dari total 150 responden sedangkan responden yang berjenis kelamin wanita sebesar 52,7% atau berjumlah 79

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



responden dari total 150 responden. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden pada penelitian ini berjenis kelamin wanita.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

b. Persentase Responden Berdasarkan Usia

Pada penelitian ini, dilakukan analisis persentase terhadap responden berdasarkan usia. Hasil olahan data persentase responden berdasarkan usia disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.7

Persentase Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase (%)
17-23 Tahun	118	78,7%
24-30 Tahun	29	19,3%
31-37 Tahun	1	0,7%
≥ 38 Tahun	2	1,3%
Total	150	100%

Sumber: hasil olahan SPSS

Berdasarkan tabel 4.7, responden yang berusia 17-23 tahun sebesar 78,7% atau berjumlah 118 responden, responden yang berusia 24-30 tahun sebesar 19,3% atau berjumlah 29 responden, responden yang berusia 31-37 tahun sebesar 0,7% atau berjumlah 1 responden, dan responden yang berusia ≥ 38 tahun sebesar 1,3% atau berjumlah 2 responden. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berusia 17-23 tahun.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



c. Persentase Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Pada penelitian ini, dilakukan analisis persentase terhadap responden berdasarkan jenis pekerjaan. Hasil olahan data persentase responden berdasarkan jenis pekerjaan disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.8

Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Mahasiswa	106	70,7 %
Pegawai Swasta	25	16,7 %
Pelajar	9	6 %
Wiraswasta	7	4,7 %
Ibu Rumah Tangga	2	1,3%
Agen Properti	1	0,7%
Total	150	100%

Sumber: hasil olahan SPSS

Berdasarkan tabel 4.8, responden sebagai mahasiswa sebesar 70,7% atau berjumlah 106 responden, responden sebagai pegawai swasta sebesar 16,7% atau berjumlah 25 responden, responden sebagai pelajar sebesar 6% atau berjumlah 9 responden, responden sebagai wiraswasta sebesar 4,7% atau berjumlah 7 responden, responden sebagai ibu rumah tangga sebesar 1,3% atau berjumlah 2 responden, dan responden sebagai agen properti sebesar 0,7% atau berjumlah 1 responden. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah mahasiswa.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. Analisis Variabel

a. Analisis Variabel Kualitas Produk

Variabel kualitas produk terdiri dari 10 indikator yang sudah ditentukan dalam kuesioner. Untuk perhitungan skor setiap indikator yang digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9

Skor Rata-Rata Variabel Kualitas Produk

No.	Pernyataan	Skor					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
1.	Minuman Kopi Kenangan memiliki cita rasa yang enak.	0	3	18	76	53	4,19
2.	Minuman Kopi Kenangan memiliki aroma yang harum.	0	4	22	85	39	4,06
3.	Kopi Kenangan memiliki berbagai jenis <i>topping</i> /pelengkap minuman yang dapat dipilih.	0	1	20	79	50	4,19
4.	Kopi Kenangan memiliki pilihan menu minuman yang beragam/bervariasi.	0	2	22	73	53	4,18
5.	Minuman Kopi Kenangan memiliki rasa yang selalu konsisten/tidak berubah-ubah dari waktu ke waktu.	1	5	29	74	41	3,99

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



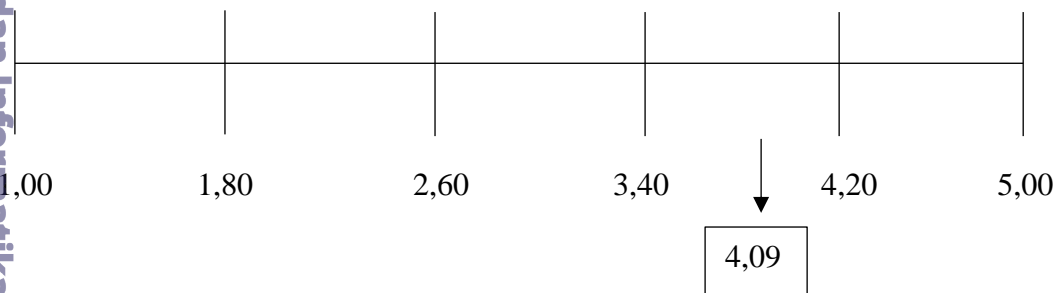
Tabel 4.9

Skor Rata-Rata Variabel Kualitas Produk (Lanjutan)

6.	Minuman Kopi Kenangan memiliki cita rasa yang unik/khas dibanding merek lain.	0	13	38	71	28	3,76
7.	Minuman Kopi Kenangan aman untuk dikonsumsi karena bahan baku yang digunakan terjamin dan higienis.	0	0	16	83	51	4,23
8.	Minuman yang disajikan oleh Kopi Kenangan sesuai dengan yang tertera di menu.	0	1	13	95	41	4,17
9.	Minuman Kopi Kenangan memiliki desain kemasan yang menarik.	2	6	30	75	37	3,93
10.	Minuman Kopi Kenangan memiliki kualitas yang baik.	0	1	15	87	47	4,20
Rata-rata skor variabel kualitas produk							4,09

Sumber: hasil olahan SPSS

Berikut adalah posisi skor variabel kualitas produk pada skala likert:





Berdasarkan tabel 4.9, dapat disimpulkan bahwa skor rata-rata mengenai kualitas produk produk minuman Kopi Kenangan yang telah diisi oleh 150 responden nilai rata-ratanya yaitu 4,09. Maka dapat disimpulkan bahwa responden berada pada posisi setuju. Hal ini memiliki arti bahwa responden setuju bahwa kualitas produk minuman yang ditawarkan oleh Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi baik.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

b. Analisis Variabel Kualitas Layanan

Variabel kualitas layanan terdiri dari 12 indikator yang sudah ditentukan dalam kuesioner. Untuk perhitungan skor setiap indikator yang digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10
Skor Rata-Rata Variabel Kualitas Layanan

No.	Pernyataan	Skor					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
1.	Karyawan Kopi Kenangan selalu melayani pelanggan dengan baik secara konsisten sejak awal.	0	2	24	83	41	4,09
2.	Karyawan Kopi Kenangan selalu menyajikan pesanan pelanggan dengan tepat sesuai pesanan.	0	1	14	88	47	4,21

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4.10

Skor Rata-Rata Variabel Kualitas Layanan (Lanjutan)

3.	Karyawan Kopi Kenangan mampu menyelesaikan masalah yang dialami pelanggan dengan baik.	0	1	31	83	35	4,01
4.	Karyawan Kopi Kenangan melayani pelanggan dengan cepat.	0	3	17	84	46	4,15
5.	Karyawan Kopi Kenangan bersedia merespon keluhan pelanggan dengan cepat.	0	3	32	81	34	3,97
6.	Karyawan Kopi Kenangan bersedia membantu pelanggan.	0	1	20	85	44	4,15
7.	Karyawan Kopi Kenangan memiliki pengetahuan mengenai produk yang memadai dalam menjawab pertanyaan pelanggan.	0	0	16	73	61	4,30
8.	Karyawan Kopi Kenangan selalu bersikap ramah serta sopan kepada pelanggan.	0	2	15	81	52	4,22
9.	Karyawan Kopi Kenangan memahami apa yang diinginkan oleh pelanggan.	0	1	22	95	32	4,05
10.	Karyawan Kopi Kenangan peduli kepada setiap pelanggan.	0	7	31	79	33	3,92

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

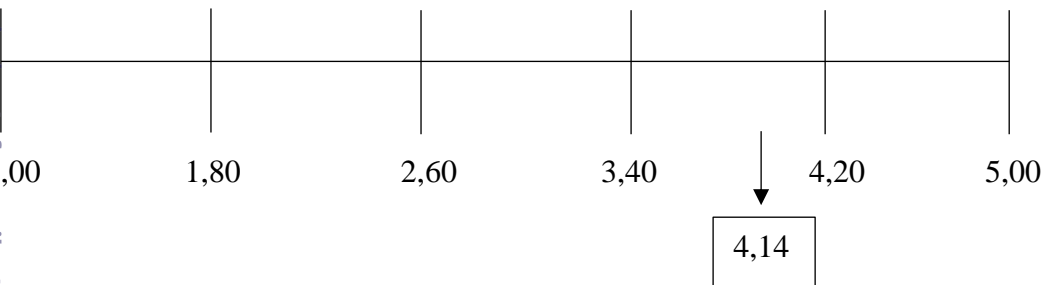
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



11.	Karyawan Kopi Kenangan berpenampilan rapi dan professional.	0	0	11	77	62	4,34
12.	Gerai Kopi Kenangan tertata dengan rapi dan bersih.	0	1	12	80	57	4,29
Rata-rata skor variabel kualitas layanan							4,14

Sumber: hasil olahan SPSS

Berikut adalah posisi skor variabel kualitas layanan pada skala likert:



Berdasarkan tabel 4.10, dapat disimpulkan bahwa skor rata-rata mengenai kualitas layanan Kopi Kenangan yang telah diisi oleh 150 responden nilai rata-ratanya yaitu 4,14. Maka dapat disimpulkan bahwa responden berada pada posisi setuju. Hal ini memiliki arti bahwa responden setuju bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi baik.



c. Analisis Variabel Kepuasan Pelanggan

Variabel kepuasan pelanggan terdiri dari 8 indikator yang sudah ditentukan dalam kuesioner. Untuk perhitungan skor setiap indikator yang digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11

Skor Rata-Rata Variabel Kepuasan Pelanggan

No.	Pernyataan	Skor					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
1.	Saya puas dengan produk minuman yang ditawarkan oleh Kopi Kenangan.	0	1	11	75	63	4,33
2.	Saya puas dengan layanan yang diberikan oleh Kopi Kenangan.	0	2	12	89	47	4,21
3.	Saya senang dengan produk minuman yang di tawarkan oleh Kopi Kenangan karena memuaskan.	0	3	20	79	48	4,15
4.	Saya senang dengan layanan yang diberikan oleh Kopi Kenangan karena memuaskan.	0	2	22	85	41	4,10
5.	Saya puas dengan metode pembayaran yang disediakan Kopi Kenangan karena sangat beragam sehingga memudahkan pelanggan.	0	0	12	79	59	4,31

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



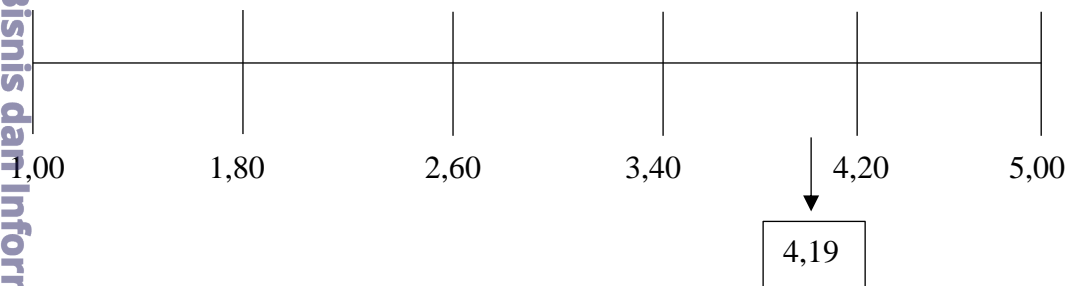
Tabel 4.11

Skor Rata-Rata Variabel Kepuasan Pelanggan (Lanjutan)

6.	Saya puas dengan Kopi Kenangan karena produk minuman yang didapatkan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan.	0	3	22	74	51	4,15
7.	Saya puas dengan Kopi Kenangan karena layanan yang diberikan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan.	0	2	21	88	39	4,09
8.	Saya puas dengan Kopi Kenangan karena pengalaman yang didapat sesuai dengan informasi yang saya dapatkan dari pelanggan lain.	0	1	20	84	45	4,15
Rata-rata skor variabel kepuasan pelanggan							4,19

Sumber: hasil olahan SPSS

Berikut adalah posisi skor variabel kepuasan pelanggan pada skala likert:



Berdasarkan tabel 4.11, dapat disimpulkan bahwa skor rata-rata mengenai kepuasan pelanggan terhadap Kopi Kenangan yang telah diisi oleh 150 responden nilai rata-ratanya yaitu 4,19. Maka dapat disimpulkan bahwa

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



responden berada pada posisi setuju. Hal ini memiliki arti bahwa responden setuju bahwa mereka puas terhadap produk dan layanan yang ditawarkan oleh Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi.

C

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

C. Hasil Penelitian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Setelah melakukan analisis deskriptif tiap variabel, maka selanjutnya peneliti akan melakukan uji normalitas terhadap data yang sudah didapatkan dari responden yang mengisi kuesioner. Berikut adalah hasil olahan data uji normalitas yang ada pada penelitian ini:

Tabel 4.12

Hasil Uji Normalitas

		Unstandardize Residual
N		150
Normal Parameters^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,22923037
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,054
	Positive	,032
	Negative	-,054
Test Statistic		,054
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: hasil olahan SPSS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Berikut adalah hipotesis dari pengujian normalitas:

H_0 : data residual berdistribusi normal

H_a : data residual tidak berdistribusi normal

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar $0,200 > 0,05$, artinya H_0 diterima yang berarti data residual pada penelitian ini berdistribusi normal dan memenuhi syarat normalitas.

c. Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

b. Uji Heterokedastisitas

Setelah peneliti melakukan uji normalitas, maka selanjutnya peneliti akan melakukan uji heterokedastisitas dengan menggunakan uji glejser terhadap data pada penelitian ini. Berikut adalah hasil olahan data uji heterokedastisitas yang ada pada penelitian ini:

Tabel 4.13

Hasil Uji Heterokedastisitas

Model	Unstandardize Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std.	Beta		
(Constant)	3,408	1,120		3,041	,003
Kualitas Produk	-,027	,035	-,091	-,762	,447
Kualitas Layanan	-,012	,032	-,046	-,384	,702

Sumber: hasil olahan SPSS

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai Sig. pada variabel kualitas produk yaitu $0,447 > 0,05$ dan nilai Sig. pada variabel kualitas

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



layanan yaitu $0,702 > 0,05$ yang artinya dalam model regresi ini tidak terjadi heterokedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Setelah peneliti melakukan uji heterokedastisitas, maka selanjutnya peneliti akan melakukan uji multikolinearitas. Berikut adalah hasil olahan data uji multikolinearitas yang ada pada penelitian ini:

Tabel 4.14

Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardize Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std.	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2,659	1,766		1,506	,134		
Kualitas Produk	,299	,055	,370	5,402	,000	,467	2,142
Kualitas Layanan	,374	,050	,513	7,488	,000	,467	2,142

Sumber: hasil olahan SPSS

Berdasarkan tabel 4.14, variabel kualitas produk memiliki nilai VIF 2,142 < 10 dan *Tolerance* $0,467 > 0,10$ yang artinya variabel kualitas produk tidak terjadi multikolinearitas, sedangkan untuk variabel kualitas layanan memiliki nilai VIF 2,142 < 10 dan *Tolerance* $0,467 > 0,10$ yang artinya variabel kualitas layanan tidak terjadi multikolinearitas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



d. Uji Autokorelasi

Setelah peneliti melakukan uji multikolinearitas, maka selanjutnya peneliti akan melakukan uji autokorelasi dengan Durbin-Watson. Berikut adalah hasil olahan data uji autokorelasi yang ada pada penelitian ini:

Tabel 4.15

Hasil Uji Autokorelasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate	Durbin-Watson
,823 ^a	,678	,673	2,244	2,037

Sumber: hasil olahan SPSS

Berdasarkan tabel 4.15, nilai Durbin-Watson adalah 2,037. Sesuai dasar kriteria pengambilan keputusan ada atau tidaknya autokorelasi yaitu nilai $dU < d < 4 - dU$, karena nilai dU (batas atas) yaitu 1,760 dan nilai $4 - dU$ yaitu $4 - 1,760 = 2,24$, sedangkan nilai d yaitu 2,037 yang artinya nilai d lebih besar dari nilai dU dan lebih kecil dari nilai $4 - dU$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi pada model regresi.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Analisis Regresi Berganda

Tabel 4.16

Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,659	1,766		1,506	,134
Kualitas Produk	,299	,055	,370	5,402	,000
Kualitas Layanan	,374	,050	,513	7,488	,000

Sumber: hasil olahan SPSS

Berdasarkan tabel 4.16, dapat diambil persamaan regresi berganda yaitu:

$$\text{Kepuasan Pelanggan} = 2,659 + 0,299 \text{ Kualitas Produk} + 0,374 \text{ Kualitas Layanan}$$

Berdasarkan persamaan diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- (1) Nilai konstanta sebesar 2,659 memiliki arti bahwa apabila variabel kualitas produk dan kualitas layanan dianggap konstan (tidak mengalami perubahan), maka variabel kepuasan pelanggan nilainya adalah sebesar 2,659.
- (2) Nilai koefisien regresi pada variabel kualitas produk sebesar 0,299 memiliki arti bahwa jika variabel kualitas produk mengalami kenaikan satu



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,299 satuan, dengan asumsi nilai variabel independen lain tetap.

- (3) Nilai koefisien regresi pada variabel kualitas layanan sebesar 0,374 memiliki arti bahwa jika variabel kualitas layanan mengalami kenaikan satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,374 satuan, dengan asumsi nilai variabel independen lain tetap.

a. Uji Keberartian Model (Uji F)

Setelah peneliti melakukan uji asumsi klasik terhadap data pada penelitian ini, maka selanjutnya peneliti akan melakukan uji keberartian model (uji F).

Berikut adalah tabel hasil uji keberartian model (uji F) pada penelitian ini:

Tabel 4.17

Hasil Uji Keberartian Model (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regresion	1557,049	2	778,525	154,559	,000 ^b
Residual	740,451	147	5,037		
Total	2297,500	149			

Sumber: hasil olahan SPSS

Berdasarkan tabel 4.17, nilai F hitung sebesar $154,559 > F \text{ tabel} = 3,06$ dan nilai Sig. sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya model regresi dalam penelitian ini dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan.



b. Uji Signifikansi (Uji t)

Setelah peneliti melakukan uji keberartian model (Uji F), maka selanjutnya peneliti akan melakukan uji signifikansi (Uji t). Berikut adalah tabel hasil uji signifikansi (Uji t) pada penelitian ini:

Tabel 4.18

Hasil Uji Signifikansi (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,659	1,766		1,506	,134
Kualitas Produk	,299	,055	,370	5,402	,000
Kualitas Layanan	,374	,050	,513	7,488	,000

Sumber: hasil olahan SPSS

(1) Uji Hipotesis 1: Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi.

Berdasarkan tabel 4.18, nilai Sig. variabel kualitas produk yaitu $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung variabel kualitas produk sebesar $5,402 > t \text{ tabel} = 1,976$ yang artinya tolak H_0 , sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(2) Uji Hipotesis 2: Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi.



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Berdasarkan tabel 4.18, nilai Sig. variabel kualitas layanan yaitu $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung variabel kualitas layanan sebesar $7,488 > t \text{ tabel} = 1,976$ yang artinya tolak H_0 , sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi.

Maka berdasarkan pengujian hipotesis diatas dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen yaitu kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan dikarenakan nilai Sig. kedua variabel $< 0,05$ dan nilai t hitung kedua variabel independen yaitu kualitas produk dan kualitas layanan $> 1,976$.

Berdasarkan tabel uji signifikansi (uji t), variabel kualitas produk dan kualitas layanan memiliki nilai *Standardized Coefficients Beta* masing-masing bernilai 0,370 dan 0,513. Dikarenakan $0,370 < 0,513$, hal ini berarti variabel kualitas layanan memiliki pengaruh yang lebih tinggi terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan dibanding variabel kualitas produk.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Setelah peneliti melakukan uji signifikansi (uji t), maka peneliti akan melakukan uji koefisien determinasi (R^2). Berikut adalah tabel hasil uji koefisien determinasi (R^2) pada penelitian ini:

Tabel 4.19

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
,823 ^a	,678	,673	2,244

Sumber: hasil olahan SPSS

Berdasarkan tabel 4.19, nilai korelasi antara variabel dependen (kepuasan pelanggan) dengan R adalah sebesar 0,823. Hal ini berarti hubungan antara kualitas produk dan kualitas layanan adalah sebesar 82,3% sedangkan untuk nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,678. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu kualitas produk dan kualitas layanan sebesar 67,8%, sedangkan 32,2% (100%-67,8%) lainnya dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi pada penelitian ini.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



D. Pembahasan

Hasil penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner *Google Form* ke 150 responden dengan kriteria pernah membeli dan mengonsumsi produk minuman Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi sebanyak minimal 2 kali. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan bantuan software IBM SPSS 24. Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel independen yaitu kualitas produk dan kualitas layanan dan 1 variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi. Jika dibahas dari segi pemasaran, variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi diperkuat dengan adanya dimensi kualitas produk pada penelitian yaitu *performance* (kinerja) yang dimana indikator pertanyaan yang digunakan pada penelitian ini yaitu minuman Kopi Kenangan memiliki cita rasa yang enak dan minuman Kopi Kenangan memiliki aroma yang harum. Kedua indikator pertanyaan itu secara keseluruhan telah dinilai dengan skor yang cukup tinggi oleh responden yang artinya responden merasa setuju bahwa minuman yang ditawarkan oleh Kopi Kenangan kualitasnya baik dalam hal ini yaitu dimensi *performance* (kinerja). Secara harafiah semakin enak dan semakin harum aroma minuman, maka dapat berdampak pada persepsi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



seseorang terhadap produk bahwa produknya berkualitas. Oleh karena itu hal ini dapat berdampak terhadap kepuasan pelanggan terhadap minuman yang ditawarkan oleh Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi.

Berikutnya dimensi kualitas produk yang akan dibahas yaitu *features* (fitur) yang dimana indikator pertanyaan yang digunakan pada penelitian ini yaitu Kopi Kenangan memiliki berbagai jenis *topping*/pelengkap minuman yang dapat dipilih dan Kopi Kenangan memiliki pilihan menu minuman yang beragam/bervariasi. Kedua indikator pertanyaan itu secara keseluruhan juga telah dinilai dengan skor cukup tinggi oleh responden yang artinya responden merasa setuju bahwa minuman yang ditawarkan oleh Kopi Kenangan kualitasnya baik dalam hal ini yaitu dimensi *features* (fitur). Secara harafiah semakin banyak pilihan *topping* minuman (seperti *espresso*, gula aren, boba, *grass jelly*, marie regal, oreo, dan *coconut jelly*) dan menu yang ditawarkan oleh suatu kedai, maka hal ini memiliki maksud agar pelanggan dapat membeli produk menyesuaikan dengan keinginannya sehingga hal ini juga tentu saja akan berdampak pada kepuasan pelanggan terhadap produk minuman yang ditawarkan oleh Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi.

Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hartadi dan Husda (2020), Tombeng, Roring, dan Rumokoy (2019), Putra, Sumowo, dan Anwar (2017), Syahwi & Pantawis (2021), dan Umami, Rizal, & Sumartik (2019) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi. Jika dibahas dari segi pemasaran, variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi diperkuat dengan adanya dimensi kualitas layanan pada penelitian yaitu *assurance* (jaminan) yang dimana indikator pertanyaan yang ada pada penelitian ini yaitu karyawan Kopi Kenangan memiliki pengetahuan mengenai produk yang memadai dalam menjawab pertanyaan pelanggan dan karyawan Kopi Kenangan selalu bersikap ramah serta sopan kepada pelanggan. Kedua indikator pertanyaan itu secara keseluruhan telah dinilai dengan skor yang cukup tinggi oleh responden yang artinya responden merasa setuju terhadap layanan yang diberikan oleh Kopi Kenangan baik dalam hal ini yaitu dimensi *assurance* (jaminan). Secara harafiah semakin tinggi kemampuan karyawan dalam menjawab pertanyaan yang diajukan pelanggan maka dapat diartikan juga sebagai pengetahuan karyawan tersebut mengenai produk yang dijual tinggi sehingga hal ini dapat meyakinkan pelanggan yang membeli produk bahwa produk yang dibeli sesuai dengan keinginan pelanggan dan semakin ramah serta sopan karyawan dalam melayani pelanggan maka dapat berdampak pada pelanggan merasa aman dan nyaman dalam membeli produk yang diinginkan. Hal ini juga tentu saja akan berdampak terhadap kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi.

Berikutnya dimensi kualitas layanan yang akan dibahas yaitu *tangibles* (bukti fisik) yang dimana indikator pertanyaan yang digunakan pada penelitian ini

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



yaitu karyawan Kopi Kenangan berpenampilan rapi dan professional dan gerai Kopi Kenangan tertata dengan rapi dan bersih. Kedua indikator pertanyaan itu secara keseluruhan juga telah dinilai dengan skor cukup tinggi oleh responden yang artinya responden merasa setuju terhadap layanan yang diberikan oleh Kopi Kenangan baik dalam hal ini yaitu dimensi *tangibles* (bukti fisik). Secara harafiah semakin rapi penampilan karyawan serta penataan gerai, maka pelanggan akan semakin merasa nyaman dalam membeli produk karena mereka memiliki persepsi bahwa layanan yang diberikan cukup baik secara penampilan yang terlihat secara langsung atau fisik. Hal ini tentu saja juga berdampak pada kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hartadi dan Husda (2020), Tombeng, Roring, dan Rumokoy (2019), Putra, Sumowo, dan Anwar (2017), Asti dan Ayuningtyas (2020), Mariansyah dan Syarif (2020), dan Umami, Rizal, & Sumartik (2019) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN



Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang sudah diuraikan di bab sebelumnya, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi.
2. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang sudah dijelaskan diatas, maka peneliti memberi saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
 - a. Kopi Kenangan tetap menjaga kualitas produknya agar kedepannya pelanggan semakin puas dan diharapkan juga agar Kopi Kenangan melakukan inovasi-inovasi terhadap produk yang ditawarkannya seperti misalnya menambah varian menu produk yang lebih unik dengan menggunakan komposisi terbaru dan belum dimiliki pesaing yang disesuaikan dengan trend yang sedang berlangsung.
 - b. Kopi Kenangan tetap menjaga kualitas layanannya agar kedepannya pelanggan juga semakin puas dan diharapkan agar Kopi Kenangan memperhatikan dalam hal pemahaman dan perhatian terhadap pelanggan seperti misalnya dengan lebih peduli terhadap pelanggan dan juga memahami apa yang mereka inginkan dengan berinteraksi dengan baik kepada para pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





- c. Kopi Kenangan harus mempertahankan pelanggan-pelanggan yang sudah puas karena merupakan salah satu aspek yang penting untuk kelangsungan bisnis kedai kedepannya agar dapat lebih unggul dari kompetitor. Jika pelanggan semakin puas maka hal ini dapat berdampak pada loyalitas pelanggan sehingga otomatis juga dengan semakin banyaknya pelanggan yang loyal dapat meningkatkan pendapatan perusahaan kedepannya.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat mencari variabel-variabel lain yang dapat berpengaruh positif serta signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi. Misalnya variabel citra merek, promosi, harga, dan lain-lain.
- b. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperbaiki keterbatasan yang ada di dalam penelitian ini dengan menggunakan pendekatan lainnya.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR PUSTAKA

- Afrilliana, N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(2), 46–55.
- Asti, H., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2017). *Metode Penelitian Bisnis* (Edisi 12). Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2017). *Metode Penelitian Bisnis* (Edisi 12). Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartadi, N., & Husda, N. E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Tanjung Uncang Di Kota Batam. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(3), 34–43.
- ICO. (2021). Word Coffee Consumption. *International Coffee Organization, August*, 1. <https://www.ico.org>
- Jr, J. F. H., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). UK: Cengage Learning.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17e ed.). UK: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15e ed.). England: Pearson Education.
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14.
- Pergikuliner.com. (2022). *Kedai Kopi di Kota Harapan Indah Bekasi*. Diakses pada 23 Juni 2022, dari pergikuliner.com.
- Putra, S. D., Sumowo, S., & Anwar. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Usaha Rumahan Kerupuk Ikan Super Besuki Situbondo). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 3(1), 99–117.
- Saretta, I. R. (2022). *Dinobatkan Jadi Unicorn, Yuk Intip Kisah Perjalanan Kopi Kenangan Menggapai Kesuksesannya*. Diakses pada 23 Juni 2022, dari <https://www.cermati.com/artikel/kopi-kenangan>.
- Sciffman, L., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). UK: Pearson Education.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Syahwi, M., & Pantawis, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome (Studi Kasus pada PT. Telkom Kota Semarang). *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 3(2), 150–163.

Tombong, B., Roring, F., & Farlane S. Rumokoy. (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), 891–900.

Traveloka.com. *Kopi Kenangan Kota Harapan Indah Bekasi*. Diakses pada 22 Juni 2022, dari <https://www.traveloka.com/id-id/restaurants/indonesia/detail/kopi-kenangan-harapan-indah-111132>.

Ulya, F. N. (2022). *Bisnis Makanan hingga Pakaian Punya Prospek Cerah Tahun Ini*. Diakses pada 26 Maret 2022, dari <https://money.kompas.com/read/2022/01/25/173600526/bisnis-makanan-hingga-pakaian-punya-prospek-cerah-tahun-ini>.

Umami, R., Rizal, A., & Sumartik, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Cafe. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 15(2), 250.

Widyastuti, T. (2017). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Tempe. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 1(2), 233–240.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremier, D. D. (2018). *Services Marketing* (7th ed.). New York: Mc Graw Hill Education.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

LAMPIRAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Lampiran 1

Pra-Kuesioner

Kepada Yang Terhormat Bapak/Ibu/Saudara/i,

Perkenalkan nama saya Jordi Fernando Laurentius, mahasiswa semester akhir Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang sedang melakukan penelitian untuk menyusun skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan Di Kota Harapan Indah Bekasi”. Hasil dari kuesioner ini hanya untuk kebutuhan penelitian saya saja dan setiap informasi akan dijaga kerahasiaannya.

Oleh karena itu saya meminta bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk berpartisipasi di dalam penelitian saya sebagai responden untuk mengisi kuesioner ini berdasarkan pengalaman dan pendapat masing-masing.

Atas ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

Petunjuk Pengisian

Berikan penilaian pada pernyataan-pernyataan dibawah sesuai dengan pengalaman dan pendapat anda masing-masing.

Keterangan pilihan jawaban:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju





SS : Sangat Setuju

Profil Responden

1. Nama
2. Alamat Email :
3. Jenis Kelamin:
 - a. Pria
 - b. Wanita
4. Usia:
 - a. < 17 – 23 Tahun
 - b. 24 – 30 Tahun
 - c. 31 Tahun – 37 Tahun
 - d. \geq 38 Tahun
5. Pekerjaan:
 - a. Pelajar
 - b. Mahasiswa
 - c. Pegawai Swasta
 - d. Wiraswasta
 - e. Lainnya
6. Apakah anda pernah membeli dan mengonsumsi minuman Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi sebanyak minimal 2 kali?
 - a. Pernah
 - b. Tidak Pernah (Berhenti disini, terimakasih)
7. Dimana anda mengetahui atau mendapat informasi mengenai Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi?
 - a. Teman
 - b. Keluarga
 - c. Media sosial
 - d. Melihat secara langsung

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber; penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



Kualitas Produk

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Minuman Kopi Kenangan memiliki cita rasa yang enak.	1	2	3	4	5
2.	Minuman Kopi Kenangan memiliki aroma yang harum.	1	2	3	4	5
3.	Kopi Kenangan memiliki berbagai jenis topping/pelengkap minuman yang dapat dipilih.	1	2	3	4	5
4.	Kopi Kenangan memiliki pilihan menu minuman yang beragam/bervariasi.	1	2	3	4	5
5.	Minuman Kopi Kenangan memiliki rasa yang selalu konsisten/tidak berubah-ubah dari waktu ke waktu.	1	2	3	4	5
6.	Minuman Kopi Kenangan memiliki cita rasa yang unik/khas dibanding merek lain.	1	2	3	4	5
7.	Minuman Kopi Kenangan aman untuk dikonsumsi karena bahan baku yang digunakan terjamin dan higienis.	1	2	3	4	5
8.	Minuman yang disajikan oleh Kopi Kenangan sesuai dengan yang tertera di menu.	1	2	3	4	5
9.	Minuman Kopi Kenangan memiliki desain kemasan yang menarik.	1	2	3	4	5

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



10.	Minuman Kopi Kenangan memiliki kualitas yang baik.	1	2	3	4	5
-----	--	---	---	---	---	---

Kualitas Layanan

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Karyawan Kopi Kenangan selalu melayani pelanggan dengan baik secara konsisten sejak awal.	1	2	3	4	5
2.	Karyawan Kopi Kenangan selalu menyajikan pesanan pelanggan dengan tepat sesuai pesanan.	1	2	3	4	5
3.	Karyawan Kopi Kenangan mampu menyelesaikan masalah yang dialami pelanggan dengan baik.	1	2	3	4	5
4.	Karyawan Kopi Kenangan melayani pelanggan dengan cepat.	1	2	3	4	5
5.	Karyawan Kopi Kenangan bersedia merespon keluhan pelanggan dengan cepat.	1	2	3	4	5
6.	Karyawan Kopi Kenangan bersedia membantu pelanggan.	1	2	3	4	5
7.	Karyawan Kopi Kenangan memiliki pengetahuan mengenai produk yang memadai dalam menjawab pertanyaan pelanggan.	1	2	3	4	5
8.	Karyawan Kopi Kenangan selalu bersikap ramah serta sopan kepada pelanggan.	1	2	3	4	5

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, dan tindakan-tindakan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



9.	Karyawan Kopi Kenangan memahami apa yang diinginkan oleh pelanggan.	1	2	3	4	5
10.	Karyawan Kopi Kenangan peduli kepada setiap pelanggan.	1	2	3	4	5
11.	Karyawan Kopi Kenangan berpenampilan rapi dan professional.	1	2	3	4	5
12.	Gera Kopi Kenangan tertata dengan rapi dan bersih.	1	2	3	4	5

Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya puas dengan produk minuman yang ditawarkan oleh Kopi Kenangan.	1	2	3	4	5
2.	Saya puas dengan layanan yang diberikan oleh Kopi Kenangan.	1	2	3	4	5
3.	Saya senang dengan produk minuman yang ditawarkan oleh Kopi Kenangan karena memuaskan.	1	2	3	4	5
4.	Saya senang dengan layanan yang diberikan oleh Kopi Kenangan karena memuaskan.	1	2	3	4	5
5.	Saya puas dengan metode pembayaran yang disediakan Kopi Kenangan karena sangat beragam sehingga memudahkan pelanggan.	1	2	3	4	5



6. Saya puas dengan Kopi Kenangan karena produk minuman yang didapatkan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan.	1	2	3	4	5
7. Saya puas dengan Kopi Kenangan karena layanan yang diberikan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan.	1	2	3	4	5
8. Saya puas dengan Kopi Kenangan karena pengalaman yang didapat sesuai dengan informasi yang saya dapatkan dari pelanggan lain.	1	2	3	4	5

Hak Cipta Milik IBI Kwik Kian Gie (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Lampiran 2

Data Pra-Kuesioner

1) Variabel Kualitas Produk

No.	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8	KP9	KP10
1	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4
2	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4
3	4	4	4	4	3	5	4	4	3	3
4	4	4	5	5	3	4	3	4	4	3
5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
6	5	4	5	3	5	5	5	4	4	5
7	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4
8	4	2	4	5	2	2	3	5	2	4
9	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4
10	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4
11	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4
12	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
14	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
15	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17	3	3	4	2	4	2	4	4	3	3
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
19	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3
20	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4
21	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4
22	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4
23	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3
24	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5
25	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4
26	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4
27	4	2	4	3	4	3	4	4	4	4
28	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5
29	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
30	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

© Hak cipta dilindungi Undang-Undang. Formatika Kwik Kian Gie



Lampiran 2 (Lanjutan)

2) Variabel Kualitas Layanan

No.	KL1	KL2	KL3	KL4	KL5	KL6	KL7	KL8	KL9	KL10	KL11	KL12
1.	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	5	4
2.	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4
3.	4	5	3	4	3	2	5	4	3	3	5	5
4.	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	5	5
5.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6.	5	4	3	3	4	5	5	5	5	4	5	5
7.	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
8.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9.	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4
10.	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4
11.	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
12.	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
13.	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5
14.	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4
15.	3	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	3
16.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17.	3	4	3	3	3	2	4	4	3	2	4	4
18.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
19.	3	4	3	4	3	2	4	4	4	3	4	3
20.	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3
21.	4	4	4	4	3	4	5	4	3	2	4	4
22.	4	4	3	4	3	3	2	5	4	3	4	4
23.	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
24.	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5
25.	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4
26.	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	5	4
27.	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3
28.	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5
29.	4	4	4	5	3	3	4	5	4	3	4	4
30.	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Lampiran 2 (Lanjutan)

3) Variabel Kepuasan Pelanggan

No.	KPL1	KPL2	KPL3	KPL4	KPL5	KPL6	KPL7	KPL8
1.	4	4	4	4	5	3	3	4
2.	4	4	4	4	5	4	4	4
3.	4	4	4	4	5	5	4	4
4.	4	4	3	4	4	4	3	4
5.	5	4	5	4	5	5	4	4
6.	5	3	4	4	5	3	4	4
7.	5	4	4	4	4	4	4	4
8.	4	5	5	5	5	5	5	5
9.	5	4	4	4	4	5	4	4
10.	5	5	4	4	4	5	4	4
11.	4	4	5	5	4	4	4	4
12.	5	4	5	4	4	4	4	4
13.	4	5	4	5	5	4	5	5
14.	4	4	4	4	5	4	4	3
15.	5	5	5	4	5	4	4	5
16.	5	5	5	5	5	5	5	5
17.	4	3	4	3	4	4	3	3
18.	5	5	5	5	5	5	5	5
19.	3	3	3	2	4	3	3	2
20.	4	3	4	3	3	4	4	4
21.	4	5	4	4	4	3	4	3
22.	4	4	4	4	5	4	4	3
23.	4	4	4	4	4	3	4	4
24.	4	4	4	5	5	4	4	4
25.	4	3	4	3	3	3	3	4
26.	4	4	3	4	4	4	4	3
27.	4	3	4	2	4	4	3	3
28.	5	4	5	4	5	5	4	4
29.	4	3	4	3	4	3	3	4
30.	5	4	4	4	5	4	4	4

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Informatika Kwik Kian Gie



Lampiran 3

Hasil Output Uji Validitas



1) Variabel Kualitas Produk

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KP1	36.10	24.438	.695	.889
KP2	36.37	22.792	.719	.887
KP3	36.00	25.034	.767	.888
KP4	36.30	24.079	.508	.903
KP5	36.17	23.868	.656	.891
KP6	36.60	23.076	.576	.900
KP7	36.17	24.626	.646	.892
KP8	36.07	24.961	.588	.895
KP9	36.43	22.944	.812	.881
KP10	36.20	24.166	.752	.886

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2) Variabel Kualitas Layanan

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KL1	44.93	26.823	.549	.882
KL2	44.53	27.085	.595	.880
KL3	45.00	25.310	.733	.871
KL4	44.83	27.799	.484	.885
KL5	45.03	24.861	.778	.869
KL6	45.13	23.982	.669	.876
KL7	44.70	26.976	.413	.890
KL8	44.67	27.057	.515	.883
KL9	44.87	26.464	.611	.879
KL10	45.27	24.202	.766	.868
KL11	44.53	27.361	.545	.882
KL12	44.77	26.737	.507	.884

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Lampiran 3 (Lanjutan)

3) Variabel Kepuasan Pelanggan

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KPL1	28.37	13.413	.557	.885
KPL2	28.70	11.941	.732	.869
KPL3	28.53	12.878	.638	.878
KPL4	28.77	11.220	.781	.863
KPL5	28.27	13.168	.524	.888
KPL6	28.67	12.437	.590	.884
KPL7	28.80	12.166	.804	.863
KPL8	28.80	11.959	.706	.872

Lampiran 4

Hasil Output Uji Reliabilitas

1) Variabel Kualitas Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.901	10

2) Variabel Kualitas Layanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.888	12

3) Variabel Kepuasan Pelanggan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.890	8

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Lampiran 5

Kuesioner

Kepada Yang Terhormat Bapak/Ibu/Saudara/i,

Perkenalkan nama saya Jordi Fernando Laurentius, mahasiswa semester akhir Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang sedang melakukan penelitian untuk menyusun skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan Di Kota Harapan Indah Bekasi”. Hasil dari kuesioner ini hanya untuk kebutuhan penelitian saya saja dan setiap informasi akan dijaga kerahasiaannya.

Oleh karena itu saya meminta bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk berpartisipasi di dalam penelitian saya sebagai responden untuk mengisi kuesioner ini berdasarkan pengalaman dan pendapat masing-masing.

Atas ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

Petunjuk Pengisian

Berikan penilaian pada pernyataan-pernyataan dibawah sesuai dengan pengalaman dan pendapat anda masing-masing.

Keterangan pilihan jawaban:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju





SS : Sangat Setuju

Profil Responden

1. Nama
2. Alamat Email :
3. Jenis Kelamin:
 - a. Pria
 - b. Wanita
4. Usia:
 - a. < 17 – 23 Tahun
 - b. 24 – 30 Tahun
 - c. 31 Tahun – 37 Tahun
 - d. ≥ 38 Tahun
5. Pekerjaan:
 - a. Pelajar
 - b. Mahasiswa
 - c. Pegawai Swasta
 - d. Wiraswasta
 - e. Lainnya
6. Apakah anda pernah membeli dan mengonsumsi minuman Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi sebanyak minimal 2 kali?
 - a. Pernah
 - b. Tidak Pernah (Berhenti disini, terimakasih)
7. Dimana anda mengetahui atau mendapat informasi mengenai Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi?
 - a. Teman
 - b. Keluarga
 - c. Media sosial
 - d. Melihat secara langsung

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber; penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



Kualitas Produk

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Minuman Kopi Kenangan memiliki cita rasa yang enak.	1	2	3	4	5
2.	Minuman Kopi Kenangan memiliki aroma yang harum.	1	2	3	4	5
3.	Kopi Kenangan memiliki berbagai jenis topping/pelengkap minuman yang dapat dipilih.	1	2	3	4	5
4.	Kopi Kenangan memiliki pilihan menu minuman yang beragam/bervariasi.	1	2	3	4	5
5.	Minuman Kopi Kenangan memiliki rasa yang selalu konsisten/tidak berubah-ubah dari waktu ke waktu.	1	2	3	4	5
6.	Minuman Kopi Kenangan memiliki cita rasa yang unik/khas dibanding merek lain.	1	2	3	4	5
7.	Minuman Kopi Kenangan aman untuk dikonsumsi karena bahan baku yang digunakan terjamin dan higienis.	1	2	3	4	5
8.	Minuman yang disajikan oleh Kopi Kenangan sesuai dengan yang tertera di menu.	1	2	3	4	5
9.	Minuman Kopi Kenangan memiliki desain kemasan yang menarik.	1	2	3	4	5

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



10.	Minuman Kopi Kenangan memiliki kualitas yang baik.	1	2	3	4	5
-----	--	---	---	---	---	---

Kualitas Layanan

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Karyawan Kopi Kenangan selalu melayani pelanggan dengan baik secara konsisten sejak awal.	1	2	3	4	5
2.	Karyawan Kopi Kenangan selalu menyajikan pesanan pelanggan dengan tepat sesuai pesanan.	1	2	3	4	5
3.	Karyawan Kopi Kenangan mampu menyelesaikan masalah yang dialami pelanggan dengan baik.	1	2	3	4	5
4.	Karyawan Kopi Kenangan melayani pelanggan dengan cepat.	1	2	3	4	5
5.	Karyawan Kopi Kenangan bersedia merespon keluhan pelanggan dengan cepat.	1	2	3	4	5
6.	Karyawan Kopi Kenangan bersedia membantu pelanggan.	1	2	3	4	5
7.	Karyawan Kopi Kenangan memiliki pengetahuan mengenai produk yang memadai dalam menjawab pertanyaan pelanggan.	1	2	3	4	5
8.	Karyawan Kopi Kenangan selalu bersikap ramah serta sopan kepada pelanggan.	1	2	3	4	5



9.	Karyawan Kopi Kenangan memahami apa yang diinginkan oleh pelanggan.	1	2	3	4	5
10.	Karyawan Kopi Kenangan peduli kepada setiap pelanggan.	1	2	3	4	5
11.	Karyawan Kopi Kenangan berpenampilan rapi dan professional.	1	2	3	4	5
12.	Gera Kopi Kenangan tertata dengan rapi dan bersih.	1	2	3	4	5

Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya puas dengan produk minuman yang ditawarkan oleh Kopi Kenangan.	1	2	3	4	5
2.	Saya puas dengan layanan yang diberikan oleh Kopi Kenangan.	1	2	3	4	5
3.	Saya senang dengan produk minuman yang ditawarkan oleh Kopi Kenangan karena memuaskan.	1	2	3	4	5
4.	Saya senang dengan layanan yang diberikan oleh Kopi Kenangan karena memuaskan.	1	2	3	4	5
5.	Saya puas dengan metode pembayaran yang disediakan Kopi Kenangan karena sangat beragam sehingga memudahkan pelanggan.	1	2	3	4	5



6. Saya puas dengan Kopi Kenangan karena produk minuman yang didapatkan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan.	1	2	3	4	5
7. Saya puas dengan Kopi Kenangan karena layanan yang diberikan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan.	1	2	3	4	5
8. Saya puas dengan Kopi Kenangan karena pengalaman yang didapat sesuai dengan informasi yang saya dapatkan dari pelanggan lain.	1	2	3	4	5

Hak Cipta Milik IBI Kwik Kian Gie (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Lampiran 6

Data Profile Responden

No.	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan
1.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
2.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
3.	Wanita	24 – 30 Tahun	Mahasiswa
4.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
5.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
6.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
7.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
8.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
9.	Pria	24 – 30 Tahun	Pegawai Swasta
10.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
11.	Wanita	17 – 23 Tahun	Pelajar
12.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
13.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
14.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
15.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
16.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
17.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
18.	Pria	17 – 23 Tahun	Pelajar
19.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
20.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
21.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
22.	Wanita	17 – 23 Tahun	Pelajar
23.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
24.	Pria	24 – 30 Tahun	Pegawai Swasta
25.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
26.	Wanita	24 – 30 Tahun	Mahasiswa
27.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
28.	Pria	24 – 30 Tahun	Pegawai Swasta
29.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
30.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
31.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
32.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
33.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
34.	Pria	17 – 23 Tahun	Pegawai Swasta
35.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
36.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
37.	Pria	17 – 23 Tahun	Pelajar
38.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



39.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
40.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
41.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
42.	Pria	31 Tahun – 37 Tahun	Wiraswasta
43.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
44.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
45.	Pria	24 – 30 Tahun	Pegawai Swasta
46.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
47.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
48.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
49.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
50.	Wanita	24 – 30 Tahun	Pegawai Swasta
51.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
52.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
53.	Pria	24 – 30 Tahun	Mahasiswa
54.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
55.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
56.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
57.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
58.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
59.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
60.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
61.	Wanita	17 – 23 Tahun	Pegawai Swasta
62.	Wanita	24 – 30 Tahun	Mahasiswa
63.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
64.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
65.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
66.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
67.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
68.	Pria	24 – 30 Tahun	Pegawai Swasta
69.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
70.	Pria	24 – 30 Tahun	Wiraswasta
71.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
72.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
73.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
74.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
75.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
76.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
77.	Pria	24 – 30 Tahun	Pegawai Swasta
78.	Wanita	17 – 23 Tahun	Pelajar
79.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
80.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

81.	Wanita	17 – 23 Tahun	Pegawai Swasta
82.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
83.	Pria	17 – 23 Tahun	Pegawai Swasta
84.	Pria	24 – 30 Tahun	Wiraswasta
85.	Wanita	24 – 30 Tahun	Pegawai Swasta
86.	Wanita	24 – 30 Tahun	ibu rumah tangga
87.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
88.	Pria	24 – 30 Tahun	Wiraswasta
89.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
90.	Pria	24 – 30 Tahun	Mahasiswa
91.	Pria	17 – 23 Tahun	Wiraswasta
92.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
93.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
94.	Pria	17 – 23 Tahun	Pelajar
95.	Pria	24 – 30 Tahun	Pegawai Swasta
96.	Wanita	17 – 23 Tahun	Pegawai Swasta
97.	Pria	24 – 30 Tahun	Pegawai Swasta
98.	Wanita	17 – 23 Tahun	Pelajar
99.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
100.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
101.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
102.	Pria	24 – 30 Tahun	Pegawai Swasta
103.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
104.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
105.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
106.	Pria	24 – 30 Tahun	Pegawai Swasta
107.	Wanita	24 – 30 Tahun	Pegawai Swasta
108.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
109.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
110.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
111.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
112.	Pria	24 – 30 Tahun	Pegawai Swasta
113.	Wanita	24 – 30 Tahun	Pegawai Swasta
114.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
115.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
116.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
117.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
118.	Pria	17 – 23 Tahun	Pegawai Swasta
119.	Wanita	17 – 23 Tahun	Pelajar
120.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
121.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
122.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
123.	Wanita	≥ 38 Tahun	ibu rumah tangga

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



124.	Pria	24 – 30 Tahun	Pegawai Swasta
125.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
126.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
127.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
128.	Wanita	24 – 30 Tahun	Pegawai Swasta
129.	Pria	≥ 38 Tahun	Wiraswasta
130.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
131.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
132.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
133.	Pria	17 – 23 Tahun	Pelajar
134.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
135.	Pria	24 – 30 Tahun	Wiraswasta
136.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
137.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
138.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
139.	Wanita	24 – 30 Tahun	Agen properti
140.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
141.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
142.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
143.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
144.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
145.	Pria	17 – 23 Tahun	Pegawai Swasta
146.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
147.	Pria	24 – 30 Tahun	Pegawai Swasta
148.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
149.	Pria	17 – 23 Tahun	Mahasiswa
150.	Wanita	17 – 23 Tahun	Mahasiswa

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Lampiran 7

Hasil Output Profile Responden

1. Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	71	47.3	47.3	47.3
	Wanita	79	52.7	52.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

2. Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	≥ 38 Tahun	2	1.3	1.3	1.3
	17 - 23 Tahun	118	78.7	78.7	80.0
	24 - 30 Tahun	29	19.3	19.3	99.3
	31 Tahun - 37 Tah	1	.7	.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

3. Pekerjaan

		Jenis Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Agen properti	1	.7	.7	.7
	ibu rumah tangga	2	1.3	1.3	2.0
	Mahasiswa	106	70.7	70.7	72.7
	Pegawai Swasta	25	16.7	16.7	89.3
	Pelajar	9	6.0	6.0	95.3
	Wiraswasta	7	4.7	4.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Lampiran 8

Data Kuesioner

1. Variabel Kualitas Produk

No.	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8	KP9	KP10
1.	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5
2.	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4
3.	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
4.	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4
5.	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4
6.	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5
7.	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
8.	5	4	4	5	2	2	5	3	5	4
9.	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5
10.	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
11.	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3
12.	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13.	3	5	3	5	1	3	5	3	1	2
14.	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5
15.	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4
16.	4	4	5	3	2	2	3	5	2	4
17.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18.	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3
19.	4	5	4	4	5	4	5	4	3	4
20.	4	4	3	4	5	3	5	5	4	5
21.	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4
22.	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4
23.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24.	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
25.	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4
26.	4	5	4	4	2	4	4	4	4	4
27.	2	2	3	4	3	2	3	4	2	3
28.	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
29.	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
30.	5	4	5	5	5	4	5	5	3	4
31.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32.	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
33.	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
34.	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4
35.	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5
36.	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4

© Hak cipta milik Kwik Kian Gie. Semua hak-hak ini dilindungi Undang-Undang. Tidak diperbolehkan untuk menyalin, mendistribusikan, atau menggunakan kembali isi dari dokumen ini tanpa izin tertulis dari Kwik Kian Gie.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



37.	4	3	4	5	3	4	5	4	3	4
38.	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
39.	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4
40.	5	3	5	4	4	3	4	3	5	4
41.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
42.	3	4	4	3	3	2	3	4	3	3
43.	5	4	4	5	4	3	5	4	5	4
44.	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4
45.	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
46.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
47.	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5
48.	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5
49.	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
50.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
51.	4	3	3	3	4	4	4	4	5	4
52.	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4
53.	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5
54.	5	5	3	4	5	3	5	5	4	5
55.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
56.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
57.	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4
58.	2	4	4	5	4	2	4	4	3	4
59.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
60.	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
61.	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5
62.	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4
63.	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3
64.	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4
65.	5	4	4	4	4	3	4	4	5	5
66.	4	4	4	3	4	4	3	4	2	4
67.	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5
68.	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4
69.	3	3	5	5	3	3	4	5	4	4
70.	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
71.	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4
72.	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4
73.	5	4	5	4	5	5	3	4	3	5
74.	5	3	4	3	4	5	4	4	5	5
75.	4	4	4	4	4	3	5	4	3	4
76.	5	5	4	3	5	4	5	4	3	4
77.	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4
78.	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4
79.	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5
80.	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
81.	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



82.	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
83.	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5
84.	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
85.	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5
86.	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
87.	4	5	5	4	3	3	5	4	4	5
88.	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
89.	4	4	4	4	3	3	4	5	5	4
90.	5	3	5	4	5	5	5	4	1	5
91.	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4
92.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
93.	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4
94.	4	3	3	2	3	3	4	5	3	3
95.	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
96.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
97.	4	3	4	3	4	3	3	2	2	3
98.	4	4	3	5	3	4	4	5	4	4
99.	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5
100.	3	3	5	4	4	2	4	4	4	4
101.	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4
102.	4	4	5	5	5	3	4	5	4	5
103.	3	4	3	4	5	2	5	3	5	3
104.	4	4	2	2	4	2	3	4	4	3
105.	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
106.	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4
107.	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3
108.	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
109.	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4
110.	4	4	3	4	2	4	5	5	4	4
111.	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5
112.	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4
113.	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
114.	4	3	5	4	3	2	4	4	4	4
115.	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4
116.	4	5	5	5	3	3	4	5	4	4
117.	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
118.	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4
119.	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4
120.	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5
121.	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5
122.	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4
123.	4	5	5	5	3	4	4	4	5	4
124.	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5
125.	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4
126.	4	4	5	3	4	2	4	4	3	5

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



127.	3	4	4	4	4	3	5	5	5	4
128.	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4
129.	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5
130.	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
131.	4	5	4	5	5	4	4	3	3	4
132.	3	2	4	3	3	2	4	4	3	3
133.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
134.	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
135.	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4
136.	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5
137.	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4
138.	5	5	5	5	4	3	4	5	4	5
139.	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3
140.	5	3	4	5	5	4	5	5	5	5
141.	5	4	4	5	4	3	4	4	5	4
142.	3	2	4	3	3	2	4	4	3	3
143.	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5
144.	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4
145.	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4
146.	4	5	3	5	5	4	4	4	4	4
147.	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5
148.	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5
149.	4	5	4	5	5	5	4	4	3	4
150.	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4

2. Variabel Kualitas Layanan

No.	KL1	KL2	KL3	KL4	KL5	KL6	KL7	KL8	KL9	KL10	KL11	KL12
1.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2.	3	3	3	4	4	3	4	4	4	5	4	3
3.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4.	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
5.	4	4	4	4	4	3	5	5	4	3	5	4
6.	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5
7.	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5
8.	5	3	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4
9.	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
10.	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4
11.	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4
12.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13.	5	2	5	4	3	4	3	5	4	4	5	5
14.	4	4	4	5	5	4	5	3	4	5	5	4
15.	3	4	3	4	4	3	4	4	4	2	4	4
16.	3	5	4	3	4	4	5	4	4	5	5	5



17.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18.	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19.	4	4	4	2	4	3	5	4	3	5	3	4	4
20.	5	5	4	4	4	4	5	5	4	3	5	5	5
21.	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
22.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
23.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24.	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4
25.	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3
26.	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5
27.	4	4	4	4	3	4	3	5	4	3	4	4	3
28.	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4
29.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
30.	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5
31.	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32.	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
33.	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
34.	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
35.	2	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	5	5
36.	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5
37.	4	3	5	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4
38.	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4
39.	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5
40.	5	4	5	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4
41.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
42.	3	4	3	3	2	3	4	3	3	3	3	4	4
43.	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	5
44.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45.	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
46.	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4
47.	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5
48.	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4
49.	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
50.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
51.	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4
52.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
53.	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4
54.	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5
55.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
56.	3	4	2	5	2	5	3	3	4	4	4	3	3
57.	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4
58.	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4
59.	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
60.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
61.	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



62.	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4
63.	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4
64.	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4
65.	3	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4
66.	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5
67.	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4
68.	3	5	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4
69.	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4
70.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
71.	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5
72.	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5
73.	3	4	4	4	5	5	3	4	3	3	5	4
74.	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5
75.	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	5	4
76.	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4
77.	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5
78.	5	4	5	4	4	4	4	3	5	4	4	4
79.	4	5	4	5	5	4	3	5	4	4	5	5
80.	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
81.	2	4	3	3	2	3	4	3	3	2	4	3
82.	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5
83.	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5
84.	3	4	3	4	3	4	4	5	4	3	4	4
85.	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5
86.	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4
87.	4	5	3	4	4	4	4	5	3	3	5	5
88.	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
89.	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	5
90.	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	2
91.	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	5	4
92.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
93.	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4
94.	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
95.	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4
96.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
97.	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3
98.	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5
99.	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4
100.	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	5	4
101.	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4
102.	5	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	5
103.	4	3	5	4	3	5	3	3	4	2	4	3
104.	3	4	3	4	3	4	3	2	2	3	4	3
105.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
106.	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilatarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengizinkan penyaluran atau penjiplakan kembali ke publik.
 2. Dilatarang menjiplak atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI KKG.



107.	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4
108.	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
109.	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
110.	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4
111.	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5
112.	4	5	4	3	4	3	4	4	3	4	5	4
113.	5	5	4	3	4	5	5	4	3	4	5	4
114.	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
115.	3	3	5	5	4	5	5	4	3	3	4	5
116.	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5
117.	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
118.	4	5	3	4	4	4	4	5	5	4	5	4
119.	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4
120.	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
121.	5	5	5	3	4	5	4	5	5	5	5	5
122.	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5
123.	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
124.	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	5
125.	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4
126.	3	4	4	5	3	4	4	5	4	3	5	4
127.	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
128.	3	4	3	4	3	2	4	2	4	3	4	5
129.	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4
130.	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4
131.	4	5	3	3	4	4	5	4	4	3	4	4
132.	3	4	3	4	3	3	3	4	3	2	4	3
133.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
134.	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
135.	3	4	3	4	4	5	3	4	3	4	4	5
136.	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
137.	4	5	3	5	4	5	5	5	4	5	5	5
138.	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
139.	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4
140.	5	4	3	5	3	4	4	4	4	2	4	5
141.	4	5	3	3	3	4	5	4	4	4	5	5
142.	3	4	3	2	3	4	3	3	3	2	3	4
143.	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5
144.	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4
145.	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3
146.	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
147.	4	3	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4
148.	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5
149.	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4
150.	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	3	4

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengizinkan hak ciptanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan artikel dan tiruan, atau untuk suatu keperluan.



3. Variabel Kepuasan Pelanggan

No.	KPL1	KPL2	KPL3	KPL4	KPL5	KPL6	KPL7	KPL8
1.	4	4	4	4	4	4	4	4
2.	4	4	5	4	3	4	4	3
3.	4	5	5	5	5	3	5	5
4.	4	5	5	5	4	4	4	4
5.	4	4	4	5	4	5	5	4
6.	4	4	4	4	5	5	5	4
7.	4	5	5	4	4	5	5	4
8.	5	5	3	5	4	5	4	5
9.	5	4	4	4	4	5	4	4
10.	4	3	4	3	4	4	3	3
11.	4	4	5	4	4	4	5	4
12.	5	5	5	5	5	5	5	5
13.	5	5	4	4	3	5	4	5
14.	4	4	4	5	3	4	4	5
15.	4	3	3	3	4	3	3	4
16.	5	5	3	4	5	5	5	4
17.	4	4	4	4	4	4	4	4
18.	4	4	4	4	5	5	5	4
19.	4	4	4	5	4	4	4	5
20.	5	4	4	5	5	5	5	4
21.	4	4	4	5	4	4	4	5
22.	3	4	4	4	4	3	4	3
23.	4	4	4	4	4	4	4	4
24.	4	3	4	3	4	3	3	3
25.	4	3	4	3	4	4	3	3
26.	5	4	4	4	4	4	4	4
27.	2	4	2	4	4	3	3	2
28.	5	4	5	4	4	5	4	4
29.	5	5	5	5	5	5	5	5
30.	5	5	5	4	5	5	4	5
31.	5	4	5	4	4	4	4	4
32.	4	4	4	4	4	4	4	4
33.	5	4	4	4	4	4	4	4
34.	5	4	4	4	5	4	4	4
35.	5	4	5	3	5	5	4	4
36.	5	5	4	4	4	4	4	5
37.	3	4	5	4	5	5	4	4
38.	4	4	4	4	5	4	4	4
39.	4	5	4	4	4	4	5	4
40.	4	5	4	5	5	4	4	5
41.	5	5	5	5	5	5	5	5
42.	3	2	3	2	4	2	2	3

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



43.	5	5	4	4	4	4	5	5
44.	5	4	5	4	4	4	4	4
45.	4	4	3	4	4	3	4	4
46.	4	4	4	4	4	4	4	4
47.	5	5	5	4	4	5	5	5
48.	5	5	5	5	5	5	5	5
49.	4	4	4	4	5	4	4	4
50.	5	5	5	5	5	5	5	5
51.	4	4	4	4	4	4	4	5
52.	4	4	4	4	4	4	4	4
53.	5	4	4	4	4	5	4	5
54.	5	4	5	5	5	4	4	4
55.	4	5	5	4	4	4	5	4
56.	5	5	5	5	5	5	5	5
57.	5	4	4	5	5	4	5	4
58.	4	4	4	4	5	4	4	4
59.	4	4	4	5	4	5	5	5
60.	4	4	4	4	4	4	4	4
61.	5	5	4	5	4	5	4	5
62.	4	3	3	3	5	3	3	3
63.	4	4	3	4	4	3	3	4
64.	4	4	4	4	4	4	4	4
65.	5	4	4	4	4	5	5	4
66.	5	5	5	5	5	4	4	4
67.	5	5	5	5	4	4	4	4
68.	4	4	3	4	4	3	3	4
69.	4	4	4	4	4	4	4	4
70.	4	4	4	4	4	4	4	4
71.	5	5	5	5	5	5	5	5
72.	4	4	5	4	5	4	4	4
73.	5	5	4	3	5	5	5	4
74.	5	5	4	4	5	4	4	4
75.	4	4	4	4	4	5	4	4
76.	5	4	4	5	5	3	5	4
77.	5	4	5	4	4	3	3	5
78.	4	4	4	3	5	3	4	4
79.	4	4	5	5	4	5	4	4
80.	4	4	3	4	4	4	4	4
81.	3	2	2	2	3	2	2	3
82.	5	4	5	5	5	4	4	5
83.	5	4	4	4	5	4	4	4
84.	4	4	4	4	4	4	4	3
85.	4	4	4	5	5	4	4	4
86.	4	4	3	3	5	4	4	4
87.	4	4	5	4	4	4	4	4

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



88.	4	4	4	4	5	5	4	4
89.	4	5	5	4	5	5	4	3
90.	5	5	4	5	5	5	4	5
91.	4	3	4	3	4	4	3	3
92.	5	5	5	5	5	5	5	5
93.	5	4	5	4	5	5	5	5
94.	4	5	3	4	5	4	5	5
95.	4	4	3	3	3	5	4	5
96.	3	3	3	3	3	3	3	3
97.	4	4	3	3	4	3	3	4
98.	4	4	5	4	5	4	4	4
99.	5	5	4	4	4	4	4	5
100.	3	4	3	4	5	3	4	3
101.	4	4	4	4	5	4	4	4
102.	5	4	4	4	4	4	4	4
103.	4	4	3	3	4	4	3	3
104.	4	3	4	3	3	4	3	4
105.	5	5	5	5	5	5	5	5
106.	4	5	4	4	4	4	5	4
107.	4	4	4	3	4	4	3	4
108.	5	4	5	4	5	5	5	4
109.	4	4	4	4	4	4	4	4
110.	4	5	5	4	5	5	4	4
111.	5	4	5	4	5	5	4	4
112.	4	4	4	4	4	4	4	4
113.	4	5	4	4	5	4	5	5
114.	4	5	5	4	5	4	4	4
115.	5	5	4	4	4	3	5	3
116.	4	5	4	5	5	5	5	5
117.	5	4	4	4	4	4	4	4
118.	4	4	4	4	5	5	4	5
119.	5	4	4	4	5	4	5	4
120.	5	5	5	5	5	5	5	5
121.	5	5	5	4	5	4	4	5
122.	5	5	5	5	5	4	5	5
123.	5	4	4	4	4	4	4	4
124.	5	4	4	5	3	4	4	4
125.	5	5	4	5	4	5	4	5
126.	4	4	5	4	4	4	4	5
127.	4	4	4	5	4	2	4	4
128.	4	3	4	3	4	4	3	5
129.	5	5	4	4	4	5	4	4
130.	5	5	4	4	4	5	4	4
131.	5	3	3	4	4	4	4	3
132.	3	4	3	3	4	3	3	3

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



133.	4	4	4	4	4	4	4	4
134.	5	4	4	5	5	5	5	5
135.	4	4	4	4	4	3	3	4
136.	5	4	5	4	5	5	4	5
137.	5	5	5	5	5	5	5	5
138.	5	5	5	5	5	5	5	5
139.	3	4	3	3	3	4	3	3
140.	5	5	5	5	4	3	4	4
141.	4	4	4	3	3	4	4	3
142.	3	3	2	3	3	3	3	3
143.	4	5	5	4	4	5	4	5
144.	3	4	4	3	4	3	4	4
145.	4	3	4	4	3	4	3	4
146.	5	4	5	5	5	5	4	4
147.	4	4	3	4	4	5	4	4
148.	5	4	4	4	4	4	4	4
149.	4	4	5	5	4	4	4	4
150.	3	4	4	4	4	3	4	4

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Lampiran 9

Hasil Output Analisis Deskriptif

1. Variabel Kualitas Produk

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KP1	150	2	5	4.19	.721
KP2	150	2	5	4.06	.716
KP3	150	2	5	4.19	.679
KP4	150	2	5	4.18	.724
KP5	150	1	5	3.99	.815
KP6	150	2	5	3.76	.857
KP7	150	3	5	4.23	.628
KP8	150	2	5	4.17	.599
KP9	150	1	5	3.93	.852
KP10	150	2	5	4.20	.635
Valid N (listwise)	150				

Descriptive Statistics

	N	Mean
Mean	150	4.0907
Valid N (listwise)	150	

1. Urut-urutan mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KP1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	2.0	2.0	2.0
3	19	12.0	12.0	14.0
4	77	50.7	50.7	64.7
5	55	35.3	35.3	100.0
Total	153	100.0	100.0	

KP2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	2.7	2.7	2.7
3	20	14.7	14.7	17.3
4	83	56.7	56.7	74.0
5	39	26.0	26.0	100.0
Total	154	100.0	100.0	

KP3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	.7	.7	.7
3	13	13.3	13.3	14.0
4	52	52.7	52.7	66.7
5	55	33.3	33.3	100.0
Total	150	100.0	100.0	

KP4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	1.3	1.3	1.3
3	14	14.7	14.7	16.0
4	48	48.7	48.7	64.7
5	35	35.3	35.3	100.0
Total	159	100.0	100.0	

KP5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	.7	.7	.7
2	3	3.3	3.3	4.0
3	19	19.3	19.3	23.3
4	49	49.3	49.3	72.7
5	27	27.3	27.3	100.0
Total	159	100.0	100.0	

KP6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	13	8.7	8.7	8.7
3	38	25.3	25.3	34.0
4	71	47.3	47.3	81.3
5	28	18.7	18.7	100.0
Total	150	100.0	100.0	

KP7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	16	10.7	10.7	10.7
4	83	55.3	55.3	66.0
5	51	34.0	34.0	100.0
Total	150	100.0	100.0	

KP8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	.7	.7	.7
3	13	8.7	8.7	9.3
4	95	63.3	63.3	72.7
5	41	27.3	27.3	100.0
Total	150	100.0	100.0	

KP9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	1.3	1.3	1.3
2	6	4.0	4.0	5.3
3	30	20.0	20.0	25.3
4	75	50.0	50.0	75.3
5	37	24.7	24.7	100.0
Total	150	100.0	100.0	

KP10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	.7	.7	.7
3	15	10.0	10.0	10.7
4	87	58.0	58.0	68.7
5	47	31.3	31.3	100.0
Total	150	100.0	100.0	

Hak cipta milik IBI KKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBI KKG.
 Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI KKG.

Lampiran 9 (Lanjutan)

II. Variabel Kualitas Layanan

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KL1	150	2	5	4.09	.695
KL2	150	2	5	4.21	.627
KL3	150	2	5	4.01	.685
KL4	150	2	5	4.15	.693
KL5	150	2	5	3.97	.723
KL6	150	2	5	4.15	.659
KL7	150	3	5	4.30	.653
KL8	150	2	5	4.22	.674
KL9	150	2	5	4.05	.622
KL10	150	2	5	3.92	.782
KL11	150	3	5	4.34	.611
KL12	150	2	5	4.29	.638
Valid N (listwise)	150				

Descriptive Statistics

	N	Mean
Mean	150	4.1417
Valid N (listwise)	150	

KL1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	1.3	1.3	1.3
3	24	16.0	16.0	17.3
4	83	55.3	55.3	72.7
5	41	27.3	27.3	100.0
Total	150	100.0	100.0	

KL8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	1.3	1.3	1.3
3	15	10.0	10.0	11.3
4	81	54.0	54.0	65.3
5	52	34.7	34.7	100.0
Total	150	100.0	100.0	

KL2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	.7	.7	.7
3	14	9.3	9.3	10.0
4	88	58.7	58.7	68.7
5	47	31.3	31.3	100.0
Total	150	100.0	100.0	

KL9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	.7	.7	.7
3	22	14.7	14.7	15.3
4	95	63.3	63.3	78.7
5	32	21.3	21.3	100.0
Total	150	100.0	100.0	



KL3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	.7	.7	.7
3	31	20.7	20.7	21.3
4	83	55.3	55.3	76.7
5	35	23.3	23.3	100.0
Total	150	100.0	100.0	

KL4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	3	2.0	2.0	2.0
4	17	11.3	11.3	13.3
5	84	56.0	56.0	69.3
6	46	30.7	30.7	100.0
Total	150	100.0	100.0	

KL5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	3	2.0	2.0	2.0
4	32	21.3	21.3	23.3
5	81	54.0	54.0	77.3
6	34	22.7	22.7	100.0
Total	150	100.0	100.0	

KL6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	.7	.7	.7
2	20	13.3	13.3	14.0
3	85	56.7	56.7	70.7
4	44	29.3	29.3	100.0
Total	150	100.0	100.0	

KL7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	16	10.7	10.7	10.7
4	73	48.7	48.7	59.3
5	61	40.7	40.7	100.0
Total	150	100.0	100.0	

KL10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	7	4.7	4.7	4.7
3	31	20.7	20.7	25.3
4	79	52.7	52.7	78.0
5	33	22.0	22.0	100.0
Total	150	100.0	100.0	

KL11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	11	7.3	7.3	7.3
4	77	51.3	51.3	58.7
5	62	41.3	41.3	100.0
Total	150	100.0	100.0	

KL12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	.7	.7	.7
3	12	8.0	8.0	8.7
4	80	53.3	53.3	62.0
5	57	38.0	38.0	100.0
Total	150	100.0	100.0	

Hak cipta milik IBI KKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Lampiran 9 (Lanjutan)

III. Variabel Kepuasan Pelanggan

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KPL1	150	2	5	4.33	.642
KPL2	150	2	5	4.21	.638
KPL3	150	2	5	4.15	.718
KPL4	150	2	5	4.10	.683
KPL5	150	3	5	4.31	.615
KPL6	150	2	5	4.15	.739
KPL7	150	2	5	4.09	.669
KPL8	150	2	5	4.15	.663
Valid N (listwise)	150				

Descriptive Statistics

	N	Mean
Mean	150	4.1875
Valid N (listwise)	150	

KPL1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	.7	.7	.7
2	11	7.3	7.3	8.0
3	75	50.0	50.0	58.0
4	63	42.0	42.0	100.0
Total	150	100.0	100.0	

KPL2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	1.3	1.3	1.3
3	12	8.0	8.0	9.3
4	89	59.3	59.3	68.7
5	47	31.3	31.3	100.0
Total	150	100.0	100.0	

KPL5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	12	8.0	8.0	8.0
4	79	52.7	52.7	60.7
5	59	39.3	39.3	100.0
Total	150	100.0	100.0	

KPL6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	3	2.0	2.0	2.0
3	22	14.7	14.7	16.7
4	74	49.3	49.3	66.0
5	51	34.0	34.0	100.0
Total	150	100.0	100.0	

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber dan menyebutkan nama penulisnya.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KPL3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	3	2.0	2.0	2.0
3	20	13.3	13.3	15.3
4	79	52.7	52.7	68.0
5	48	32.0	32.0	100.0
Total	150	100.0	100.0	

KPL7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	1.3	1.3	1.3
3	21	14.0	14.0	15.3
4	88	58.7	58.7	74.0
5	39	26.0	26.0	100.0
Total	150	100.0	100.0	

KPL4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	1.3	1.3	1.3
3	22	14.7	14.7	16.0
4	85	56.7	56.7	72.7
5	41	27.3	27.3	100.0
Total	150	100.0	100.0	

KPL8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	.7	.7	.7
3	20	13.3	13.3	14.0
4	84	56.0	56.0	70.0
5	45	30.0	30.0	100.0
Total	150	100.0	100.0	

Lampiran 10

Hasil Output Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.22923037
Most Extreme Differences	Absolute	.054
	Positive	.032
	Negative	-.054
Test Statistic		.054
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

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

Lampiran 10 (Lanjutan)

2. Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.408	1.120		3.041	.003
Kualitas Produk	-.027	.035	-.091	-.762	.447
Kualitas Layanan	-.012	.032	-.046	-.384	.702

a. Dependent Variable: ABS_RES

3. Uji Multikolinaritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.659	1.766		1.506	.134		
Kualitas Produk	.299	.055	.370	5.402	.000	.467	2.142
Kualitas Layanan	.374	.050	.513	7.488	.000	.467	2.142

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

4. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.823 ^a	.678	.673	2.244	2.037

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Lampiran 11

Hasil Output Analisis Regresi Berganda

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Uji Keberartian Model (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1557.049	2	778.525	154.559	.000 ^b
	Residual	740.451	147	5.037		
	Total	2297.500	149			

Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kualitas Produk

2. Uji Signifikansi Koefisien (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.659	1.766		1.506	.134
	Kualitas Produk	.299	.055	.370	5.402	.000
	Kualitas Layanan	.374	.050	.513	7.488	.000

Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

3. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.823 ^a	.678	.673	2.244

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Lampiran 12

Ulasan Pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi



Moren-Jo
2 ulasan

★★★★★ 2 tahun lalu

I would like to file a complaint; the noise of which the employees make are unbearable, service was at its absolute lowest and the beverages are flavourless and bland, of which it has too much ice.

(Diterjemahkan oleh Google)

Saya ingin mengajukan keluhan; kebisingan yang dibuat karyawan tidak dapat ditoleransi, layanan berada pada titik terendah absolut dan minuman tanpa rasa dan hambar, yang mengandung terlalu banyak es.



Davin Jordan 3A
Local Guide · 6 ulasan

★★★★★ 8 bulan lalu

Pelayanan buruk. Pegawainya nyolot dan tidak ramah. Pesen ukuran besar less ice. malah porsinya d bawah stengah.. ampunnn



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Lampiran 13

Tabel r

Tabel Nilai r Product Moment

Z	Tarf Signif		N	Tarf Signif		N	Tarf Signif	
	5%	10%		5%	10%		5%	10%
1	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
2	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
3	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
4	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
5	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
6	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
7	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
8	0,632	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,270
9	0,602	0,735	35	0,334	0,430	95	0,202	0,263
10	0,576	0,708	36	0,329	0,424	100	0,195	0,256
11	0,553	0,684	37	0,325	0,418	125	0,176	0,230
12	0,532	0,661	38	0,320	0,413	150	0,159	0,210
13	0,514	0,641	39	0,316	0,408	175	0,148	0,194
14	0,497	0,623	40	0,312	0,403	200	0,138	0,181
15	0,482	0,606	41	0,308	0,398	300	0,113	0,148
16	0,468	0,590	42	0,304	0,393	400	0,098	0,128
17	0,456	0,575	43	0,301	0,389	500	0,088	0,115
18	0,444	0,561	44	0,297	0,384	600	0,080	0,105

©

Hak cipta

milik

BT

Kw

(Insti

tut

Bisn

dan

Inf

matika

Kwik

Kian

Gie

Institut

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Lampiran 14

Tabel t

Titik Persentase Distribusi t (df = 121 –160)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583

©

Hak dipa milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.