

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAAN PELANGGAN WARUNG BAKSO DI DESA
BUNTU TERPEDO KECAMATAN SABBANG**



IAIN PALOPO

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Meraih Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)

Oleh:

**ASTRIDH FAYSAH
NIM. 15 0401 0108**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
2019**

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAAN PELANGGAN WARUNG BAKSO DI DESA
BUNTU TERPEDO KECAMATAN SABBANG**



IAIN PALOPO

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Meraih Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)

Oleh:

Astridh Faysah

NIM 15 0401 0108

Dibawah Bimbingan:

1. **Dr. Mahadin Shaleh, M.Si.**
2. **Burhan Rifuddin, SE., M.M.**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
2019**

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang” yang ditulis oleh **Astridh Faysah.**, dengan NIM 15 0401 0108 Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari **Jumat, 20 September 2019 M**, bertepatan dengan **20 Muharram 1441 H**, telah diperbaiki sesuai dengan catatan dan permintaan tim penguji dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)**.

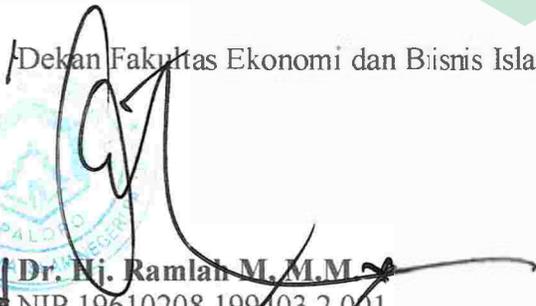
Palopo, 30 Oktober 2019 M
02 Rabi' ul Awal 1441H

TIM PENGUJI

- | | | |
|----------------------------------|-------------------|---------|
| 1. Dr. Hj. Ramlah M, M.M. | Ketua Sidang | (.....) |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, MA. | Sekretaris Sidang | (.....) |
| 3. Dr. Helmi Kamal, M.HI. | P e n g u j i | (.....) |
| 4. Ilham, S.Ag., M.A. | Penguji II | (.....) |
| 5. Dr. Mahadin Shaleh, M.Si. | Pembimbing I | (.....) |
| 6. Burhan Rifuddin, SE., M.M. | Pembimbing II | (.....) |

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Nj. Ramlah M, M.M.
NIP 19610208 199403 2 001

Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah


Dr. Fasiha, M.E.I.
NIP 19810213 200604 2 002

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Astridh Faysah
NIM : 15.0401.0108
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

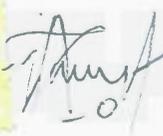
1. Skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya, segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebaga imana mestinya. Bilamana di kemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palopo, 10 September 2019

Yang membuat pernyataan




AstridhFaysah
15.0401.0108

NOTA DINAS PEMBIMBING

Palopo, 10 September 2019

PERIHAL : Skripsi

Lampiran :-

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-

Palopo

Assalamu' Alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Astridh Faysah

NIM : 15.0401.0108

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul : **“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang”.**

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak untuk ujian Munaqasyah.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

Wassalamu' Alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I



Dr. Mahadin Shaleh, M. Si.

NIP. 19561217 198303 1 011

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi: “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang”.

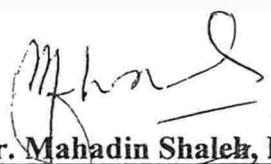
Yang ditulis oleh:

Nama : Astridh Faysah
Nim :15.0401.0108
Program studi :Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Disetujui untuk diujikan pada ujian Munaqasyah.

Demikian untuk proses selanjutnya.

Palopo, 10 September 2019

Pembimbing I



Dr. Mahadin Shaleh, M.Si.
NIP.19561217 198303 1 011

Pembimbing II



Burhan Rifuddin, SE., M.M.
NIP.19670311 199803 1 001

NOTA DINAS PENGUJI

Palopo, 10 September 2019

PERIHAL : Skripsi

Lampiran : -

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-

Palopo

Assalamu 'Alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Astridh Faysah.

NIM : 15.0401.0108

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul : **“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang”.**

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak untuk ujian Munaqasyah.

Demikian untuk di proses selanjutnya.

Wassalamu'AlaikumWr.Wb.

Penguji II

Ilham, S.Ag, M.A.

NIP. 19731011 200312 1 003

PERSETUJUAN PENGUJI

Judul Skripsi: “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang”.

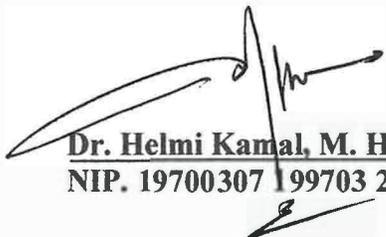
Yang ditulis oleh:

Nama : Astridh Faysah.
Nim : 15.0401.0108
Program studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Disetujui untuk diujikan pada ujian Munaqasyah.

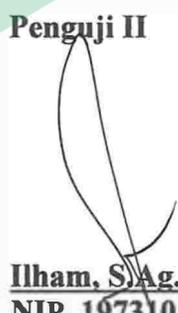
Demikian untuk proses selanjutnya.

Palopo, 10 September 2019

Penguji I


Dr. Helmi Kamal, M. HI.
NIP. 19700307 199703 2 001

Penguji II


Ilham, S.Ag. M.A.
NIP. 19731011200312 1 003

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى
آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah swt, atas segala rahmat dan karunia-Nya yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi dengan judul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang ”** dapat terselesaikan meskipun masih dalam bentuk sederhana.

Shalawat dan salam kepada Rasulullah saw beserta keluarga, para sahabat, dan orang-orang yang senantiasa setia pada ajarannya hingga akhir zaman. Beliau yang telah berhasil menaburkan mutiara-mutiara hidayah diatas puing-puing kejahatan dan telah membimbing umat dari segala kebodohan menuju jalan terang yang diridahi Allah swt.

Penuh rasa syukur, penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan teriring doa kepada semua pihak. Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan, pengarahan serta doa dari berbagai pihak. Secara khusus penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada kedua orang tua tercinta Ayahanda Pambo Alam Amin dan Ibunda Hadini atas dorongan, doa dan perhatiannya kepada penulis selama ini serta kasih sayang dan perhatiannya yang tak terhingga, begitu banyak pengorbanan yang diberikan kepada penulis baik secara moral maupun materi. Dan juga penulis ucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Rektor IAIN Palopo, Dr. Abdul Pirol, M.Ag, Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. H. Muammar Arafat, M.H. Wakil Rektor II Bidang Keuangan dan Perencanaan, Dr. Ahmad Syarif Iskandar, M.M. dan Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama,

Dr. Muhaemin, M.A. yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi tempat penulis menimba ilmu pengetahuan.

2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Dr. Hj. Ramlah Makulasse, M.M. Wakil Dekan I, Muhammad Ruslan Abdullah, S.E.I, M.A. Wakil Dekan II, Tadjuddin, S.E., M.Si., Ak., CA. Wakil Dekan III Dr. Takdir, S.H., M.H. yang telah banyak membantu didalam menyelesaikan studi selama mengikuti pendidikan di IAIN Palopo.
3. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Dr. Fasiha, M.EI. serta penasehat akademik penulis Dr. Tahmid Nur, M.A., yang telah banyak memberikan motivasi serta mencurahkan perhatiannya dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Pembimbing I Dr. Mahadin Shaleh, M.Si., dan pembimbing II Burhan Rifuddin, SE., M.M. yang telah memberikan arahan, masukan dan bimbingan kepada penulis dengan tulus dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Penguji I dan Penguji II dalam hal ini Dr. Helmi Kamal, M.HI. dan Ilham, S.Ag. M.A. yang telah memberikan arahan dan koreksian kepada peneliti guna menyempurnakan skripsi ini.
6. Kepala perpustakaan IAIN Palopo H. Madehang, S.Ag. M.pd. beserta staf nya yang telah banyak membantu khususnya dalam mengumpulkan literatur-literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dalam skripsi ini
7. Seluruh Dosen IAIN Palopo yang sejak awal perkuliahan telah membimbing dan memberi pengetahuan kepada penulis.
8. Saudara-saudaraku tercinta M. Fadli, Abdullah, Asril, Azizah dan Muh. Aisyah nuraini yang telah menjadi sumber inspirasi. Keponakan Zalsa dan Muh. Dayat Amin yang menjadi penyemangat. Serta kakak-kakak ipar Risna dan Iddayanti yang selalu memberikan dorongan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan terutama angkatan 2015 Ekonomi Syariah D yang selama ini selalu memberikan motivasi dan bersedia membantu serta senantiasa memberikan saran sehubungan dengan penyusunan skripsi ini.

10. Sahabat-sahabat tercinta Kusumawati Usman, Devitasari Patappa, Irmayanti, Masita, Kasmil, Masdar, dan Asri nuraini yang selalu memberi semangat dan doa kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini hingga penulis menyelesaikannya.
11. Teman-teman KKN Angkatan XXXIV tahun 2018, khususnya posko Sumillin Kecamatan Masamba. Ari Hajar, Wiwin, Irdyanti, Wahyu, Haspina, kiki, eka dan emmi rosmiati yang juga banyak memberikan motivasi kepada penulis hingga penyusunan skripsi ini terselesaikan.

Teriring doa semoga amal dan kebaikan serta keikhlasan pengorbanan mereka mendapat pahala di sisi Allah swt. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari kekurangan dan kelemahan, untuk itu kritik dan saran serta masukan yang bersifat membangun sangat diharapkan demi kelengkapan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi yang memerlukan serta dapat bernilai ibadah dan pahala di sisi Allah swt, amin.

Palopo, 10 September 2019

Astridh Faysah
NIM: 15.0401.0108

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
PERSETUJUAN PENGUJI	vi
NOTA DINAS PENGUJI	vii
ABSTRAK	ix
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Defenisi Operasional ariabel	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan	9
B. Tinjauan Pustaka	14
1. Harga	14
2. Kualitas Pelayanan	22
3. Kepuasan Pelanggan	32
C. Kerangka Pikir	39
D. Hipotesis Penelitian	40

BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	42
B. Lokasi Penelitian	43
C. Populasi	43
D. Sampel	43
E. Sumber Data	46
F. Variabel Penelitian	47
G. Pengukuran Variabel penelitian	48
H. Teknik Pengumpulan Data	49
I. Uji Data	50
1. Uji Validitasi dan Reliabilitas	50
2. Uji Asumsi Klasik	51
J. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	53
1. Teknik Analisis Data	53
2. Uji Hipotesis	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
A. Hasil Penelitian	57
1. Gambaran Umum Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang	57
2. Karakteristik Responden	58
a. Jenis Kelamin	59
b. Usia Responden	60
c. Pendidikan Terakhir	61
d. Pekerjaan	61
3. Pengujian Data	62
a. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	63
b. Uji Asumsi Klasik	66
4. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	72
a. Teknik Analisis Data	72
b. Uji Hipotesis	73

B. Pembahasan	78
1. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang	79
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang	80
BAB V PENUTUP	82
A. Kesimpulan	82
B. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skor Alternatif Jawaban	48
Tabel 4.1 Daftar Menu Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang.....	58
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	61
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas	64
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas	66
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas	69
Tabel 4.10 Hasil Uji Heterokedastisitas	70
Tabel 4.11 Hasil Uji Autokorelasi	72
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	73
Tabel 4.13 Hasil Uji T	75
Tabel 4.14 Hasil Uji F	77
Tabel 4.15 Koefisien Determinan	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Kerangka Pikir	40
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	68
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas	71



ABSTRAK

Astridh Faysah, 2019 “*Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang*” Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Dibimbing dan Dr. Mahadin Shaleh, M.Si. dan Burhan Rifuddin, SE., M.M.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh situasi warung bakso yang ramai dikunjungi konsumen dengan kondisi warung sangat sederhana dan bagaimana pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan warung bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang. Bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan warung bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode pendekatan deskriptif. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive Sampling Method*. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang pelanggan dari warung bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang. Teknik pengumpulan data yaitu dengan menyebarkan kuesioner, adapun variabel dalam penelitian ini yaitu harga dan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas dan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat. Teknik analisis data yang digunakan yaitu regresi linear berganda dan uji hipotesis menggunakan SPSS 20.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan regresi linear berganda harga mengalami peningkatan terhadap kepuasan pelanggan warung bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang sebesar 0,240 dan kualitas pelayanan mengalami peningkatan sebesar 0,239 terhadap kepuasan pelanggan warung bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang.

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan uji hipotesis diperoleh bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan warung bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang dengan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000. Nilai signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan warung bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000 yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh signifikan. Dengan hasil uji hipotesis diketahui bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan warung bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang 32,3%, sedangkan sisanya 67,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

BAB I

PENDAHULUAN

A. *Latar Belakang*

Perkembangan perdagangan di masa kini semakin pesat dengan tingkat persaingan yang ketat untuk memasarkan produk dan jasa kepada konsumen. Dalam setiap perdagangan tidak akan lepas dengan hadirnya teknologi yang semakin maju, sehingga setiap perusahaan akan sangat membutuhkan sebuah teknologi informasi agar dapat mengembangkan bisnis yang sedang dijalankan. Kemajuan teknologi ini diimbangi dengan pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat pula.

Pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat mendorong akan kebutuhan makanan cepat saji semakin meningkat pula. Kebutuhan makanan cepat saji akan menciptakan para pelaku usaha untuk membuka usaha kuliner dengan menciptakan inovasi dan kreasi pada produknya masing-masing termasuk usaha warung bakso.

Usaha warung bakso adalah salah satu dari usaha kecil rumahan yang menyiapkan makanan cepat saji. Sebagian dari masyarakat Indonesia sangat menyukai makanan cepat saji ini. Perkembangan usaha warung bakso di daerah pedesaan sudah ada sejak lama salah satunya yaitu ada di desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang.

Usaha warung bakso yang ingin mendapatkan keuntungan yang besar maka dalam mengembangkan usaha harus memperhatikan beberapa hal. Pada suatu usaha yang berorientasi pada pelanggan maka tidak dapat dihindari bahwa kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penentu dari eksistensi perusahaan tersebut. Dalam hal seperti ini terlibat bisnis atau usaha yang sekarang penuh dengan persaingan karena jika kualitas pelayanan tidak diperhatikan, maka berdampak pada pelanggan yang akan berpindah kepada usaha atau bisnis lain yang sejenis yang akan dapat memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik dan memuaskan konsumennya.¹

Pelayanan bukanlah suatu masalah yang sulit atau rumit, tetapi apabila masalah pelayanan ini kurang diperhatikan oleh perusahaan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifat yang sensitif. Dalam memberikan sistem pelayanan kepada konsumen seharusnya didukung oleh kualitas pelayanan yang baik, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama.² Menurut Yamit kualitas pelayanan adalah suatu kegiatan utama atau pelengkap dalam usaha yang tidak akan secara langsung terlibat dalam proses pembuatan produk, tetapi akan lebih menekankan pada kegiatan pelayanan transaksi antara pembeli dan penjual.³

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan ini menjadi titik perhatian konsumen selain dari rasa bakso itu sendiri

¹Freddy Rangkuti, *Measuring customer satisfaction*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002) h. 30.

²Musrina, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Rumah Makan Sari Laut di Kota Palopo* (Institut Agama Islam Negeri Palopo) 2017, h. 5.

³Yamit, Zultan. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. (Yogyakarta: Ekonesia, 2004) h. 22.

dan rasa nyaman pelanggan berada di dalam warung bakso tersebut, sehingga dengan rasa nyaman itu konsumen akan mendapatkan kepuasan dan akan melakukan pembelian secara berulang kali bahkan merekomendasikan warung bakso tersebut kepada orang-orang yang berada disekitarnya.

Pengusaha warung bakso hendaknya memberikan pelayanan yang berkualitas atau baik, ramah dan bertanggung jawab kepada para pelanggannya. Berbuat baik juga di tegaskan dalam Al-Quran Surah Al-Baqarah/2:112

بَلَىٰ مَنْ أَسْلَمَ وَجْهَهُ لِلَّهِ وَهُوَ مُحْسِنٌ فَلَهُ أَجْرُهُ عِنْدَ رَبِّهِ وَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ ١١٢

Terjemahnya :

“(Tidak demikian) bahkan barangsiapa yang menyerahkan diri kepada Allah, sedang ia berbuat kebajikan, maka baginya pahala pada sisi Tuhannya dan tidak ada kekhawatiran terhadap mereka dan tidak (pula) mereka bersedih hati”.⁴

Tujuan memberikan pelayanan kepada pelanggan adalah untuk memberikan rasa puas dan rasa nyaman, sehingga dapat saling menguntungkan baik untuk pengusaha warung bakso maupun pelanggan itu sendiri serta memberikan nilai tambah laba bagi penghasilan pengusaha. Menurut Tjiptono apabila mengolah kualitas layanan dengan tepat dan baik maka dapat berkontribusi dengan positif terhadap terwujudnya kepuasan dan loyalitas pelanggan.⁵

Selain kualitas pelayanan yang menjadi faktor penentu pengambilan keputusan pembelian produk atau tidak adalah harga. Menurut Kotler dan

⁴Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahan, (Bandung: Diponegoro, 2010) h. 17.

⁵Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (edisi pertama, Malang: Bayu media 2004) h. 75.

Armstrong harga adalah sejumlah uang yang akan dibebankan atas nilai suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukar konsumen untuk setiap manfaat-manfaat yang telah diterima karena menggunakan produk atau jasa tersebut.⁶

Jika harga produk yang tinggi sedangkan manfaat yang dirasakan pelanggan lebih kecil, maka akan membuat pelanggan berfikir untuk melakukan pembelian ulang produk tersebut. Namun jika harga yang rendah dengan manfaat yang dirasakan pelanggan lebih besar maka pelanggan akan merasa puas dan akan melakukan pembelian ulang.

Harga menjadi variabel yang penting bagi perusahaan dengan harga yang rendah dan kualitas baik akan meningkatkan pemasaran. Harga mempunyai dua peran utama dalam proses pengambilan keputusan pelanggan yaitu peran informasi dari harga dan peranan alokasi dari harga untuk membantu para pembeli memutuskan cara memperoleh manfaat yang tinggi sesuai harapan berdasarkan daya belinya.

Menurut Tjiptono kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang erat dengan loyalitas pelanggan yang tidak dapat dipisahkan. Kualitas memberikan dorongan yang kuat kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dan baik dengan perusahaan. Pada waktu jangka panjang dengan ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk dapat memahami harapan dan kebutuhan pelanggan sehingga perusahaan dapat menjadikan hal ini sebagai dorongan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.⁷

Warung bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang merupakan sebuah warung bakso yang sudah lama berdiri. Warung bakso ini mengupayakan memberikan pelayanan yang baik dengan berperilaku yang baik, sopan, ramah

⁶Kotler, P., & G. Amstrong, "*Principles Of Marketing, 12 thed Edisi asli diterbitkan tahun 2008 oleh Pearson Education Inc. Pearson Prentice Hall*", Diterjemahkan oleh Bob Sabran dengan judul: *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (ed 12. Cet 1; Jakarta: Erlangga, 2008) h. 344.

⁷Hans baihaqi, dkk, *Riset Pemasaran dan Konsumen*, (Bogor: IPB press 2011) h. 235.

dan bertanggung jawab. Keadaan dan penampilan warung bakso yang sederhana dapat mendatangkan pengunjung yang bergantian di warung bakso di desa buntu terpedo kecamatan sabbang untuk menikmati bakso dan makanan lain yang telah ditawarkan. Pengunjung membeli produk dalam hal harga atau kualitas pelayanan dan rasa yang di sukai sesuai dengan yang harapan yang membuat pengunjung selalu datang untuk melakukan pembelian ulang sehingga peneliti ingin mengetahui penyebabnya.

Dalam penelitian ini penulis bermaksud untuk meneliti warung bakso yang ada di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang dengan dasar latar belakang yang ada di atas tersebut, maka peneliti menarik judul “**Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang di jelaskan di atas, maka dapat dikemukakan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan warung bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang ?
- b. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan warung bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang ?

C. Tujuan Penelitian

Dari latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan warung bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang ?
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan warung bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang ?

D. Manfaat Penelitian

Dalam setiap penelitian yang dilakukan akan ada manfaat yang diperoleh, maka manfaat dari penelitian ini adalah:

a. Bagi peneliti

Peneliti berharap dari penelitian ini memberikan kontribusi yang membantu kalangan akademis yang sedang melakukan penelitian, menambah pengetahuan dalam dunia bisnis dan menambah pengetahuan bagi peneliti sendiri.

b. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu dan memberikan informasi yang berguna bagi pihak warung bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang dalam melakukan kegiatan dan mengembangkan usahanya dengan kualitas pelayanan yang baik sesuai dengan syariat islam.

E. Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini definisi operasional variabel yang penulis gunakan adalah sebagai berikut:

1. Harga

Harga adalah suatu bayaran atau imbalan dari penggunaan barang atau jasa yang telah dapat memenuhi kebutuhan. Jika harga produk yang tinggi sedangkan manfaat yang dirasakan pelanggan lebih kecil, maka akan membuat pelanggan berfikir untuk melakukan pembelian ulang produk terhadap produk tersebut. Namun sebaliknya jika harga rendah dengan manfaat yang dirasakan pelanggan lebih besar maka pelanggan akan merasa puas dan akan melakukan pembelian ulang. Sehingga harga menjadi variabel yang sangat, karena dengan harga yang rendah dan kualitas yang baik akan meningkatkan pemasaran.

2. Kualitas pelayanan

Kualitas adalah suatu pemberian nilai baik atau pun buruk terhadap suatu produk. Sedangkan pelayanan adalah suatu usaha untuk memberikan yang terbaik kepada pelanggan, sehingga pelanggan merasa puas dan senang. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu usaha yang diberikan kepada pelanggan yang di nilai atas tingkat kepuasan konsumen.

Penilaian kualitas pelayanan yakni jasa yang dapat dilihat oleh konsumen berupa penampilan fasilitas fisik peralatan, pelayanan dengan ramah dan menarik, memberikan pelayanan dengan kesopansantunan, dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen.

3. Kepuasan pelanggan

Kepuasan adalah adanya rasa senang terhadap sesuatu yang telah diberikan kepada pelanggan yang mengakibatkan adanya tindakan untuk

melakukan pembelian ulang. Pelanggan adalah orang yang datang membeli produk dan telah melakukannya secara berulang-ulang. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan kepuasan pelanggan yaitu orang-orang yang datang dan selalu melakukan pembelian produk secara berulang-ulang karena adanya rasa senang terhadap pelayanan maupun produk yang telah didapatkan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu yang relevan dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran tentang posisi penelitian ini dalam kaitannya dengan penelitian sejenis yang sudah pernah dilakukan oleh kalangan akademis. Hal ini dimaksudkan untuk menghindari kesamaan objek penelitian dan menentukan letak perbedaan dengan penelitian yang pernah ada. Pembahasan harga dan kualitas pelayanan banyak ditemukan dalam berbagai literatur seperti diantaranya:

1. Jurnal yang dilakukan oleh Baron Himawan, Sumaryanto dan Retno Susanti pada tahun 2016 yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Warung Mie Ayam Bakso Ajeng Karanganyar” yang telah diterbitkan dalam *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Universitas Slamet Riyadi Surakarta, Vol. 16/No. 3/September 2016. Penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan atas kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Warung Mie Ayam Bakso Ajeng Karanganyar, terdapat juga pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Warung Mie Ayam Bakso Ajeng Karanganyar, serta terdapat pengaruh yang signifikan sebuah lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di Warung Mie Ayam Bakso Ajeng Karang-anyar. Kualitas

pelayanan merupakan suatu variabel yang dianggap dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh konsumen di Warung Mie Ayam Bakso Ajeng Karanganyar.⁸

Perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Baron Himawan, Sumaryanto dan Retno Susanti meneliti variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi dalam kaitannya dengan keputusan pembelian, sedangkan dalam penelitian ini tidak meneliti kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen tetapi meneliti harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, berbeda dengan penelitian Baron Himawan, Sumaryanto dan Retno Susanti yang juga terletak pada objek, waktu dan lokasi penelitian.

2. Jurnal yang dilakukan oleh Imam Santoso pada tahun 2016 yang berjudul “Peran Kualitas Produk dan Layanan, Harga dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen” yang telah diterbitkan dalam *Jurnal Manajemen Teknologi*, Universitas Brawijaya, Vol. 15/No. 1/2016. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas produk dan harga terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di rumah makan cepat saji. Namun variabel atmosfer dan kualitas pelayanan belum cukup bukti untuk membuktikan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen di rumah makan cepat saji. Keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan cepat saji.

⁸Baron Himawan dkk, *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Warung Mie Ayam Bakso Ajeng Karanganyar*, *Jurnal ekonomi dan Kewirausahaan*, universitas Slamet Riyadi Surakarta. Vol 16. Nomor 3, September 2016, h. 7-8.

Hal ini membuktikan bahwa keputusan pembelian yang tepat akan mempengaruhi kepuasan konsumen.⁹

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Imam Santoso yang meneliti peran kualitas produk dan layanan, harga dan atmosfer rumah makan cepat saji dalam kaitannya dengan keputusan pembelian dan kepuasan konsumen, sedangkan dalam penelitian ini tidak meneliti kualitas produk dan atmosfer terhadap keputusan pembelian tetapi meneliti harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, berbeda dengan penelitian Imam Santoso yang juga terletak pada objek, waktu dan lokasi penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh Imam Santoso menggunakan model *Generalized Structured Component Analysis*, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan regresi linear berganda.

3. Jurnal yang dilakukan oleh Edika Fajar Bastariyanto dan Muhammad Maladi pada tahun 2016 dengan judul “Deskripsi Kepuasan Pelanggan Pada Depot Bakso Mewah (Mepet Sawah) Rantau” yang telah diterbitkan dalam *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Vol.17/No. 1/April 2016. Jurnal ini menyimpulkan bahwa 65% konsumen merasa puas terhadap produk yang ditawarkan dan pelayanan, 55% konsumen merasa puas terhadap keramahan pelayanan, dan 85% konsumen merasa puas terhadap kualitas rasa produk. Masih ada sebagian responden yang merasa kurang puas dari segi harga yang ditawarkan Depot Bakso Mewah Rantau

⁹Imam Santoso, *Peran Kualitas Produk dan Layanan, Harga dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen*, *Jurnal Manajemen Teknologi*, Universitas Brawijaya Malang. Vol. 15. Nomor 1, 2016, h. 13.

karena harga yang ditawarkan sedikit lebih mahal daripada porsi yang disajikan.¹⁰

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Edika Fajar Bastariyanto dan Muhammad Maladi yang meneliti deskripsi kepuasan pelanggan pada depot bakso mewah sedangkan dalam penelitian ini meneliti variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Perbedaan penelitian ini dengan Edika Fajar Bastariyanto dan Muhammad Maladi yakni subjek, waktu dan lokasi penelitian. Selain itu, berbeda dengan penelitian Edika Fajar Bastariyanto dan Muhammad Maladi juga terletak pada jenis penelitian yang dilakukan dengan jenis kualitatif, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan menggunakan analisis regresi linear berganda.

4. Jurnal yang dilakukan oleh Dita Amanah pada maret tahun 2010 dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap kepuasan konsumen pada *Majestyk Bakery* dan *Cake Shop* Cabang H.M Yamin Medan” yang telah diterbitkan dalam *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, Dosen Universitas Negeri Medan, Vol. 2/No. 1/Maret 2010. Jurnal ini menyimpulkan bahwa 0,347 harga dan 0,433 kualitas produk akan meningkatkan kepuasan konsumen terhadap *Majestyk Bakery & Cake Shop* (asumsi faktor lain tetap). Besar pengaruh harga secara langsung berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah 12% yang dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan ada

¹⁰Edika Fajar Bastariyanto dan Muhammad Maladi, *Deskripsi Kepuasan Pelanggan Pada Depot Bakso Mewah (Mepet Sawah) Rantau, Jurnal manajemen dan Akuntansi*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Banjarmasin. Vol. 17. Nomor 1. April 2016, h. 6-7.

pengaruh antara harga terhadap kepuasan konsumen pada *Majestyk Bakery* dan *Cake Shop*. Dan besar pengaruh kualitas produk secara langsung berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah 18,7% yang dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan ada pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada *Majestyk Bakery* dan *Cake Shop*.¹¹

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Dita Amanah yang meneliti variabel harga dan kualitas produk dalam kaitannya kepuasan konsumen pada *majestyk bakery* dan *cake shop* cabang H.M yamin medan sedangkan penelitian ini tidak meneliti kualitas produk tetapi meneliti variabel kualitas pelayanan. Selain itu, berbeda dengan penelitian Dita Amanah yang juga terletak pada objek, waktu dan lokasi penelitian.

5. Artikel skripsi yang dilakukan oleh Dita Dwi Wahyuni pada tahun 2016 dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Bakso Sakinah Khas Malang Kecamatan Ngacar Kabupaten Kediri” yang telah diterbitkan dalam *Artikel Skripsi*, Universitas Nusantara PGRI Kediri 2016. Artikel ini menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang ada pada Depot Bakso Sakinah khas Malang dan ada pengaruh positif dan signifikan antara nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen pada Depot Bakso Sakinah khas Malang serta

¹¹Dita Amanah, *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Majestyk Bakery dan Cake Shop Cabang H.M Yamin Medan*, *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, Universitas Negeri Medan. Vol. 2 nomor 1, Maret 2010, h. 15-16.

ada pengaruh positif dan signifikan antara harga, kualitas pelayanan dan nilai pelanggan secara serempak (simultan) terhadap kepuasan konsumen pada Depot Bakso Sakinah khas Malang.¹²

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Dita Dwi Wahyuni yang meneliti variabel nilai pelanggan dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan sedangkan penelitian ini tidak meneliti variabel nilai pelanggan. Selain itu, berbeda dengan penelitian Dita Dwi Wahyuni yang juga terletak pada waktu dan lokasi penelitian.

Kesimpulan yang peneliti temukan dari penelitian diatas maka penulis berasumsi bahwa penelitian tentang pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan warung bakso di desa buntu terpeda kecamatan sabbang berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan baik dari segi metode analisis yang digunakan, objek, waktu dan lokasi penelitian. Sehingga penelitian ini bukan hasil dari plagiasi penelitian yang telah dilakukan.

B. Tinjauan Pustaka

1. Harga

a. Pengertian Harga

Menurut simamora, harga adalah sejumlah uang yang akan dibebankan perusahaan atas nilai sebuah produk atau jasa yang telah diberikan suatu perusahaan. Harga dapat mempengaruhi kinerja keuangan dalam perusahaan dan

¹²Dita Dwi Wahyuni, *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Bakso Sakinah Khas Malang Kecamatan Ngacar Kabupaten Kediri, Artikel Skripsi*, Universitas Nusantara PGRI Kediri. 2016, h. 18.

memberikan pengaruh terhadap persepsi pembeli serta penentuan posisi merek suatu barang. Harga akan menjadi suatu ukuran pengganti untuk mendapatkan mutu produk jika pembeli mengalami suatu kesulitan dalam mengevaluasi produk yang kompleks.¹³

Harga memiliki pengertian dari segi pemasaran menurut Tjiptono, secara sederhana penjelasan mengenai pengertian harga dapat diartikan sebagai sejumlah uang (satuan moneter) dan aspek lain (non moneter) yang dapat mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang dapat diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa yang inginkan konsumen. Utilitas itu sendiri merupakan suatu atribut atau faktor yang dapat berpotensi sangat tinggi untuk dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan tertentu.¹⁴

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan jika harga produk yang tinggi sedangkan manfaat yang dirasakan pelanggan lebih kecil, maka akan membuat pelanggan berfikir untuk melakukan pembelian ulang produk tersebut. Namun jika harga yang rendah dengan manfaat yang dirasakan pelanggan lebih besar maka pelanggan akan merasa puas dan akan melakukan pembelian ulang. Harga menjadi variabel yang penting bagi perusahaan dengan harga yang rendah dan kualitas baik akan meningkatkan pemasaran. Perusahaan akan dikatakan berhasil jika mampu dalam memasarkan suatu barang atau jasa secara cepat dan tepat.

Definisi lain mengenai pengertian harga adalah menurut Kotler dan Amstrong, harga adalah sejumlah besar nilai yang akan dibebankan perusahaan atas suatu produk atau jasa yang diberikan oleh konsumen kepada perusahaan atas memperoleh keuntungan dari menggunakan suatu produk atau jasa perusahaan. Harga merupakan satu-satunya dari bauran pemasaran yang dapat menghasilkan

¹³H Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional* Jilid II. (Jakarta: Salemba Empat, 2000) h. 574.

¹⁴Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*. (Yogyakarta : Penerbit Andi diterjemahkan, 2006) h. 178.

pendapatan. Harga dari setiap produk atau jasa tergantung pada kebijakan perusahaan dengan mempertimbangkan berbagai hal. Perusahaan harus tetap selalu memantau harga yang telah ditetapkan oleh para pesaing agar harga yang telah ditentukan perusahaan tidak terlalu tinggi atau terlalu rendah dan dapat bersaing dengan perusahaan lain.¹⁵

b. Tujuan Penetapan Harga

Pada dasarnya penjual menetapkan harga pada produknya mempunyai beberapa tujuan. Menurut Tjiptono pada dasarnya penetapan harga memiliki beberapa tujuan yaitu:

1) Tujuan berorientasi pada laba.

Dalam suatu teori ekonomi klasik yang menyatakan bahwa pada setiap perusahaan selalu akan memilih harga yang tepat untuk mendapatkan penghasilan laba paling tinggi, tujuan ini dalam teori ekonomi dikenal dengan istilah maksimasi laba.

2) Tujuan Berorientasi pada Volume

Untuk tujuan ini perusahaan akan dapat menetapkan harga sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan atau pangsa pasar yang telah ditentukan perusahaan.

3) Tujuan Berorientasi pada Citra

Perusahaan dapat menetapkan harga yang tinggi untuk membentuk citra atau mempertahankan citra yang telah dibentuk suatu perusahaan. Sementara itu,

¹⁵Kotler, P., & G. Amstrong, "Principles Of Marketing, 12 thed Edisi asli diterbitkan tahun 2008 oleh Pearson Education Inc. Pearson Prentice Hall", Diterjemahkan oleh Bob Sabran dengan judul: *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (ed 12. Cet 1; Jakarta: Erlangga, 2008) h. 345.

harga yang rendah dapat digunakan perusahaan untuk membentuk suatu citra nilai tertentu misalnya dengan memberikan jaminan kepada konsumen bahwa harga yang diberikan merupakan harga yang terendah pada suatu wilayah tertentu.

4) Tujuan Stabilisasi Harga

Tujuan stabilisasi harga ini dilakukan perusahaan dengan cara menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang ada sehingga stabil antara harga suatu perusahaan dengan harga yang sudah ditetapkan oleh pemimpin industri.

5) Tujuan-tujuan Lainnya

Harga suatu produk atau jasa yang dapat juga ditetapkan dengan tujuan agar mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas konsumen yang telah ada, mendukung penjualan ulang, atau dapat menghindari campur tangan pemerintah.¹⁶

Tujuan-tujuan dari penetapan harga di atas memiliki peran penting terhadap strategi bersaing dalam perusahaan. Tujuan yang sudah ditetapkan harus konsisten dengan cara yang telah ditempuh perusahaan dalam menempatkan posisi yang relatif dalam persaingan. Misalnya, pemilihan tujuan yang berorientasi pada laba yang dapat mengandung makna bahwa setiap perusahaan akan mengabaikan harga para pesaing.

Perusahaan akan sukses dalam memasarkan barang atau jasa jika menetapkan harga secara tepat. Harga merupakan satu satunya dari unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat sesuai

¹⁶Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*. (Yogyakarta: Andi. 1997) h. 152-153.

dengan keputusan pemimpin perusahaan.¹⁷ Penetapan harga juga di jelaskan dalam Al-Quran Surah an-Nisa/4:29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ٢٩

Terjemahnya:

”Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.¹⁸

Dari ayat di atas dapat disimpulkan bahwa penetapan harga harus sesuai dengan apa yang didapatkan pelanggan. Dengan memberikan harga yang tinggi kepada konsumen maka akan memberatkan pelanggan yang datang berkunjung. Sedangkan ayat di atas tersebut sudah dijelaskan untuk tidak memakan harta orang lain. Alasan pengharaman pematokan harga karena merupakan suatu pemaksaan. Adapun dalam hadits Rasulullah saw. yang dijadikan sandaran untuk pengharaman pematokan harga sebagai berikut:

عن أنس رضي الله عنه قال: غلا السعر في المدينة على عهد رسول الله صلى
الله عليه وسلم ، فقال الناس: غلا السعر فسن عَزُّ لنا ، فقال رسول الله صلى الله
عليه وسلم : إنَّ الله هو المُسَعِّرُ القابض الباسط الرازق ، وإنِّي لأرجو أن ألقى الله
و ليس أحدٌ منكم يطالبني بمظلمةٍ في دمٍ ولا مال . (رواه أبو داود)

Terjemahnya:

¹⁷Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran* , (Yogyakarta: Penerbit Andi, 1997), 151.

¹⁸Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahan, (Bandung: Diponegoro, 2010) h. 83.

”Dari Anas bin Malik, ia berkata: Orang-orang berkata, Wahai Rosulullah, harga telah naik, maka tetapkanlah harga untuk kami.’ Lalu Rosulullah swt bersabda, , sesungguhnya Allah yang menetapkan harga, yang mempersempit, dan yang memperluas, dan aku berharap bertemu dengan Allah sedangkan salah seorang dari kalian tidak menuntutku karena kezhaliman dalam darah atau harta’. (HR. Abu Dawud).¹⁹

c. Indikator Harga

Harga akan menjadi peran penentu bagi permintaan pasar dimana harga ini dapat mempengaruhi program pemasaran sebuah perusahaan karena dapat menghasilkan keuntungan bagi perusahaan itu sendiri. Ada beberapa indikator harga antara lain:

- 1) Keterjangkauan harga yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen atau penjual yang sesuai dengan kemampuan beli yang dimiliki oleh konsumen.
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk, pelayanan dan manfaat yaitu aspek penetapan harga yang telah dilakukan oleh perusahaan yang disesuaikan dengan kualitas produk, pelayanan yang baik dan manfaat yang diperoleh konsumen setelah menggunakan produk.
- 3) Daya saing harga yaitu suatu penawaran harga yang diberikan oleh produsen atau penjual dapat bersaing dengan pesaing sejenis berikan kepada

¹⁹Syamsul Hilal, Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam (Telah Pemikiran Ibn Taimiyah), Jurna Asas, Vol.6, No.2, Juli 2014. h. 25. <https://media.neliti.com/media/publications/177467-ID-konsep-harga-dalam-ekonomi-islam-telah-p.pdf>.

konsumen. Sehingga dapat menimbulkan daya saing antara produsen untuk mendapatkan keuntungan yang besar.²⁰

Selain dari tujuan dari harga itu sendiri juga terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat harga, sedangkan tingkat harga itu sendiri merupakan suatu sejumlah nilai untuk mendapatkan suatu produk perusahaan oleh konsumen yang berupa manfaat dari memiliki atau menggunakan produk pada suatu waktu tertentu. Pada dasarnya tingkat harga yang terjadi dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Swastha, faktor – faktor yang mempengaruhi tingkat harga antara lain:

1) Keadaan Pemerintah

Keadaan pemerintah ini sangat dapat mempengaruhi tingkat harga. Apabila terjadi resesi, maka daya beli konsumen juga menurun seiring dengan menurunnya nilai tukar uang. Masyarakat akan lebih menjadi penuh dengan pertimbangan dan selektif dalam memilih produk untuk dikonsumsi.

2) Penawaran dan Permintaan

Permintaan dan penawaran ini juga menjadi faktor yang memengaruhi tingkat harga. Apabila semakin tinggi harga, maka semakin sedikit barang atau jasa yang diminta konsumen sebaliknya apabila semakin rendah tingkat harga, maka semakin banyak pula barang atau jasa yang akan diminta konsumen. Sedangkan penawaran adalah sejumlah produk yang akan ditawarkan ke pasar

²⁰Dita Dwi Wahyuni, *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Bakso Sakinah Khas Malang Kecamatan Ngacar Kabupaten Kediri, Artikel Skripsi*, Universitas Nusantara PGRI Kediri. 2016, h. 8.

oleh para pemasok dengan tingkat harga yang bervariasi dalam suatu periode tertentu.

3) Persaingan

Dalam persaingan ini menentukan tingkat harga produk memiliki peran yang sangat penting, manajemen perusahaan akan melihat harga produk pada perusahaan lainnya. Apakah harga tersebut tinggi, sedang, atau rendah untuk menyesuaikan dengan harga yang ditetapkan perusahaan agar dapat memiliki daya saing dengan perusahaan lain.

4) Biaya

Biaya merupakan hal dasar yang harus diperhatikan dalam penentuan tingkat harga, jika suatu tingkat harga yang tidak akan dapat menutup biaya produksi maka akan dapat mengakibatkan kerugian. Sebaliknya, apabila tingkat suatu harga yang ditentukan melebihi semua biaya, maka baik biaya operasi maupun biaya non operasi akan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan.²¹

Perusahaan akan sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa jika menetapkan harga secara tepat. Harga merupakan salah satu dari unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat berubah dengan cepat.²² Harga yang tepat dan tidak memberatkan akan lebih baik bagi

²¹Swastha, Basu dan Sukotjo. *Manajemen Pemasaran Modern*. (Yogyakarta: Penerbit Liberty. 2000) h. 211.

²²Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 1997), 151.

2. **Kualitas Pelayanan**

a. **Pengertian Kualitas Pelayanan**

Penjelasan mengenai pengertian kualitas pelayanan telah banyak dipaparkan oleh para ahli. Namun, untuk lebih jelas ada beberapa pengertian dan definisi mengenai kualitas pelayanan. Kualitas merupakan suatu keadaan dinamis yang dapat berpengaruh terhadap produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi suatu harapan. Sehingga dapat dijelaskan definisi kualitas layanan dapat diartikan sebagai suatu cara untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen.²³

Menurut Joseph Juran dalam bukunya *Quality Control Handbook*:

“kualitas dapat diartikan sebagai suatu biaya yang dapat dihindari dan yang tidak dapat dihindari. Biaya yang dapat dihindari dalam hal ini misalnya adalah biaya akibat suatu kegagalan produk, biaya tambahan yang dikeluarkan untuk jam kerja buruh karena adanya pekerjaan yang harus dilaksanakan kembali, biaya perbaikan produk yang rusak, biaya tambahan yang harus dikeluarkan untuk suatu proses produk karena adanya keluhan dari pelanggan. Sementara itu, biaya yang tidak dapat dihindari misalnya biaya inspeksi operasional produk, proses dalam pengambilan contoh (sampling), proses dalam penyortiran, dan kegiatan pengawasan kualitas lainnya.”²⁴

Layanan adalah setiap tindakan yang dilakukan atau kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain, yang pada dasarnya tidak

²³Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Ed. 1; Yogyakarta: Andi Offset, 2007), h. 124.

²⁴Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Ed 2; Jakarta: Salemba Empat, 2006), h. 176.

berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pula pada satu produk fisik.²⁵

Lovelock, Wirtz, dan Mussry mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang secara konsisten dapat memenuhi atau melampaui harapan dan kebutuhan pelanggan.²⁶ Definisi lain mengenai kualitas pelayanan menurut Hutt dan Spech kualitas pelayanan adalah suatu pernyataan mengenai tentang sikap, hubungan yang akan dihasilkan dari perbandingan antara harapan yang diinginkan konsumen dengan kinerja yang diberikan perusahaan.²⁷

Berdasarkan pengertian di tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk kegiatan yang dilakukan perusahaan guna untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Pelayanan yang dimaksud disini jasa yang diberikan karyawan atau pemilik berupa kemudahan, kecepatan, kemampuan dan keramahan yang diberikan melalui sikap karyawan dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan pelanggan.

Islam mengajarkan apabila ingin memberikan pelayanan yang baik , maka hendaklah kamu berbicara lemah lembut kepada mereka baik sikap dan sifat,

²⁵Philip Kotler, "Marketing Management: Analysis, Planning, and Control Edisi asli diterbitkan tahun 1976 oleh Pearson Education Inc. Pearson Prentice Hall", di terjemahkan oleh A.B. Susanto dengan judul: *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), h. 83

²⁶C Lovelock, J. Wirtz, & J. Mussry. *Pemasaran Jasa Jilid II. (Terjemahan Dian Wulandari dan Devri Barnadi Putera)*. Jakarta: Erlangga. (Edisi asli diterbitkan tahun 2007 oleh Pearson Education, Inc. Upper Saddle River, New Jersey 2010) h. 154.

²⁷Usmara. *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. (Yogyakarta: Amara Books. 2003) h. 231.

sehingga mereka tidak menjauhkan diri dari lingkungan sekitar.²⁸ Seperti yang dijelaskan dalam Al-Quran surah Ali-Imran/3:159

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

Terjemahnya:

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”²⁹

Berdasarkan penjelasan dari ayat di atas dijelaskan bahwa manusia harus bertutur kata yang lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada didekat kita. Jika dalam pelayanan perusahaan dapat memberikan pelayanan yang lemah lembut maka pelanggan akan merasa nyaman dan merasakan kepuasan atas pelayanan yang telah diberikan sehingga menghasilkan hubungan timbal balik yang dilakukan oleh pelanggan dengan melakukan pembelian secara berulang-ulang.

b. Dimensi Kualitas Pelayanan

²⁸Dewi Sartika, *Faktor-Faktor Kualitas Layanan, Harga Tiket, dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengunjung Permandian Bendungan di Desa Tamboke Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara* (Institut Agama Islam Negeri Palopo) 2017, h. 19.

²⁹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Bandung: Diponegoro, 2010), h. 71.

Menurut Parasuraman terdapat dimensi kualitas pelayanan yaitu:

- 1) *Tangible* (Bukti fisik), merupakan jasa yang dapat dilihat oleh konsumen berupa penampilan fasilitas fisik karyawan, peralatan, dan berbagai komunikasi yang baik, penampilan yang menarik dan terawat pada tempat.
- 2) *Empathy* (empati), merupakan kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan dengan ramah dan menarik, dapat memahami aspirasi konsumen, karyawan berkomunikasi yang baik dan benar serta bersikap dengan penuh simpati kepada konsumen.
- 3) *Assurance* (Jaminan), merupakan suatu kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan pengetahuan yang dimiliki karyawan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen.
- 4) *Responsiveness* (cepat tanggap), merupakan kemampuan karyawan untuk memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada konsumen, dengan penyampaian informasi yang jelas kepada konsumen.
- 5) Keandalan (*reliability*), merupakan kemampuan yang dimiliki perusahaan untuk memberikan pelayanan agar sesuai dengan kinerja yang harus sesuai dengan harapan pelanggan yang dengan ketepatan waktu, pelayanan, yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik kepada konsumen, dan dengan akurasi yang tinggi.³⁰

Konsumen dapat menggunakan dimensi tersebut untuk membentuk penilaian terhadap kualitas pelayanan yang akan menjadi dasar untuk membandingkan antara harapan dengan persepsi terhadap pelayanan. Dimensi

³⁰Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Ed 2; Jakarta: Salemba Empat, 2006), h. 182.

kualitas pelayanan berkaitan dengan strategi yang diciptakan perusahaan agar tidak menimbulkan kesenjangan antara apa yang diberikan perusahaan dengan harapan konsumen.

Konsumen akan selalu berupaya menemukan nilai tertinggi dari produk (jasa) yang tersedia, serta membentuk nilai yang diharapkan dari produk tersebut. Menurut Philip Kotler berdasarkan nilai itulah diukur harapan kepuasan pelanggan. Cara pandang konsumen sering kali akan mengarah pada nilai lebih dari produk dan kinerja pelayanan yang diterimanya, serta membandingkan dengan produk yang lain. Hal ini merupakan sebuah jawaban mengapa konsumen menjatuhkan pilihannya (melakukan tindakan membeli).³¹

c. Faktor-faktor Pendukung Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Faktor-faktor ini sangat berpengaruh penting dalam mewujudkan pelaksanaan pelayanan yang baik terhadap konsumen sebab setiap faktor ini memiliki peran yang berbeda-beda tapi saling berkaitan satu sama lain. Moenir menyatakan bahwa terdapat enam faktor pendukung pelayanan yaitu:

- 1) Faktor kesadaran, yaitu dimana faktor ini yang mengarahkan pada keadaan jiwa seseorang yang merupakan titik temu dari berbagai pertimbangan sehingga diperoleh suatu keyakinan, ketetapan hati, dan keseimbangan jiwa. Dengan adanya kesadaran tersebut maka akan membawa seseorang kepada kesungguhan dalam melaksanakan pekerjaan.

³¹Dita Amanah, *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Majestyk Bakery dan Cake Shop Cabang H.M Yamin Medan, Jurnal Keuangan dan Bisnis*, Universitas Negeri Medan. Vol. 2 nomor 1, Maret 2010, h 180.

2) Faktor aturan merupakan faktor perangkat penting dalam tindakan dan perbuatan seseorang. Dengan adanya aturan ini, maka secara langsung atau tidak langsung seseorang akan memiliki pertimbangan dan menentukan langkah selanjutnya. Pertimbangan pertama sebagai subyek aturan yang ditunjukkan oleh hal-hal penting, yaitu kewenangan, pengetahuan dan pengalaman, kemampuan bahasa, pemahaman pelaksanaan, disiplin dan melaksanakan aturan, serta disiplin waktu dan disiplin kerja.

3) Faktor organisasi, yaitu faktor yang tidak hanya terdiri dari susunan organisasi tetapi lebih banyak pada pengaturan mekanisme kerja yang telah ditetapkan perusahaan. Oleh karena itu, dalam suatu organisasi perlu adanya sarana pendukung berupa sistem, prosedur, dan metode untuk memperlancar mekanisme kerja dalam suatu perusahaan.

4) Faktor pendapatan, yaitu pendapatan yang akan diterima oleh seseorang merupakan imbalan atas tenaga dan pikiran yang telah dicurahkan. Pendapatan ini berbentuk uang, aturan atau fasilitas dalam waktu tertentu.

5) Faktor kemampuan, yaitu kemampuan yang diukur disini untuk mengetahui sejauh mana pegawai dapat melakukan pekerjaannya sehingga menghasilkan barang atau jasa sesuai apa yang diharapkan konsumen.

6) Faktor sarana pelayanan, yaitu segala jenis peralatan, perlengkapan, dan fasilitas yang memiliki fungsi sebagai alat pendukung utama dalam mempercepat pelaksanaan penyelesaian pekerjaan pegawai. Adapun fungsi sarana pelayanan antara lain sebagai berikut:

a) Mempercepat proses pelaksanaan pekerjaan untuk menghemat waktu.

- b) Meningkatkan produktivitas barang atau jasa.
- c) Ketetapan sarana yang baik dan terjamin.
- d) Memberikan rasa nyaman bagi orang yang berkepentingan.
- e) Memberikan perasaan puas kepada orang-orang yang bekerja sehingga dapat mengurani sifat emosional.³²

Kualitas pelayanan berfungsi untuk memberikan kepuasan yang lebih maksimal kepada pelanggan sehingga dalam rangka memberikan pelayanan harus sesuai dengan fungsi kualitas pelayanan. Perusahaan pada umumnya memberikan pelayanan yang baik dengan tujuan agar konsumen merasakan adanya kepuasan dan berdampak bagi perusahaan yakni mendapatkan laba maksimum. Hadits Rasulullah saw. mengenai pelayanan yang baik yaitu sebagai berikut:

حَدَّثَنَا أَبُو بَكْرِ بْنُ أَبِي شَيْبَةَ وَأَبُو عَامِرٍ الْأَسْعَرِيُّ وَابْنُ نُمَيْرٍ وَأَبُو كُرَيْبٍ كُلُّهُمْ عَنْ أَبِي أُسَامَةَ قَالَ أَبُو عَامِرٍ حَدَّثَنَا أَبُو أُسَامَةَ حَدَّثَنَا بُرَيْدٌ عَنْ جَدِّهِ أَبِي بُرْدَةَ عَنْ أَبِي مُوسَى عَنْ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ إِنَّ الْخَازِنَ الْمُسْلِمَ الْأَمِينَ الَّذِي يُنْفِدُ وَرُبَّمَا قَالَ يُعْطِي مَا أُمِرَ بِهِ فَيُعْطِيهِ كَامِلًا مُؤَفَّرًا طَيِّبَةً بِهِ نَفْسُهُ فَيَدْفَعُهُ إِلَى الَّذِي أُمِرَ لَهُ بِهِ أَحَدُ الْمُتَصَدِّقِينَ

Terjemahnya:

“Telah menceritakan kepada kami Abu Bakar bin Abi Syaibah dan Abu Amir Al Asy’ari dan Ibnu Numair dan Abu Kuraib semuanya dari Abu Usamah-Abu Amir berkata telah menceritakan kepada kami Buraid dari

³²A. S. Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. (Jakarta: Bumi Aksara.2002) h. 88.

kakeknya Abu Burdah, dari Abu Musa dari Nabi shallallahu ‘alaihi wasallam, beliau bersabda: seorang bendahara muslim yang melaksanakan tugasnya dengan jujur, dan membayar sedekah kepada orang yang diperintahkannya oleh majikannya secara sempurna, dengan segera dan dengan dengan pelayanan yang baik, maka ia mendapat pahala yang sama seperti orang yang bersedekah.” (HR. Muslim No. 1699).³³

d. Prinsip-prinsip Pelayanan dalam Islam

Ada beberapa prinsip-prinsip pelayanan dalam islam yaitu:

- a) Shidiq adalah benar dan jujur. Larangan berbohong, menipu, mengurangi takaran timbangan dan mempermainkan kualitas dalam melakukan transaksi bisnis. Sebuah perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada setiap karyawan yang terlibat dalam setiap kegiatan perusahaan. Sesuai dengan firman Allah swt. dalam Al-Qur’an surah Al-Anfal/8:58

وَأِمَّا تَخَافَنَّ مِنْ قَوْمٍ خِيَانَةً فَانْبِذْ إِلَيْهِمْ عَلَى سَوَاءٍ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْخَائِنِينَ ٥٨

Terjemahnya:

“Dan jika kamu khawatir akan (terjadinya) pengkhianatan dari suatu golongan, maka kembalilah perjanjian itu kepada mereka dengan cara yang jujur. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berkhianat”.³⁴

Berdusta dalam melakukan perdagangan sangat dikecam dalam islam, penjual dan pembeli bebas memilih untuk bersikap benar dengan kekurangan barang dagangan yang diperjual belikan maka akan mendapatkan berkah dalam dalam transaksi jual beli. Namun jika keduanya saling menutupi kekurangan barang dagangan atau berbohong untuk mendapatkan keuntungan, maka hilanglah

³³Kitab 9 Imam Hadits, Muslim no. 1699

³⁴Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Bandung: Diponegoro,2010), h. 184.

berkah dalam transaksi jual beli itu. Sesuai dengan firman Allah swt. dalam Al-Qur'an surah At-Taubat/9:42

لَوْ كَانَ عَرَضًا قَرِيبًا وَسَفَرًا قَاصِدًا لَاتَّبَعُوكَ وَلَكِنْ بَعَدَتْ عَلَيْهِمُ السُّقُوتُ وَسَيَحْلِفُونَ بِاللَّهِ لَوْ
أَسْتَطَعْنَا لَخَرَجْنَا مَعَكُمْ يُهْلِكُونَ أَنْفُسَهُمْ وَاللَّهُ يَعْلَمُ إِنَّهُمْ لَكَاذِبُونَ ٤٢

Terjemahmya:

“Kalau yang kamu serukan kepada mereka itu keuntungan yang mudah diperoleh dan perjalanan yang tidak seberapa jauh, pastilah mereka mengikutimu, tetapi tempat yang dituju itu amat jauh terasa oleh mereka. Mereka akan bersumpah dengan (nama) Allah: "Jikalau kami sanggup tentulah kami berangkat bersama-samamu". Mereka membinasakan diri mereka sendiri dan Allah mengetahui bahwa sesungguhnya mereka benar-benar orang-orang yang berdusta”.³⁵

Dari kedua ayat di atas dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan kegiatan jual beli atau perdagangan hendaklah dengan jujur dan berkata benar sesuai dengan keadaan yang sebenarnya untuk mendapatkan berkah dalam melakukan kegiatan transaksi jual beli.

- b) Berani dan percaya diri mencerminkan kemampuan untuk berusaha mencari dan menemukan peluang usaha yang baru. Hal ini hanya dapat dilakukan oleh pembisnis yang memiliki kepercayaan diri dan keberanian yang tinggi untuk berbuat dan sekaligus menanggung segala resiko yang mungkin akan terjadi.
- c) Amanah dan fathonah yang sudah sering diterjemahkan dalam nilai-nilai bisnis dan manajemen yaitu dapat dipercaya, bertanggung jawab, transparan, manajer yang cerdas, sadar produk dan jasa.

³⁵Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Bandung: Diponegoro, 2010), h. 194.

d) Tabliq yaitu kemampuan berkomunikasi dengan baik yang menjadi acuan disini yaitu karyawan harus cerdas, mampu kerja tim, cepat tanggap dan mampu menyelesaikan tugasnya dengan baik.³⁶

Dalam syariat islam mengajarkan kepada umat muslim untuk menikmati makanan yang Halal Toyyiban yakni halal makanan itu sendiri serta halal cara mendapatkannya, serta toyyiban yang artinya baik atau tidak mudarat terhadap yang mengkonsumsinya setelah memilih makanan yang halal dan tidak membahayakan diri sendiri.³⁷

Dalam islam etika bisnis harus senantiasa mematuhi syariat islam dan berpegang teguh pada ketentuan syariat sebagai kendali dalam bisnis dengan mempunyai beberapa tujuan yaitu:

- a) Target Hasil merupakan hal biasa berupa keuntungan materi maupun keuntungan non materi. Paling tidak dengan berlandaskan pada syariat dan menjadikan pijakan dalam menjalankan bisnis, maka keuntungan yang akan diperoleh semakin banyak dan tentunya dalam proses yang dijalankan sesuai dengan aturan perbisnisan.
- b) Pertumbuhan akan semakin meningkat, hal ini dimaksud agar bisnis yang dijalankan tidak hanya sekedar untuk mengembalikan modal dan mencari keuntungan semata saja. Akan tetapi hal ini bertujuan agar kedepannya lagi dapat mengembangkan bisnis islami tersebut lebih maju dan berkembang lagi.

³⁶Musrina, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Rumah Makan Sari Laut di Kota Palopo* (Institut Agama Islam Negeri Palopo) 2017, h. 19-20.

³⁷Yusuf, Qardawi, *Halal dan Haram dalam Islam*, (cet; Surabaya: PT. Bina Ilmu, 2007).

c) Keberlangsungan, yang dimaksud keberlangsungan yakni menjalankan suatu bisnis bukan hanya sekedar mendapatkan keuntungan saja itu akan selesai. Lebih dari itu, dengan menjalankan bisnis juga bertujuan agar semakin meningkatkan kualitas bisnisnya sehingga bisnis yang dikelola dapat bertahan dalam waktu yang lama.

d) Akan mendapatkan keberkahan dan keridhaan Allah, poin ini merupakan puncak penting bagi bisnis yang dijalankan. Tanpa ada keberkahan dan keridhaan itu, maka keuntungan yang diperoleh baik secara materi maupun yang lain, peningkatan bisnis, eksistensi yang sangat kuat tidak akan ada nilainya ketika tidak mendapat keberkahan dan ridhaan Allah swt.³⁸

Tujuan bisnis diatas merupakan tuntunan dalam menjalankan sebuah bisnis sesuai dengan syariat islam untuk mendapatkan keuntungan dengan keridhaan Allah swt. dalam menjalankan bisnis islam.

3. Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Keseluruhan dalam kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan pada akhirnya kegiatan tersebut akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang telah dirasakannya. Menurut Jahanshahi *etal* kepuasan pelanggan adalah hasil dari persepsi pelanggan yang diterima dalam

³⁸Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, (Semarang: Walisongo Press, 2009) h. 85-86

suatu transaksi atau hubungan, di mana persepsi kualitas pelayanan memiliki nilai yang sesuai dengan harga dan biaya yang dikeluarkan oleh konsumen.³⁹

Menurut Tjiptono dan Anantasia akan tercipta kepuasan pelanggan dengan memberikan manfaat yang diharapkan, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dengan pelanggan yang akan menjadi harmonis, akan menjadikan dasar bagi pembelian ulang yang dilakukan konsumen serta terciptanya loyalitas pelanggan.⁴⁰

Pada era globalisasi saat ini, perusahaan perlu menyadari pentingnya faktor pelanggan. Oleh karena itu, dalam mengukur tingkat kepuasan para pelanggan sangatlah dibutuhkan, walaupun dalam hal tersebut tidaklah mudah. Menurut Fornell tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dapat menambah loyalitas pelanggan dan akan mencegah terjadinya suatu perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga yang mahal, mengurangi biaya kegagalan dalam pemasaran dan pembuatan, mengurangi tambahan biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, dapat meningkatkan efektivitas dalam penyebaran iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis yang baik.⁴¹

Mowen dan Minor mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai keseluruhan dari sikap yang telah ditunjukkan oleh konsumen dengan

³⁹Imam Santoso, *Peran Kualitas Produk dan Layanan, Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji terhadap Keputusan Pembelian dan Keputusan Konsumen*, *Jurnal Manajemen Teknologi*, Universitas Brawijaya, Malang, Vol. 15, No. 1, 2016, h. 98.

⁴⁰Dita Amanah, *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Majestyk Bakery & Cake Shop Cabang H.M. Yamin Medan*, *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, Universitas Negeri Medan, Medan, Volume 2, No. 1, Maret 2010, h. 80.

⁴¹Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Ed 2; Jakarta: Salemba Empat, 2006), h.192.

memberikan penilaian setelah memperoleh dan mengkonsumsi barang atau jasa suatu perusahaan.⁴²

Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa senang dengan produk dan akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa. Bahkan pelanggan yang puas, akan berbagi rasa dan pengalaman pula dengan pelanggan lain, hal ini akan menjadi referensi penting bagi perusahaan yang bersangkutan. Oleh karena itu, baik dari pelanggan maupun produsen, akan sama-sama mendapatkan keuntungan apabila kepuasan terjadi. Dengan melihat hubungan yang terjadi tersebut, sudah jelas bahwa kepuasan pelanggan haruslah menjadi dari salah satu tujuan dari setiap perusahaan.

Suatu hal yang harus dicatat dalam kepuasan pelanggan adalah hasil dari keseluruhan akumulasi dari konsumen dalam menggunakan produk dan jasa yang disediakan. Oleh karena itu, setiap transaksi yang ada atau pengalaman baru, akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, kepuasan pelanggan mempunyai dimensi waktu yang harus diperhatikan karena hasil akumulasi. Karena dengan hal itu, siapa pun yang terlibat dalam urusan kepuasan pelanggan, maka telah melibatkan dirinya dalam suatu urusan jangka panjang. Upaya memuaskan pelanggan adalah pengalaman panjang yang diberikan untuk memenuhi harapan pelanggan yang tidak mengenal batas akhir.⁴³

⁴²J. C. Mowen, & M. Minor. *Perilaku Konsumen Jilid I*. (Terjemahan Lina Salim). Jakarta: Erlangga. (Edisi asli diterbitkan tahun 2001 oleh Harcourt College Publisher), 2002, h. 89.

⁴³Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Cet. 1; Jakarta: PT Elex Media Komputindo, t.th), h. 3

Karyawan perlu diyakinkan terus-menerus setiap hari, bahwa menjaga kepuasan pelanggan adalah bak menabur benih yang sehat. Perusahaan akan menuai laba pada saatnya. Laba diperoleh dari pelanggan yang akan merasa puas dengan siap membayar dengan harga premium, biaya promosi jauh lebih murah dengan adanya promosi dari mulut ke mulut oleh pelanggan yang merasa puas, dan lebih efisien dalam biaya operasi bagi pengusaha.

Menurut Tjiptono dan Anantasia dengan terciptanya kepuasan pelanggan akan memberikan berbagai manfaat yang ada, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dengan pelanggan akan menjadi harmonis, akan menjadi dasar bagi pembelian ulang konsumen serta terciptanya loyalitas pelanggan.⁴⁴ Sedangkan menurut Tjiptono & Diana dengan kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya yaitu sebagai berikut:

- 1) Hubungan antara perusahaan dengan konsumen akan lebih menjadi harmonis.
- 2) Menjadikan dasar yang baik bagi pembelian ulang.
- 3) Dapatkan mendorong terciptanya loyalitas konsumen.
- 4) Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang akan menguntungkan bagi perusahaan dengan meningkatkan laba. Promosi dari mulut ke mulut ini akan mengurangi biaya promosi sehingga perusahaan dapat akan meminimalkan biaya-biaya dalam produksi.⁴⁵

⁴⁴Fandy Tjiptono, dan Anantasia. *Total Quality Management*. (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2006) h. 102.

⁴⁵Fandy Tjiptono, & A. Diana. *Total Quality Management (TQM)*. Yogyakarta: Andi, 2003, h. 102.

b. Indikator Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan memiliki beberapa indikator kepuasan konsumen yaitu:

- a) Kesesuaian harapan yakni indikator tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh konsumen dengan yang apa yang dirasakan oleh konsumen.
- b) Pembelian ulang yaitu kesediaan para konsumen untuk melakukan kunjungan kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait dengan mudahnya ditemukan atau didapatkan adanya rasa puas.
- d) Kesediaan untuk merekomendasi yakni kesediaan para konsumen secara sukarela untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakan kepada temannya atau keluarga, sehingga terjadi suatu kegiatan promosi dari mulut ke mulut sehingga teman atau keluarga tertarik untuk melakukan pembelian di perusahaan tersebut.⁴⁶

c. Faktor-faktor yang Memengaruhi Kepuasan Konsumen

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapan pelanggan terpenuhi atau melebihi yang diharapkan pelanggan. Menurut Zeithaml kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh persepsi konsumen atas kualitas pelayanan, harga, faktor situasional, dan faktor personal. Kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh kualitas produk yang diberikan perusahaan kepada para

⁴⁶Dita Dwi Wahyuni, *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Bakso Sakinah Khas Malang Kecamatan Ngacar Kabupaten Kediri, Artikel Skripsi*, Universitas Nusantara PGRI Kediri. 2016, h. 9.

konsumen dalam proses pemberian produk atau jasa.⁴⁷ Faktor-faktor yang mendorong kepuasan konsumen yaitu:

- 1) Kualitas produk yaitu pelanggan akan merasa puas jika setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produk yang diberikan tersebut baik.
- 2) Harga yaitu bagi pelanggan hal yang sensitive biasanya bila harga murah adalah sumber kepuasan yang sangat penting karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.
- 3) *Service quality* dalam hal ini sangat tergantung pada tiga hal yang ada yaitu system, teknologi dan manusia.
- 4) *Emotional factor* yakni adanya rasa bangga, rasa percaya diri, symbol sukses, sebagian dari kelompok orang penting karena telah menggunakan barang yang mahal merupakan yang akan mendasari merasakan kepuasan pelanggan.
- 5) Kemudahan yaitu pelanggan akan semakin merasa puas apabila relative mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan yang sangat cepat.⁴⁸

d. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Perusahaan harus menggunakan beberapa metode untuk mengukur kepuasan konsumen agar dapat memperoleh konsumen yang melakukan

⁴⁷Daryanto, & I. Setyobudi. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. (Yogyakarta: Gava Media, 2014) h. 90.

⁴⁸Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Cet. 1; Jakarta: PT Elex Media Komputindo, t.th), h. 37-39.

pembelian secara berulang. Menurut Kotler, et al. mengidentifikasi empat metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen yaitu:

1) Sistem Keluhan dan Saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan atau konsumen (*customer-oriented*) perlu kiranya memberikan kesempatan dan akses yang mudah bagi para pelanggan atau konsumennya yang ingin menyampaikan kritik, saran, pendapat, dan keluhan mereka terhadap perusahaan. Media saran atau keluhan yang digunakan dapat berupa kotak saran, kartu komentar, saluran telepon khusus bebas pulsa, dan lain-lain.

2) *Ghost Shopping*

Metode ini dilakukan dengan mempekerjakan beberapa orang dari perusahaan (*ghost shopper*) untuk berpura-pura sebagai pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Hal ini dilakukan agar perusahaan dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan produk serta bagaimana sikap karyawan dalam melayani konsumen jika dibandingkan dengan pesaingnya, sehingga perusahaan dapat menjadi lebih baik lagi.

3) *Lost Customer Analysis*

Perusahaan akan menghubungi para konsumen yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih perusahaan lain. Dengan metode ini perusahaan dapat memahami mengapa konsumen berhenti atau beralih dari produk perusahaan, sehingga perusahaan dapat mengambil beberapa kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya untuk mendapatkan pelanggannya kembali.

4) Survei Kepuasan Pelanggan

Metode yang sering digunakan dalam mengukur kepuasan konsumen adalah survei. Dengan melalui survei ini, perusahaan akan memperoleh tanggapan konsumen terhadap apa yang telah diperolehnya dengan adanya umpan balik secara langsung dari konsumen, dengan demikian perusahaan akan memberikan kesan yang baik bahwa perusahaan memberi perhatian kepada para pelanggan atau konsumen.⁴⁹

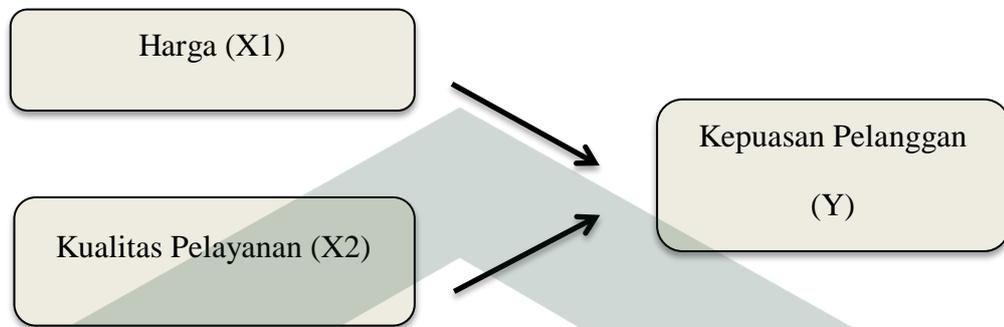
C. Kerangka Pikir

Kepuasan adalah salah satu dari tujuan dari sebuah perusahaan dimana adanya rasa senang terhadap sesuatu yang telah diberikan perusahaan kepada pelanggan yang mengakibatkan adanya keinginan yang berulang untuk kembali datang membeli produk perusahaan. Kepuasan juga perbandingan antara harapan sebelum membeli dan mengkonsumsi barang atau jasa dengan kenyataan yang dirasakan setelah membeli dan mengkonsumsi barang atau jasa tersebut. Apabila barang yang dirasakan oleh konsumen sesuai dengan harapan, maka konsumen tersebut akan merasa puas, dengan demikian tercapai kepuasan konsumen yang akan mempertahankan konsumen.

Penelitian ini terdiri dari satu variabel terikat yaitu kepuasan konsumen dan dua variabel bebas yaitu harga, dan kualitas pelayanan. Kerangka pikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁴⁹Fandy Tjiptono, & A. Diana. *Total Quality Management (TQM)*. Yogyakarta: Andi, 2003) h. 104-105.

Kerangka Pikir : Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan
Pelanggan Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan
Sabbang



Gambar 2.1. Model Kerangka Pikir

Keterangan:

Dari model kerangka pikir di atas dapat dilihat bahwa terdapat dua variabel yaitu:

1. Variabel Independen (Bebas)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat, yang termasuk variabel bebas adalah harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2).

2. Variabel Dependen (Terikat)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas, dalam hal ini adalah kepuasan pelanggan (Y).

D. Hipotesis

Dalam penelitian ini hipotesis adalah suatu dugaan sementara peneliti yang perlu di cari kebenaran yang mana dugaan itu mungkin benar dan mungkin salah, dengan cara mencari jawaban melalui penelitian yang dilakukan sebelum

mengungkapkan hipotesis penelitian. Peneliti harus merangkum kembali teori yang ada dan dapat di dukung oleh hasil penelitian empiris.

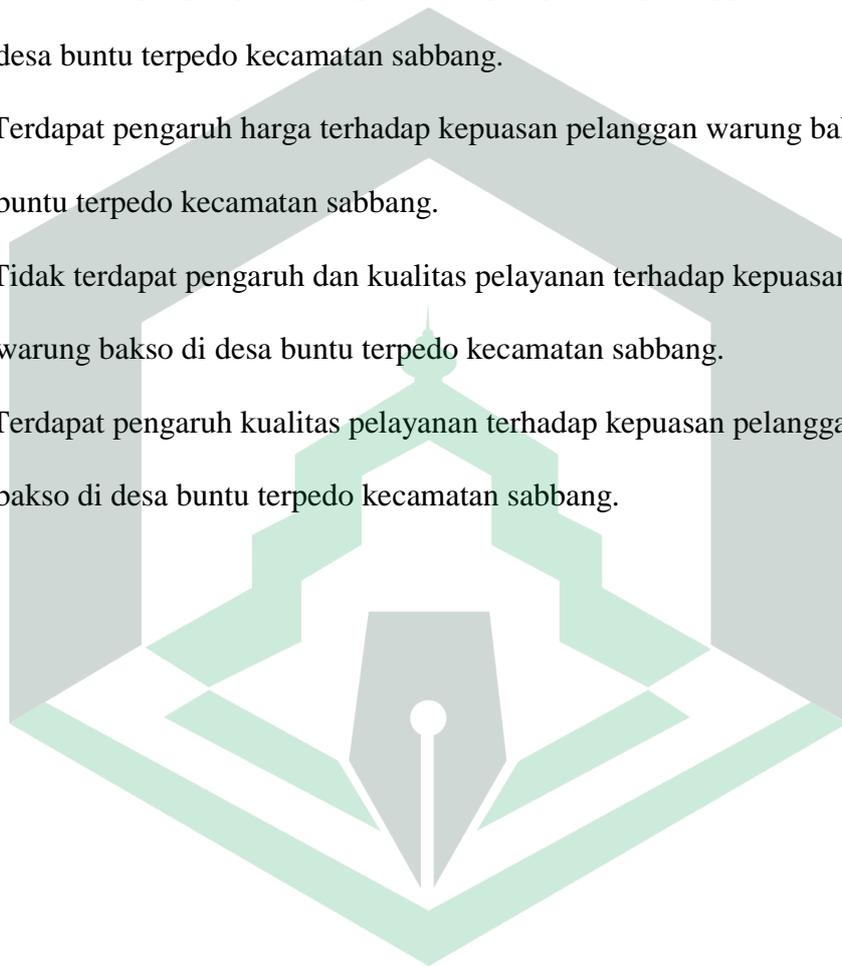
Berdasarkan kerangka pikir di atas, maka peneliti merumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₀ : Tidak terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan warung bakso di desa buntu terpedo kecamatan sabbang.

H₁ : Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan warung bakso di desa buntu terpedo kecamatan sabbang.

H₀ : Tidak terdapat pengaruh dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan warung bakso di desa buntu terpedo kecamatan sabbang.

H₁ : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan warung bakso di desa buntu terpedo kecamatan sabbang.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan teknik deskriptif. Teknik deskriptif adalah suatu metode pendekatan penelitian yang digunakan untuk menggambarkan data atau semua objek dan subjek yang selanjutnya akan dilakukan analisis dan dibandingkan dengan kenyataan yang sedang berlangsung pada saat ini, kemudian memberikan solusi untuk memecahkan masalah sehingga dapat memberikan informasi yang mutakhir yang bermanfaat diterapkan untuk berbagai masalah. Secara singkat pendekatan deskriptif merupakan kegiatan yang hendak menggambarkan atau mencoba melihat peristiwa suatu gejala secara sistematis dengan penyusunan yang akurat.⁵⁰

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Arikunto penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan angka-angka, mulai dari pengumpulan data sampai penafsiran terhadap data tersebut, dan akhirnya penampilan dari hasilnya penelitian.⁵¹ Peneliti menggunakan penelitian kuantitatif dengan menyebarkan angket kepada pelanggan di warung bakso di desa buntu terpedo kecamatan sabbang. Selanjutnya hasil sebaran angket yang

⁵⁰Supardi. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. (Yogyakarta: UII Press, 2005) h. 28.

⁵¹S. Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2006) h. 12.

dilakukan diperoleh data, data tersebut diproses dengan cara memberi simbol angka untuk selanjutnya diolah dengan menggunakan SPSS versi-20.

B. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini penulis akan melakukan penelitian di warung bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang Kabupaten Luwu Utara. Penulis melakukan penelitian pada bulan Maret 2019.

C. Populasi

Menurut Arikunto populasi merupakan keseluruhan subjek yang digunakan dalam penelitian.⁵² Sedangkan menurut Sugiyono populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang telah memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang sudah terlebih dahulu ditetapkan oleh peneliti untuk kemudian dipelajari dan ditarik kesimpulannya.⁵³ Oleh karena itu, penulis akan menarik kesimpulan bahwa populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan pelanggan atau konsumen yang sedang membeli atau yang pernah membeli di warung bakso di desa buntu terpedo kecamatan sabbang.

D. Sampel

Sampel adalah bagian perwakilan dari jumlah dan karakteristik populasi. Jika sampel dalam jumlah besar atau banyak maka peneliti tidak akan mempelajari seluruh anggota dari populasi karena adanya keterbatasan dana,

⁵²S. Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2006) h. 130.

⁵³Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. (Bandung: Alfabeta, 2015) h. 80.

tenaga dan waktu, maka peneliti hanya mengambil sampel yang sesuai dengan kriteria pengambilan sampel.⁵⁴ Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat di sekitar Desa Buntu Terpedo yang pernah datang di warung bakso di desa buntu terpedo kecamatan sabbang dan pelanggan yang datang berkunjung.⁵⁵

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, dimana *purpose sampling* adalah teknik *non probability sampling* yang kualitasnya lebih tinggi dan pengembangan atau penyempurnaan dari metode sebelumnya. Teknik *purposive sampling* ini peneliti telah membuat kisi-kisi atau batasan berdasarkan subjek yang akan dijadikan sampel penelitian.⁵⁶ Dengan demikian tidak semua dari sampel memiliki kesempatan untuk menjadi sampel penelitian, berikut ini kriteria dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu:

1. Responden minimal usia 10 tahun dan maksimal usia 35 tahun.
2. Responden harus mampu membaca dan menulis sehingga dapat mengisi dengan baik kuesioner yang dibagikan.
3. Responden yang tergolong konsumen lama dan konsumen baru yang membeli bakso di desa buntu terpedo kecamatan sabbang.

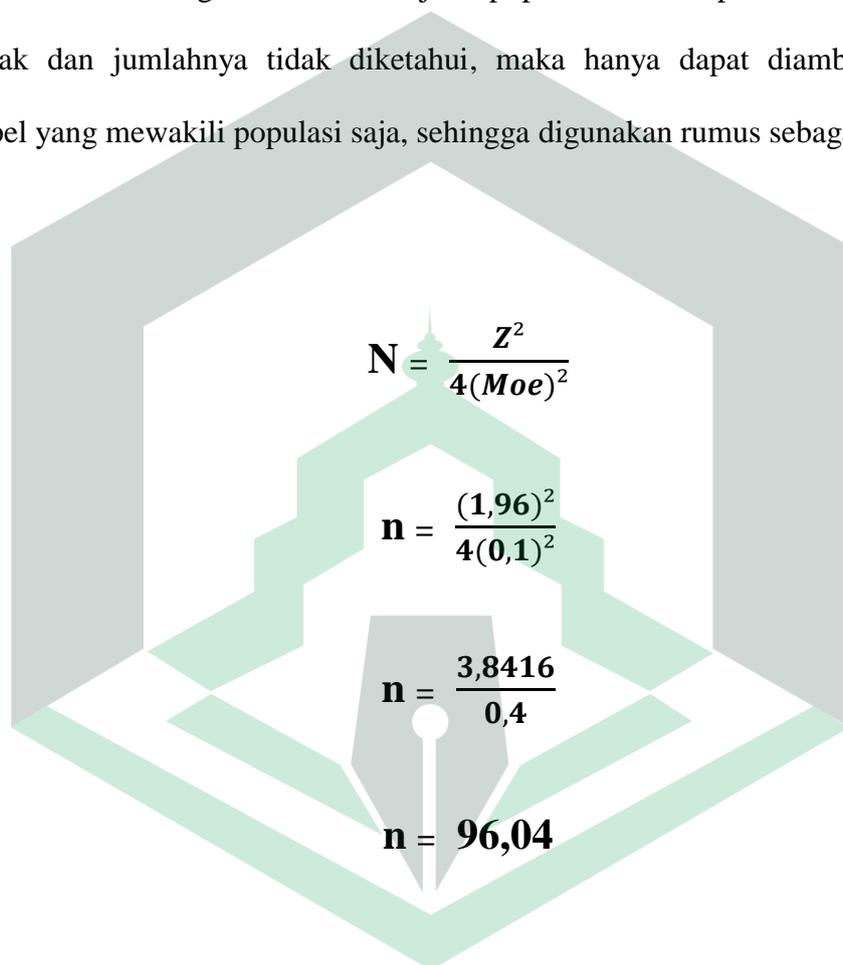
⁵⁴Supardi. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. (Yogyakarta: UII Press, 2005) h. 120.

⁵⁵Albertus Ferry Rostya Adi, *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Waroeng Spesial Sambal cabang Lampersari Semarang)*, Universitas Diponegoro Semarang, 2012, h. 66. <https://docplayer.info/177180-Analisis-pengaruh-harga-kualitas-produk-dan-kualitas-layanan-terhadap-kepuasan-pelanggan.html> (diakses pada tanggal 13 juni 2019, pukul 20:30 pm)

⁵⁶Supardi. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. (Yogyakarta: UII Press, 2005) h. 115.

pengambilan sampel dengan melakukan pertimbangan tertentu untuk mendeskripsikan suatu gejala atau masalah tertentu,⁵⁷ dengan kriteria bahwa konsumen yang dijadikan sampel penelitian adalah masyarakat desa buntu torpedo yang datang membeli di warung bakso di desa buntu torpedo kecamatan sabbang.

Utomo mengatakan bahwa jika populasi dalam penelitian itu sangat banyak dan jumlahnya tidak diketahui, maka hanya dapat diambil beberapa sampel yang mewakili populasi saja, sehingga digunakan rumus sebagai berikut:


$$\mathbf{N} = \frac{\mathbf{Z}^2}{4(\mathbf{Moe})^2}$$
$$\mathbf{n} = \frac{(1,96)^2}{4(0,1)^2}$$
$$\mathbf{n} = \frac{3,8416}{0,4}$$
$$\mathbf{n} = \mathbf{96,04}$$

keterangan:

Z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel penelitian ini, dengan tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95% atau

$$Z = 1,96$$

⁵⁷Koentoraningrat, *Metode-metode Penelitian*, (Edisi ketiga, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1997), h. 89.

Moe = Margin Of Error atau kesalahan maksimum yang dapat ditoleransi adalah sebesar 10% = 0,1

N = Besarnya sampel⁵⁸

Berdasarkan penghitungan di atas, maka sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 96 responden. Guna melengkapi dan menyempurnakan penelitian ini, maka peneliti mengambil sampel sebanyak 100 orang pelanggan warung bakso di desa buntu terpedo kecamatan sabbang.

E. Sumber Data

1. Data primer

Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh dari wawancara dan kuesioner yang dibagikan sebanyak mungkin kepada pelanggan bakso di desa buntu terpedo kecamatan sabbang tentang pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini data primer berupa jawaban dari responden berupa kuesioner yang diajukan oleh peneliti, dan kemudian data primer tersebut akan dipakai sebagai data input untuk penelitian.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media cetak seperti buku, dan keterangan lain yang berhubungan dengan

⁵⁸ Slamet Pujo Utomo, *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Pelanggan Indosat di FEB, Fakultas Hukum, Fakultas Teknik, dan FISIP) Universitas Diponegoro Semarang*, 2014, h. 46-47. eprints.undip.ac.id/42848/1/UTOMO.pdf (diakses pada tanggal 16 juni 2019, pukul 01:00 pm).

pokok penelitian, seperti gambaran umum perusahaan serta jumlah penjualan.⁵⁹ Dalam penelitian ini data sekunder berupa studi kepustakaan, jurnal, thesis, skripsi, literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian ini, dan informasi lain yang diambil melalui sistem *on-line* dan *off-line*.

F. Variabel Penelitian

Arikunto telah menjelaskan bahwa variabel merupakan objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian penelitian.⁶⁰ Sedangkan menurut Sugiyono variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari seseorang, obyek memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.⁶¹ Variabel penelitian terbagi menjadi dua yaitu variabel independen atau variabel bebas dan variabel dependen atau variabel terikat yang diuraikan sebagai berikut:

1. Variabel Independen atau variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah harga yang dilambangkan dengan X1 dan kualitas pelayanan yang dilambangkan dengan X2.
2. Variabel Dependen atau variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan yang dilambangkan dengan Y.

⁵⁹Nova dhita kurniasari, *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian*, (Universitas di Ponegoro Semarang 2013) hal. 65

⁶⁰S Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006, h. 118.

⁶¹Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2015, h. 38.

G. Pengukuran Variabel Penelitian

Pengukuran variabel penelitian merupakan kesepakatan yang telah menjadi acuan bagi penulis untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga bila digunakan akan dapat menghasilkan data kuantitatif. Skala Pengukuran yang digunakan untuk semua indikator pada masing-masing variabel dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert*. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variable dalam penelitian. Indikator tersebut kemudian dijadikan sebagai pedoman peneliti untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrument tersebut menggunakan skala *Likert* memiliki gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif.⁶² Berikut adalah tabel yang menggambarkan skor pada setiap skala *Likert* tersebut:

Alternatif Jawaban	Skor untuk Pernyataan	
	Positif	Negatif
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Netral (N)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Tabel 3.1. Skor Alternatif Jawaban

⁶²Rina Sukmawati, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Garden Café Koperasi Mahasiswa*, Universitas Negeri Yogyakarta, 2017, h. 87. https://eprints.uny.ac.id/54015/1/Rina%20Sukmawati_13804241063_Skripsi.pdf (diakses pada tanggal 16 juni 2019, pukul 03:00 pm).

H. Teknik pengumpulan data

Teknik yang digunakan pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu metode angket dan dokumentasi. Penjelasan mengenai metode angket dan dokumentasi yaitu sebagai berikut:

1. Metode angket atau kuesioner yaitu pengumpulan data yang disajikan dengan pertanyaan kepada pelanggan terkait harga dan kualitas pelayanan yang diterima sehingga pelanggan dapat memberikan jawaban atas pertanyaan yang diberikan secara tertulis. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup, yakni kuesioner yang sudah disediakan alternatif jawaban sehingga responden hanya memberi tanda pada jawaban yang telah dipilih. Metode angket atau kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk mengambil data mengenai harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen di warung bakso di desa buntu terpedo kecamatan sabbang.
2. Teknik dokumentasi merupakan metode untuk mengumpulkan data dengan mencari data atau informasi melalui media cetak maupun media elektronik. Teknik dokumentasi dalam penelitian ini hanya digunakan peneliti sebagai teknik pengumpul data pelengkap.⁶³

⁶³Rina Sukmawati, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Garden Café Koperasi Mahasiswa*, Universitas Negeri Yogyakarta, 2017, h. 86-87. https://eprints.uny.ac.id/54015/1/Rina%20Sukmawati_13804241063_Skripsi.pdf (diakses pada tanggal 16 juni 2019, pukul 03:00 pm).

I. Pengujian Data

Sebelum dilakukan menganalisis data dalam penelitian ini, terlebih dahulu dilakukan pengujian data dan uji prasyarat analisis.. Pengujian data dilakukan untuk mengetahui kelayakan suatu data untuk dianalisis.

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas yaitu sebagai berikut:

a) Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan atau pernyataan pada kuisioner penelitian yang telah dibuat ada yang harus dihilangkan atau diganti karena dianggap tidak relevan. Uji validitas juga sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu *item* dalam kuisioner, apakah *item* pada kuisioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur. Dalam mengetahui uji validitas, dapat menggunakan korelasi *bivariate pearson* atau *product moment* jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen atau *item* pernyataan tersebut berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid). Namun jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen atau *item* pernyataan tersebut tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrument yang telah dibuat tersebut, dalam hal yang dimaksud disini yakni kuisioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama. Uji reliabilitas untuk alternatif jawaban responden lebih dari dua menggunakan uji *cronbach's alpha*,

yang nilainya akan dibandingkan dengan nilai koefisien reliabilitas minimal yang dapat diterima. Reliabilitas kurang dari 0.6 adalah kurang baik, sedangkan 0.7 yang dapat diterima, dan lebih dari 0.8 adalah baik. Jika nilai *cronbach's alpha* > 0.6, maka instrumen penelitian reliabel. Jika nilai *cronbach's alpha* < 0.6, maka instrumen penelitian tidak reliabel.

Setelah data dilakukan uji validitas dan reliabilitas kemudian dilakukan uji prasyarat analisis. Uji prasyarat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji asumsi klasik sebagai berikut:

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kondisi data yang telah dipergunakan dalam penelitian. Uji asumsi klasik tersebut dilakukan agar diperoleh model analisis yang tepat.⁶⁴ Uji asumsi klasik terdiri dari empat bagian yaitu:

a) Uji normalitas

Uji normalitas data untuk menguji dalam model regresi yang dilakukan datanya normal. Terdapat dua metode yang digunakan dalam uji normalitas yaitu pertama metode grafik yakni dengan distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual yang akan kemudian dibandingkan dengan garis diagonal. Jika data yang ada menyebar disekitar garis diagonal, maka dapat disimpulkan model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data

⁶⁴Nova Dhita Kurniasari, *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Waroeng Steak & Shake Cabang Jl. Sriwijaya 11 Semarang)*, Universitas Diponegoro Semarang, 2013, h. 70. eprints.undip.ac.id/39200/1/KURNIASARI.pdf (diakses pada tanggal 13 juni 2019 pukul 21:00 pm)

menyebar jauh dari diagonal atau mengikuti garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi suatu asumsi normalitas. Dan kedua yaitu metode statistic yang dapat dilihat pada nilai signifikan yang lebih besar dari 0.05 maka data normal.

b) Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi yang sangat kuat atau sempurna antar sesama variabel bebas yakni variabel harga dan kualitas pelayanan. Hasil yang diharapkan dalam pengujian adalah tidak akan terjadinya korelasi antar variabel independen. Peneliti menggunakan analisa korelasi antar variabel independen ini dengan melihat nilai *Tolerance* yang lebih besar dari 0,05 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih kecil dari 10 maka tidak akan terjadi multikolinearitas sesuai yang di harapkan.

c) Uji heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah data dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan *varians* dari *residual* dari satu pengamatan yang ada ke pengamatan yang lain. Jika *varians* dari residu atau dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka terjadi sesuatu hal yang disebut homokedastisitas, dan jika terjadi *varians* yang berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang terjadi homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Peneliti menggunakan uji heterokedastisitas dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (*dependen*) yaitu ZPRED dan nilai residunya ZRESID, dimana jika titik-titik

menyebarkan menandakan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas sesuai yang telah diharapkan.

J. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis

1. Teknik Analisis Data

Data yang sudah dikumpulkan kemudian dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat disajikan dalam pengambilan keputusan. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis kuantitatif yang menggambarkan data yang berbentuk angka-angka yang diperoleh dari hasil penjumlahan.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a) Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui beberapa pengaruh independen atau variabel bebas yaitu harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap variabel dependen atau variabel terikat (Y) yang dinyatakan dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + B_1X_1 + B_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Kepuasan Pelanggan

X1 : Harga

X2 : Kualitas Pelayanan

α : nilai konstanta

b : koefisien regresi

e : eror

2. Uji Hipotesis

Data yang telah dianalisis selanjutnya akan dilakukan uji hipotesis. Uji hipotesis digunakan untuk membuktikan dugaan peneliti dan menjawab atas segala pertanyaan yang telah ada. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini uji t dan uji f sebagai berikut:

b) Uji t

Menurut Kuncoro uji statistik t pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara parsial atau individual terhadap variabel terikat.⁶⁵ Peneliti menggunakan uji t untuk menguji signifikansi konstanta dari setiap variabel independen yang ada yakni variabel harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) benar-benar berpengaruh secara parsial (terpisah) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y). Pengujian ini dilakukan dengan uji t pada tingkat signifikansi (α) 0,05% dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai sig t > 0,05 maka variabel tersebut tidak berpengaruh secara signifikan.
- 2) Apabila nilai sig t < 0,05 maka variabel tersebut berpengaruh secara signifikan

⁶⁵M Kuncoro. *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: AMP YKPN, 2001, h. 97.

c) Uji f

Menurut Kuncoro uji statistik F pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen.⁶⁶ Peneliti menggunakan uji F untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara simultan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y). Pengujian ini dilakukan pada tingkat keyakinan 95% dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai sig F > 0,05 atau $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima. maka pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat tidak berpengaruh secara signifikan.
- 2) Apabila nilai sig F < 0,05 atau $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak. maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

d) Uji Determinan

Menurut Kuncoro koefisien Determinasi (R^2) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen yang ada. Nilai koefisien determinasi adalah antara nilai nol dan nilai satu. Jika nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan dari variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangatlah terbatas. Bila

⁶⁶M Kuncoro. *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: AMP YKPN, 2001, h 98.

nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang sangat dibutuhkan untuk memprediksi variasi-variasi dependen tersebut.⁶⁷



⁶⁷M Kuncoro. *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: AMP YKPN, 2001, h 100.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang

Warung bakso adalah suatu bentuk usaha industri kecil yang bergerak di bidang pengolahan makanan cepat saji. Warung bakso ini terbentuk pada tahun 2007 oleh pasangan suami istri. Pemilik warung bakso ini bernama Satiman dan Siti nurhaini yg membangun warung bakso ini dengan menggunakan modal sendiri. Bengkel ini beralamat di jalan Trans Sulawesi. Lokasi yang menurut peneliti bagus untuk sebuah warung bakso karena berada di jalan poros. Warung bakso ini tidak memiliki cabang, akan tetapi warung bakso ini sangat dikenal masyarakat di desa Buntu Terpedo maupun di desa tetangga lainnya.

Awal mulanya warung bakso ini terletak dipasar yang berada di desa tarue, pada tahun 2009 warung bakso ini kemudian pindah ke desa buntu terpedo tepatnya beralamat jalan Trans Sulawesi (di depan Masjid An-nur) dengan menyewa sebuah rumah untuk berjualan . Pada awal tahun 2010 pemilik bakso ini membeli tanah yang masih berada di desa buntu terpedo dan membangun rumah sekaligus warung buat jualan bakso. Pada tahun 2011 rumah sekaligus tempat jualan ini sudah selesai dibangun kemudian pindahlah pemilik warung berjualan di tempat baru. Jarak warung bakso baru dengan warung bakso lama hanya berjarak ±100 meter saja.

Warung bakso ini tidak hanya menyajikan menu bakso saja, akan tetapi juga menyediakan menu makanan yang bervariasi dengan harga terjangkau agar para pelanggan tidak bosan untuk mencoba menu di yang ada di warung bakso tersebut. Menu yang tersedia di warung bakso di desa buntu terpedo yaitu:

No.	Menu	Harga
1.	Bakso	Rp. 10.000
2.	Gado-gado	Rp. 10.000
3.	Sate Ayam	Rp. 10.000
4.	Mie Ayam	Rp. 10.000
5.	Somai	Rp. 10.000

Gambar Tabel 4.1. Daftar Menu Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo

Warung bakso tersebut memiliki 5 orang karyawan yang terdiri dari satu orang sebagai koki, satu orang sebagai pelayan dan kasir, tiga orang yang bertugas untuk memasarkannya. Warung bakso ini tidak hanya berjualan ditempat saja tetapi juga berjualan dipasar dan melakukan jualan somai keliling ke desa tetangga lainnya yang dilakukan oleh ketiga karyawannya pada sore hari.

2. Karakteristik Responden

Responden yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah responden yang telah ditemui peneliti dan pernah makan di warung bakso di desa buntu terpedo kecamatan sabbang. Peneliti menyebarkan kuesioner sebanyak 100 responden sehingga didapatkan hasil karakteristik responden berdasarkan jenis

kelamin, umur, pendidikan terakhir, dan pekerjaan. Hasil dari masing-masing karakteristik responden yang peneliti temui di warung bakso di desa buntu terpedo kecamatan sabbang yaitu:

a. Jenis Kelamin

Jenis kelamin adalah hal yang penting dalam penelitian ini, sebab dengan jenis kelamin seseorang akan dapat memengaruhi pendapatnya mengenai suatu objek. Untuk mengetahui perbandingan yang didasarkan pada hasil penelitian diperoleh karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, yang dapat dilihat pada table 4.2 yaitu:

Tabel 4.2. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	30	30%
Perempuan	70	70%
Total	100	100%

Sumber: Data kuesioner yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa responden yang lebih banyak datang di warung bakso di desa buntu terpedo kecamatan sabbang dari jenis kelamin. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang terdiri dari jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Responden yang berjenis laki-laki berjumlah 30 orang atau 30% dan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 70 orang atau 70%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan, alasan peneliti memilih lebih banyak responden perempuan dari pada laki-laki karena responden yang paling

banyak yang peneliti temui pada saat membagikan kuesioner dan datang ke warung bakso di desa buntu terpedo kecamatan sabbang adalah mayoritas perempuan.

b. Usia responden

Usia sangat berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari karena dengan perbedaan usia dapat juga berpengaruh terhadap kesetujuan pelanggan. Berikut adalah table 4.3 yang menampilkan usia responden yaitu:

Table 4.3. Karakteristik responden berdasarkan usia

Usia	Jumlah	Persentase
10-19	36	36%
20-29	56	56%
≥30	8	8%
Total	100	100%

Sumber: Data kuesioner yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang telah mengisi kuesioner dimana orang yang berusia 10-19 tahun sebanyak 36 orang atau 36%, sebanyak 56 orang atau 56% orang telah berusia 20-29 tahun, dan orang yang berusia ≥ 30 tahun berjumlah 8 orang atau 8%. Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa mayoritas orang yang berusia 20-29 tahun yang lebih banyak untuk melakukan pembelian di warung bakso di desa buntu terpedo kecamatan sabbang.

c. Pendidikan terakhir

Penggolongan responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada tabel 4.4 yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.4. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
Sementara Pendidikan & Tamat SD sederajat	22	22%
SMP sederajat	17	17%
SMA/SMK sederajat	48	48%
Tamat Akademik/Perguruan Tinggi	13	13%
Total	100	100%

Sumber: Data kuesioner yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat disimpulkan bahwa banyak responden yang sementara dan tamat SD sederajat berjumlah 22 orang atau 22%, jumlah responden yang telah tamat SMP sederajat berjumlah 17 orang atau 17 %, responden yang telah tamat SMA/SMK sederajat sebanyak 48 orang atau 48%, dan jumlah reponden yang telah menyelesaikan pendidikannya di Akademik/Perguruan tigggi sebanyak 13 orang atau 13%. Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa yang mendominasi pembelian di warung bakso di desa buntu terpedo kecamatan sabbang adalah pelanggan yang telah menyelesaikan pendidikan SMA sederajat.

d. Pekerjaan

Berdasarkan dari hasil penelitian diperoleh karakteristik responden berdasarkan pekerjaan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan responden	Jumlah	Presentase
Pelajar/Mahasiswa	41	41%
Karyawan Swasta	15	15%
IRT	17	17%
Lainnya	27	27%
Total	100	100%

Sumber: Data kuesioner yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.5 di atas diketahui bahwa jumlah responden yang belum bekerja atau sebagai pelajar dan mahasiswa sebanyak 41 orang atau 41%, responden yang bekerja sebagai karyawan swasta berjumlah 15 orang atau 15%, responden yang bekerja sebagai irt sebanyak 17 orang atau 17%, dan responden yang memiliki pekerjaan lainnya berjumlah 27 orang atau 27%. Dari tabel 4.5 diatas dapat disimpulkan bahwa yang mendominasi pembelian pada warung bakso di desa buntu terpedo kecamatan sabbang yaitu mahasiswa dan pelajar yang belum memiliki pekerjaan.

3. Pengujian Data

Sebelum dilakukan menganalisis data dalam penelitian ini, terlebih dahulu dilakukan pengujian data dan uji prasyarat analisis.. Pengujian data dilakukan untuk mengetahui kelayakan suatu data untuk dianalisis.

a. Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas yaitu sebagai berikut:

1) Uji *Validitas*

Uji *validitas* berguna untuk mengetahui apakah pernyataan yang sudah ada pada kuisioner sudah relevan. Uji *validitas* ini juga sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu *item* pernyataan atau pertanyaan dalam kuisioner, apakah *item* pada kuisioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang telah diukur. Peneliti menggunakan dasar pengambilan keputusan dalam melakukan uji signifikansi yakni dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Untuk sampel 100 orang, nilai r tabel = 0,195. Untuk melihat apakah data yang telah dimiliki sudah valid, maka pengambilan uji validitas yaitu:

- Bila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen atau *item* pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- Bila nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen atau *item* pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Pengujian *validitas* pada pernyataan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut ini:

TABEL 4.6 . Hasil uji *Validitas*

		Correlations		
		Harga	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
Harga	Pearson Correlation	1	.290**	.456**
	Sig. (2-tailed)		.003	.000
	N	100	100	100
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.290**	1	.457**
	Sig. (2-tailed)	.003		.000
	N	100	100	100
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.456**	.457**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

Sumber: Data yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.6 di atas nilai r hitung pada variabel harga yaitu 0,456 sedangkan nilai r tabel yaitu 0,195 ini berarti nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel dan dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang ada pada variabel harga dinyatakan valid. Pada variabel kualitas pelayanan nilai r hitung adalah 0,457 sedangkan nilai r tabel adalah 0,195 yang menandakan nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel yang berarti pernyataan yang ada pada variabel kualitas pelayanan valid. Sedangkan variabel kepuasan pelanggan memiliki nilai r hitung sebesar 1 sedangkan nilai r tabel 0,195 yang berarti nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel yang menandakan bahwa pernyataan yang ada pada variabel kepuasan pelanggan valid. Dari variabel harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sudah jelas diketahui bahwa nilai r hitung lebih besar daripada r tabel

(0,195) yang berarti dapat disimpulkan bahwa pernyataan variabel harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah valid.

2) Uji *Reliabilitas*

Uji *reliabilitas* digunakan untuk mengukur konsistensi dari variabel harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Butir pertanyaan atau pernyataan dalam variabel dikatakan reliabel atau terpercaya jika jawaban responden konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* > 0.6, maka instrumen penelitian reliabel. Jika nilai *cronbach's alpha* < 0.6, maka instrumen penelitian tidak reliabel. Uji reliabilitas penelitian ini yaitu:

Tabel 4.7. Hasil Uji *Reliabilitas*

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keputusan
Harga	0,772	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,626	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,619	Reliabel

Sumber: Data yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dapat diketahui bahwa pada variabel harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan diperoleh nilai *Cronbach Alpha* \geq 0,60 dimana nilai alpha dari variabel harga 0,772, Nilai alpha dari variabel kualitas pelayanan 0,626 dan nilai alpha dari variabel kepuasan pelanggan sebesar

0,619. Dengan demikian, maka kesimpulan dari hasil uji *reabilitas* terhadap keseluruhan variabel adalah reliabel.

b. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memenuhi prasyarat analisis. Uji asumsi klasik terdiri dari *uji normalitas*, *uji multikolinearitas*, *uji heterokedastisitas* dan *uji autokorelasi* yaitu sebagai berikut:

1) Uji Normalitas

Uji *normalitas* bertujuan untuk mengetahui apakah data yang telah diperoleh dari setiap variabel bebas dan variabel terikat telah berdistribusi normal atau tidak dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Dalam melakukan uji *normalitas* ada dua metode yang dapat digunakan yaitu pertama dengan metode statistik dapat dilihat pada nilai signifikan yang lebih besar dari 0.05 maka data normal. Hasil uji *normalitas* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8. Hasil Uji *Normalitas*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Harga	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
N		100	100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	30.93	33.44	34.73
	Std. Deviation	4.759	3.917	3.234
Most Extreme Differences	Absolute	.104	.115	.109
	Positive	.104	.115	.109
	Negative	-.094	-.060	-.079
Kolmogorov-Smirnov Z		1.041	1.152	1.093
Asymp. Sig. (2-tailed)		.228	.141	.183

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data yang diolah 2019

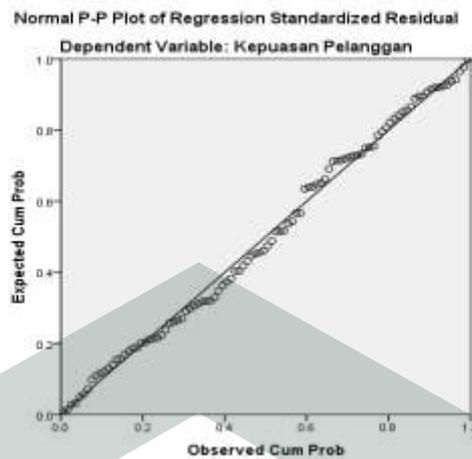
Berdasarkan tabel 4.8 di atas diketahui bahwa nilai signifikan variabel harga yakni 0,228 yang berarti lebih besar daripada nilai signifikan 0,05 dimana data variabel harga dinyatakan normal. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikan 0,141 yang lebih besar daripada nilai signifikan 0,05 yang dimana berarti data kualitas pelayanan normal. Pada variabel kepuasan pelanggan nilai signifikan yakni 0,183 yang berarti lebih besar daripada nilai signifikan 0,05 yang dapat disimpulkan bahwa data kepuasan pelanggan normal. Kesimpulan dari variabel harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yaitu memiliki data yang normal.

Metode yang kedua yaitu metode grafik dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal. Dasar pengambilan keputusan dalam metode grafik yaitu:

- Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal tersebut, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi *normalitas*.
- Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tersebut tidak memenuhi asumsi *normalitas*.

Hasil uji *normalitas* dengan menggunakan metode grafik yaitu:

Gambar 4.1. Hasil Uji *Normalitas*



Sumber: Data yang diolah 2019

Berdasarkan hasil analisis data di atas dengan menggunakan SPSS dapat dilihat dan disimpulkan bahwa data yang ada menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut telah memenuhi asumsi *normalitas*.

2) Uji *Multikolinearitas*

Uji *multikolinearitas* bertujuan untuk mengetahui apakah ada tidaknya korelasi yang sangat kuat atau sempurna antar variabel bebas yaitu variabel harga dan kualitas pelayanan. Model hasil regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen karena apabila terjadi korelasi diantara variabel independen maka akan menyebabkan meningkatnya penyimpangan mengenai ketepatan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Peneliti menggunakan analisa korelasi antar variabel independen dengan melihat nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,05 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih

kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas sesuai yang di harapkan. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 4. Dibawah ini yaitu:

Tabel 4.9. Hasil Uji *Multikolinearitas*

Coefficients ^a											
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	17.517	2.586		6.775	.000					
	Kualitas Pelayanan	.293	.072	.354	4.059	.000	.457	.361	.339	.916	1.092
	Harga	.240	.059	.353	4.049	.000	.456	.380	.338	.916	1.092

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.9 di atas dapat dilihat pada variabel kualitas pelayanan dan harga nilai *tolerance* yaitu 0,916 yang berarti lebih besar daripada 0,05 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) yaitu 1,092 yang berarti lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel independen tidak terjadi korelasi atau *multikolonearitas*.

3) Uji *Heterokedastisitas*

Uji *heteroskedastisitas* bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi yang ada telah terjadi ketidaksamaan *varians* dari *residual* dari satu pengamatan yang ada ke pengamatan yang lain. Jika *varians* dari residu atau dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka terjadi yang disebut *homokedastisitas* namun sebaliknya jika *varians* berbeda maka disebut *heteroskedastisitas*.

Model regresi yang baik adalah model yang terjadi Homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Peneliti menggunakan uji heterokedastisitas dengan melihat nilai signifikan 0,05 dimana nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka terjadi *heterokedastisitas* atau tidak terjadi *homokedastisitas* begitu sebaliknya dan dengan menggunakan metode melihat pada grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (*dependen*) yaitu ZPRED dan nilai residunya ZRESID, dimana jika titik-titik tersebar baik di atas maupun dibawah menandakan bahwa tidak terjadi *heterokedastisitas* sesuai yang diharapkan. Hasil uji Heterokedastisitas sebagai berikut:

Tabel 4.10. Hasil Uji *Heterokedastisitas*

Coefficients^a

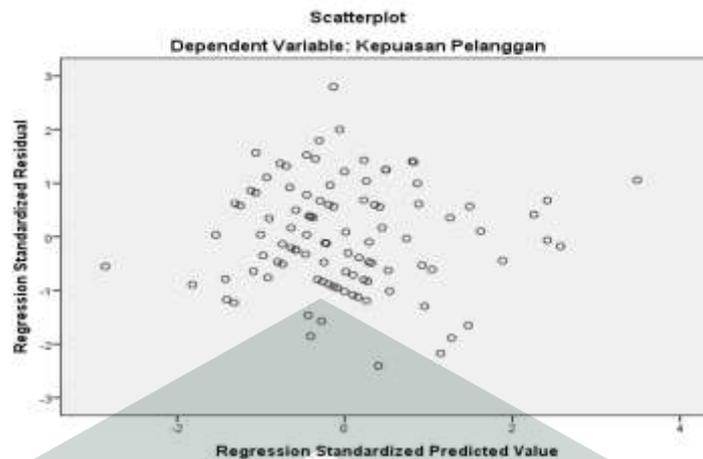
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.716	1.469		1.169	.245					
	Kualitas Pelayanan	.012	.041	.030	.261	.779	.032	.029	.029	.916	1.092
	Harga	.002	.034	.008	.074	.941	.016	.008	.008	.916	1.092

a. Dependent Variable: AbsUi

Sumber: Data yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.10 di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikan kualitas pelayanan 0,779 yang berarti lebih besar daripada nilai signifikan 0,05 maka tidak terjadi heterokedastisitas. Sedangkan nilai signifikan harga 0,941 yang berarti lebih besar daripada 0,05 maka tidak terjadi heterokedastisitas. Kesimpulan pada tabel diatas yaitu tidak terjadi heterokedastisitas atau terjadi *homokedastisitas*.

Gambar 4.2. Hasil Uji *Heterokedastisitas*



Sumber: Data yang diolah 2019

Berdasarkan dari gambar di atas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y dan tidak membentuk sebuah pola, maka tidak terjadi *heteroskedastisitas* sesuai yang diharapkan.

4) Uji *Autokorelasi*

Uji *autokorelasi* bertujuan untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode sekarang dengan periode sebelumnya. Didalam penelitian ini outokorelasi digunakan untuk mengetahui berapa kali kuesioner dibagikan. Uji autokorelasi biasanya diuji dengan menggunakan nilai *Durbin Watson*, tidak terjadi autokorelasi jika nilai $D_u > D_w > 4 - D_u$. Uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.11. Hasil Uji *Autokorelasi*

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.568 ^a	.323	.309	2.689	1.767

Sumber: Data yang diolah 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *Durbin Watson* yaitu 1,767 sedangkan nilai dari *Du* dapat dilihat pada tabel signifikan *Durbin Watson* yakni 1,582 sehingga diperoleh $Du > Dw > 4-Du$ yaitu: $1,582 > 1,767 > 2,418$ yang dapat diartikan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi *autokorelasi* atau tidak ada pengulangan dalam kuesioner pada waktu tertentu.

4. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis

a. Teknik Analisis Data

Data yang sudah dikumpulkan kemudian dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat disajikan dalam pengambilan keputusan. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis kuantitatif yang menggambarkan data yang berbentuk angka-angka yang diperoleh dari hasil penjumlahan.

1) Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui berapa besar pengaruh independen atau variabel bebas yaitu harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap variabel dependen atau variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y) yang dibantu dengan program SPSS dalam perhitungannya sehingga dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.12. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	17.517	2.586		6.775	.000
	Harga	.240	.059	.353	4.048	.000
	Kualitas Pelayanan	.293	.072	.354	4.059	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.12 maka diperoleh persamaan regresi linear berganda yang terbentuk dinyatakan dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 17,517 + 0,240X_1 + 0,239X_2$$

Berdasarkan persamaan di atas dapat diketahui bahwa

a. Nilai koefisien regresi variabel harga sebesar 0,240 bernilai positif yang berarti bahwa jika persepsi terhadap variabel harga semakin baik maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,240.

b. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,239 bernilai positif yang berarti bahwa jika persepsi terhadap variabel kualitas pelayanan semakin baik maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,239.

b. Uji Hipotesis

1) Uji t

Uji t bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara parsial atau individual yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat(Y).

Peneliti menggunakan uji t untuk menguji signifikansi konstanta dari setiap variabel independen yakni variabel harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) benar-benar berpengaruh secara parsial (sendiri) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y). Pengujian ini dilakukan dengan uji t pada tingkat signifikansi (α) 0,05% dengan ketentuan sebagai berikut:

- 3) Apabila nilai $\text{sig } t > 0,05$ atau $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka variabel tersebut tidak ada pengaruh secara signifikan.
- 4) Apabila nilai $\text{sig } t < 0,05$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka variabel tersebut ada pengaruh secara signifikan.

Dalam melakukan uji t maka perumusan hipotesis yaitu:

H_0 : Tidak ada pengaruh positif dan signifikan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan warung bakso di desa buntu terpedo kecamatan sabbang.

H_a : Ada pengaruh positif dan signifikan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan warung bakso di desa buntu terpedo kecamatan sabbang.

Melalui perhitungan dengan menggunakan program SPSS diperoleh hasil uji t sebagai berikut:

Tabel 4.13. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.517	2.586		6.775	.000
	Harga	.240	.059	.353	4.048	.000
	Kualitas Pelayanan	.293	.072	.354	4.059	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.13 di atas dapat diketahui sebagai berikut:

1. Harga mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat nilai t_{hitung} untuk variabel harga adalah sebesar 4,048 dan diperoleh t_{tabel} sebesar 1,988 yang berarti bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $4,048 > 1,988$. Sedangkan nilai signifikansi t yaitu 0,000 lebih kecil dari nilai signifikan 0,05 yang menandakan bahwa terdapat pengaruh harga (X1) yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa harga mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima.

2. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 4,059 dan diperoleh t_{tabel} sebesar 1,988 yang berarti bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $4,059 > 1,988$. Sedangkan nilai

signifikansi t yaitu 0,000 lebih kecil dari nilai signifikan 0,05 yang menandakan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X_2) yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa harga mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima.

2) Uji f

Uji f pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen (X) yang dimasukkan memiliki pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen (Y). Peneliti menggunakan uji f untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y). Pengujian ini dilakukan pada tingkat keyakinan 95% dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai $\text{sig } f > 0,05$ atau $f_{\text{hitung}} < f_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima, maka tidak ada pengaruh signifikan secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
- 2) Apabila nilai $\text{sig } f < 0,05$ atau $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak, maka ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Melalui perhitungan dengan menggunakan program SPSS diperoleh hasil uji f sebagai berikut:

Tabel 4.14. Hasil Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	334.565	2	167.282	23.143	.000 ^b
	Residual	701.145	97	7.228		
	Total	1035.710	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga
Sumber: Data yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.14 output di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikan untuk pengaruh variabel harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara simultan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) yaitu 0,000 yang berarti nilai signifikan lebih kecil dari nilai signifikan 0,05. Berdasarkan nilai f_{hitung} yaitu 23,143 sedangkan nilai f_{tabel} yaitu 3,09 diperoleh dari rumus $tabel = f(k; n-k)$ atau untuk lebih mudah dapat dilihat pada distribusi f_{tabel} , maka f_{hitung} 23,143 lebih besar dari f_{tabel} 3,09. Berdasarkan tabel dan perhitungan di atas dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) warung bakso di desa buntu terpedo kecamatan sabbang.

3) Uji Determinan

Uji determinasi bertujuan untuk menunjukkan seberapa besar persentase variabel bebas yaitu harga(X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara simultan atau bersama-sama menerangkan variansi variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y). Jika nilai determinan kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen

(X) dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Y) amat terbatas. Nilai determinan yang mendekati nilai satu berarti variabel-variabel independen (X) memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi-variasi variabel dependen (Y). Pengaruh determinan variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.15. Koefisien Determinan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.568 ^a	.323	.309	2.689

Sumber: Data yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.15 di atas dapat diketahui bahwa besarnya nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *R Square* yaitu sebesar 0,323 yang artinya bahwa variasi dari semua variabel bebas yaitu harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) dapat menjelaskan variabel kepuasan (Y) pelanggan sebesar 32,3%, sedangkan sisanya sebesar 67,7% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan di dalam penelitian ini.

B. Pembahasan

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu harga dan kualitas pelayanan terhadap variabel

dependen yakni kepuasan pelanggan warung bakso di desa buntu torpedo kecamatan sabbang.

1. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bakso di Desa Buntu Torpedo Kecamatan Sabbang

Penelitian ini membuktikan bahwa hipotesis pertama diterima yaitu harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang berkunjung di warung bakso di desa buntu torpedo kecamatan sabbang. Berdasarkan nilai t hitung untuk variabel harga adalah sebesar 4,048 dan diperoleh t tabel sebesar 1.988 yang berarti bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $4,048 > 1,988$. Sedangkan nilai signifikansi t yaitu 0,000 lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05 yang menandakan bahwa harga (X_1) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) yang telah datang berkunjung di warung bakso di desa buntu torpedo kecamatan sabbang. Pada tingkat harga tertentu apabila manfaat yang dirasakan pelanggan warung bakso di desa buntu torpedo kecamatan sabbang meningkat pada saat melakukan pembelian, maka nilainya akan meningkat pula. Dengan demikian, apabila nilai yang dirasakan pelanggan warung bakso di desa buntu torpedo kecamatan sabbang semakin tinggi setiap kali pembelian, maka akan menciptakan kepuasan konsumen dan meningkatkan minat untuk melakukan pembelian ulang.

Harga menjadi faktor yang dapat mendorong kepuasan pelanggan. Setiap usaha dalam bidang kuliner cepat saji memiliki kelebihan dan juga memiliki kekurangannya masing-masing seperti tempat, fasilitas, menu, dan tentunya harga

yang ditawarkan kepada pelanggan. Pemilik warung bakso harus pandai dalam menghitung laba. Dengan perhitungan laba yang baik dapat menetapkan harga makanan dengan tepat sehingga konsumen tidak merasa harga yang ditawarkan kemahalan. Harga yang ditetapkan warung bakso di desa buntu terpedo kecamatan sabbang juga harus disesuaikan dengan kualitas produk atau jasa dan pelayanan yang diberikan. Hal ini akan membuat konsumen yang telah datang berkunjung ke warung bakso di desa buntu terpedo kecamatan sabbang merasa puas dan akan melakukan pembelian ulang.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang

Penelitian ini membuktikan bahwa hipotesis kedua diterima yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang berkunjung di warung bakso di desa buntu terpedo kecamatan sabbang. Berdasarkan nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 4,059 dan diperoleh t_{tabel} sebesar 1,988 yang berarti bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $4,059 > 1,988$. Sedangkan nilai signifikansi t yaitu 0,000 lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05 yang menandakan bahwa harga (X_2) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) yang telah datang melakukan pembelian.

Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang akan diperhatikan oleh pemilik warung bakso di desa buntu terpedo kecamatan sabbang. Pelayanan yang berkualitas dan baik kepada konsumen dapat membantu warung bakso di desa

bantu terpedo kecamatan sabang dalam menarik konsumen baru dan menciptakan kepuasan konsumen sehingga akan tetap mempertahankan konsumen yang ada. Berdasarkan hal itu, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan terhadap seluruh data yang telah diperoleh, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan warung bakso di desa buntu terpedo kecamatan sabbang. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu $4,048 > 1,988$ dan nilai signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. Jika manfaat yang didapat pelanggan warung bakso di desa buntu terpedo kecamatan sabbang meningkat, maka nilainya juga akan meningkat. Dengan meningkatnya nilai yang dirasakan pelanggan warung bakso di desa buntu terpedo kecamatan sabbang, maka akan menciptakan kepuasan pelanggan.
2. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan warung bakso di desa buntu terpedo kecamatan sabbang. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu $4,059 > 1,988$ dan nilai signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan warung bakso di desa

buntu terpedo kecamatan sabbang maka kepuasan pelanggan warung bakso di desa buntu terpedo kecamatan sabbang akan meningkat juga.

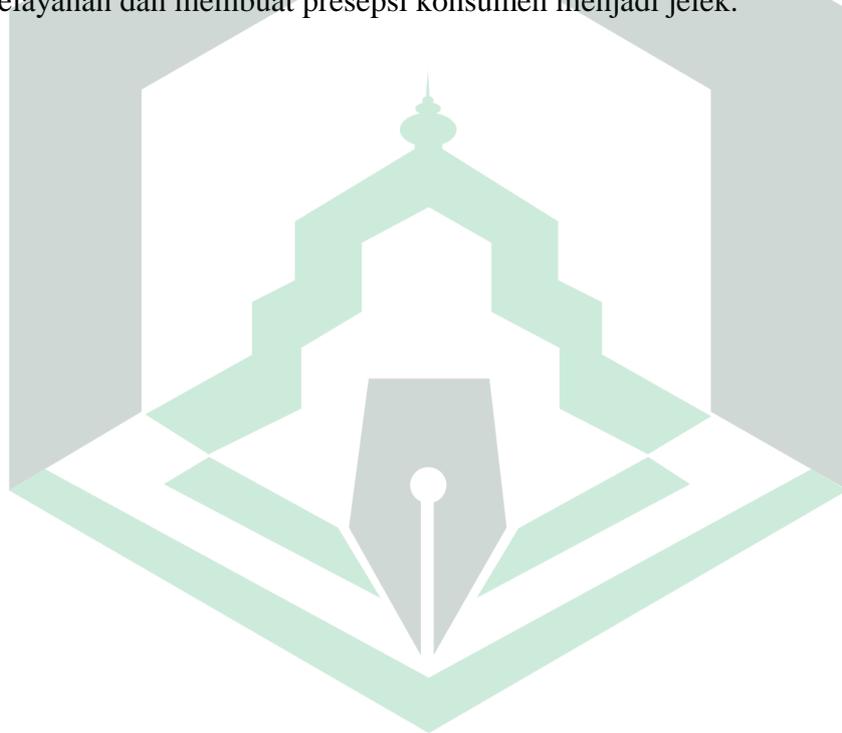
3. Berdasarkan hasil persamaan regresi linear berganda dapat diketahui bahwa nilai koefisien regresi harga 0,240 dan nilai koefisien regresi kualitas pelayanan 0,239 yang bernilai positif, maka harga dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan warung bakso di desa buntu terpedo kecamatan sabbang.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan di atas, maka ada beberapa saran yang dapat diberikan dengan harapan dapat membantu dalam meningkatkan kepuasan pelanggan warung bakso di desa buntu terpedo kecamatan sabbang. Adapun saran yang diberikan bagi perusahaan sebagai berikut:

1. Harga yang ditetapkan warung bakso di desa buntu terpedo kecamatan sabbang sudah terjangkau, namun akan lebih baik bila disesuaikan lagi dengan kualitas rasa produk yang diterima pelanggan. Terutama pada rasa kuah bakso yang banyak dikeluhkan pelanggan karena memiliki rasa yang hambar dan kurang memiliki rempah-rempah. Pemilik warung bakso harus lebih menambahkan rempah-rempah kedalam air kuah bakso agar menambah cita rasa yang nikmat.

2. Pemilik warung bakso di desa buntu terpedo kecamatan sabbang sebaiknya segera memberikan nama untuk warungnya itu sendiri sehingga dapat membedakan dengan warung bakso lain yang sejenis.
3. Kualitas pelayanan warung bakso juga harus ditingkat terutama apa bila pelanggan telah menikmati makanan sebaiknya meja harus segera dibersihkan jangan sampai konsumen baru sudah datang dan duduk, akan tetapi meja belum dibersihkan dan terlihat kotor. Hal ini akan mengurangi kualitas pelayanan dan membuat persepsi konsumen menjadi jelek.



Daftar Pustaka

Albertus Ferry Rostya Adi, *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Waroeng Spesial Sambal cabang Lampersari Semarang)*, Universitas Diponegoro Semarang, 2012. <https://docplayer.info/177180-Analisis-pengaruh-harga-kualitas-produk-dan-kualitas-layanan-terhadap-kepuasan-pelanggan.html> (diakses pada tanggal 13 juni 2019, pukul 20:30 pm)

Amanah, Dita. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap kepuasan konsumen pada Majestyk Bakery dan Cake Shop Cabang H.M Yamin Medan*, *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, Universitas Negeri Medan. Vol. 2 nomor 1, Maret 2010.

Arifin, Johan. *Etika Bisnis Islam*, Semarang: Walisongo Press, 2009.

Arifin, Johan. *Etika Bisnis Islam*, Semarang: Penerbit Walisongo Press, 2009.

Arikunto, S. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.

Baihaqi, HANS dkk. *riset pemasaran dan konsumen*. Bogor: IPB press, 2011.

Bastariyanto, Edika Fajar dan Muhammad Maladi, *Deskripsi Kepuasan Pelanggan Pada Depot Bakso Mewah (Mepet Sawah) Rantau*, *Jurnal manajemen dan Akuntansi*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Banjarmasin. Vol. 17. Nomor 1. April 2016.

Daryanto, & I. Setyobudi. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2014.

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, Bandung: Diponegoro, 2010

Drs. M. mursid. *Manajemen pemasaran*. Jakarta: bumi aksara, 2015.

Dra. Ristiayanti Prasetijo, *MBA & prof. john J.O.I Ihalauw, Ph. D. Perilaku konsumen*. (Yogyakarta: ANDI) 2005.

ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id.

eprints.undip.ac.id/28746/1/Skripsi10.pdf

eprints.undip.ac.id/39200/1/KURNIASARI.pdf

eprints.undip.ac.id/22960/1/Skripsi.PDF

- Gujarati, Damodar N. *Dasar-dasar ekonometrika jilid 2*. Jakarta: Erlangga, 2011.
- Himawan, Baron dkk, *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Warung Mie Ayam Bakso Ajeng Karanganyar*, *Jurnak ekonomi dan Kewirausahaan*, universitas Slamet Riyadi Surakarta. Vol 16. Nomor 3, September 2016.
- Syamsul Hilal, *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam (Telah Pemikiran Ibn Taimiyah)*, *Jurna Asas*, Vol.6, No.2, Juli 2014. h. 25.
<https://media.neliti.com/media/publications/177467-ID-konsep-harga-dalam-ekonomi-islam-telah-p.pdf>.
- Irawan, Handi. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Cet. 1; Jakarta: PT Elex Media Komputindo, t.th.
- Johan, suwinto. *study kelayakan pengembangan bisnis*. Jakarta: graha ilmu 2001.
- Koentjaraningrat, *Metode-metode Penelitian*, (Ed) ketiga, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1997.
- Kotler, Philip. "*Marketing Management: Analysis, Planning, and Control* Edisi asli diterbitkan tahun 1976 oleh Pearson Education Inc. Pearson Prentice Hall", di terjemahkan oleh A.B. Susanto dengan judul: *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Jakarta: Salemba Empat, 2000.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Jakarta: Salemba Empat, 2002.
- Kotler, P., & G. Armstrong, "Principles Of Marketing, 12 thed Edisi asli diterbitkan tahun 2008 oleh Pearson Education Inc. Pearson Prentice Hall", Diterjemahkan oleh Bob Sabran dengan judul: *Prinsip-prinsip Pemasaran*, ed 12. Cet 1; Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kuncoro, M. *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: AMP YKPN, 2001.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* , Ed 2; Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- Lovelock, C., J. Wirtz, & J. Mussry. *Pemasaran Jasa Jilid II*. (Terjemahan Dian Wulandari dan Devri Barnadi Putera). Jakarta: Erlangga. (Edisi asli diterbitkan tahun 2007 oleh Pearson Education, Inc. Upper Saddle River, New Jersey), 2010.

- Madura, jeff. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat Edisi pertama, 2000.
- Rangkuti, freddy. *Measuring customer satisfaction*. Jakarta: Grsmmedia pustaka, 2000.
- Moenir, A. S. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara, 2002.
- Mowen, J. C., & M. Minor. *Perilaku Konsumen Jilid I*. (Terjemahan Lina Salim). Jakarta: Erlangga. (Edisi asli diterbitkan tahun 2001 oleh Harcourt College Publisher), 2002.
- Qardawi, Muhammad Yusuf. *Halal dan Haram dalam Islam*, (cet; Surabaya: PT. Bina Ilmu, 2007).
- Santoso, Imam. *Peran Kualitas Produk dan Layanan, Harga dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen, Jurnal Manajemen Teknologi*, Universitas Brawijaya Malang. Vol. 15. Nomor 1, 2016.
- Sartika, Dewi. *Faktor-Faktor Kualitas Layanan, Harga Tiket, dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengunjung Permandian Bendungan di Desa Tamboke Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara*, Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2017.
- Simamora, H. *Manajemen Pemasaran Internasional Jilid II*. Jakarta: Salemba Empat, 2000.
- Supardi. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press, 2005.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2015
- Sumarwan, ujang. Dkk. 2011. *Riset pemasaran dan konsumen*. Bogor: IPB.
- Swastha, Basu dan Sukotjo. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Penerbit Liberty, 2000.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi, 1997.
- Tjiptono, F., & A. Diana. (2003). *Total Quality Management (TQM)*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2003.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa* (Ed) pertama. Malang: Bayu media, 2004.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi diterjemahkan, 2006.

Tjiptono, F dan Anantasia. Total Quality Management. Penerbit Andi, Yogyakarta, 2006.

Tjiptono, Fandy. (Ed) Pertama. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset, 2007.

Usmara. Strategi Baru Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Amara Books, 2003.

Utomo, Slamet Pujo. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen untuk Meningkatkan Loyalitas konsumen (Studi Pada Pelanggan Indosat di FEB, Fakultas Hukum, Fakultas Teknik, dan FISIP)* Universitas Diponegoro Semarang, 2014. eprints.undip.ac.id/42848/1/UTOMO.pdf (diakses pada tanggal 16 juni 2019, pukul 01:00 pm).

Wahyuni, Dita Dwi. *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Bakso Sakinah Khas Malang Kecamatan Ngacar Kabupaten Kediri, Artikel Skripsi*, Universitas Nusantara PGRI Kediri. 2016.

Widodo, T. *Pengaruh Brand Image, Atribut Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario di Kulon Progo. Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta, 2016.

Sumber Rujukan Lain yaitu:

https://eprints.uny.ac.id/54015/1/Rina%20Sukmawati_13804241063_Skripsi.pdf

RIWAYAT PENULIS



ASTRIDH FAYSAH Lahir di Padang Sarre pada tanggal 22 bulan Oktober 1997, anak kelima dari tujuh bersaudara dari pasangan ayahanda Pambo Alam Amin dan Hadini. Saudara pertama bernama Ahmad Fadlhy, anak kedua bernama Ardiansyah, anak ketiga bernama Abdullah, anak keempat bernama Asril, anak keenam bernama Azizah dan anak terakhir bernama Aisyah Nurul Aini. Penulis menempuh pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SD Negeri 013 Padang Sarre Desa Buntu Torpedo Kecamatan Sabbang Kabupaten Luwu Utara 2009-2012. Selanjutnya penulis menempuh Pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 5 Luwu Utara di Kelurahan Marobo Kecamatan Sabbang Kabupaten Luwu Utara dan mengambil jurusan Ilmu Pengetahuan Alam (IPA) pada tahun 2012-2015. Pada tahun 2015 penulis melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo dan terdaftar sebagai mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, pada tahun 2018 penulis mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang menjadi salah satu program perkuliahan dan ditempatkan di Desa Sumillin Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara dan pada akhirnya penulis menyelesaikan Pendidikan Strata Satu (S1) pada tahun 2019.

L

A

M

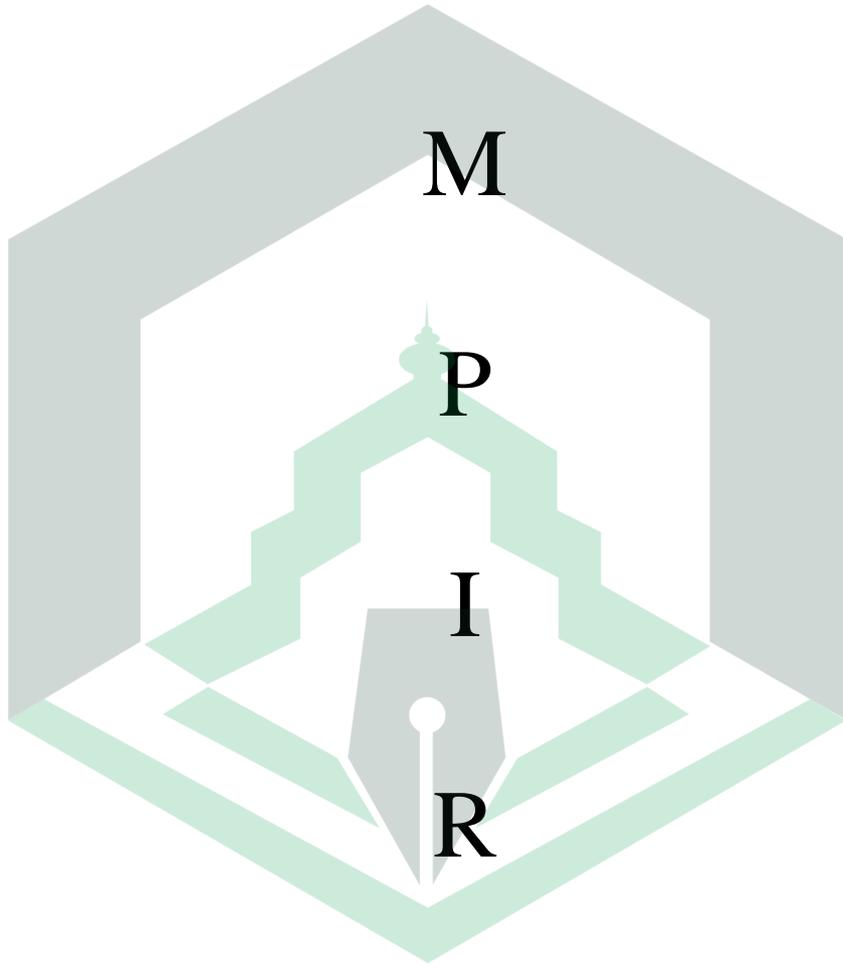
P

I

R

A

N



PERNYATAAN

**Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung
Bakso Di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang**

IDENTITAS RESPONDEN

- 1. Nama :
- 2. Jenis Kelamin :
- 3. Usia :
- 4. Pendidikan terakhir :
- 5. Pekerjaan :

PETUNJUK PENGISIAN SKALA

Bacalah pernyataan-pernyataan pada lembar berikut, kemudian pilihlah salah satu dari empat pilihan jawaban sesuai dengan diri anda sesungguhnya atau apa yang anda rasakan, bukan berdasarkan pada apa yang seharusnya. Berilah tanda centang (√) di samping pernyataan tersebut.

Keterangan Pilihan Jawaban

- SS (5) = Sangat Setuju**
- S (4) = Setuju**
- CS (3) = cukup setuju**
- TS (2) = Tidak Setuju**
- STS (1) = Sangat Tidak Setuju**

No	Variabel independen (X)	Pernyataan	Jawaban				
			SS	S	CS	TS	STS
1.	Harga (X1)	1. Harga bakso yang ditawarkan Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang sudah terjangkau untuk pelanggan seperti saya.					
		2. Harga yang ditetapkan Warung Bakso di Desa					

		Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang wajar.					
		3. Harga yang ditetapkan Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang lebih murah dibandingkan tempat kuliner lain yang sejenis.					
		4. Harga yang ditetapkan Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang lebih mahal dibandingkan tempat kuliner lain yang sejenis.					
		5. Harga yang ditetapkan Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang sudah sesuai dengan rasa makanan yang diterima pelanggan.					
		6. Harga yang ditetapkan Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang tidak memiliki daya saing dengan tempat kuliner yang sejenis karena kemahalan.					
		7. Harga yang ditetapkan Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang sesuai dengan mutu produk.					
		8. Dengan harga yang saya bayarkan, saya memperoleh kenyamanan saat berkunjung ke Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang.					
		9. Porsi makanan yang diberikan sebanding dengan harga yang dibayarkan.					
		10. Dengan harga yang saya bayarkan, saya mendapatkan pelayanan yang memuaskan.					
2.	Kualitas Pelayanan (X2)	1. Kondisi tempat Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang bersih dengan fasilitas pelengkap (meja, kursi, wastafel, tempat parkir dll) yang disediakan Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang dalam keadaan bersih.					
		2. Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang memiliki tempat parkir yang sempit.					
		3. Karyawan Warung Bakso di Desa Buntu					

		Terpedo Kecamatan Sabbang selalu cepat dan sopan dalam melayani pesanan para pelanggan.					
		4. Karyawan Karyawan Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang selalu siap ketika dibutuhkan.					
		5. Karyawan Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang berpenampilan rapi dan menarik.					
		6. Karyawan Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang berpenampilan acak-acakan.					
		7. Karyawan memberikan pelayanan yang ramah dan dengan mudah memahami kebutuhan pelanggan.					
		8. Karyawan Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang memberikan pelayanan yang nyaman bagi Anda.					
		9. Karyawan Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang memberikan perhatian individu dengan baik kepada pelanggan.					
		10. Karyawan Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang memberikan pelayanan yang sama tanpa membedakan konsumen.					

No.	Variabel Dependen (Y)	Pernyataan	Jawaban				
			SS	S	CS	TS	STS
1.	Kepuasan Pelanggan	1. Saya merasa puas setelah menikmati makanan di Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang karena sesuai dengan harapan.					
		2. Saya merasa kecewa setelah menikmati makanan di Warung Bakso di Desa Buntu					

		Terpedo Kecamatan Sabbang karena sesuai dengan harapan.					
		3. Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang dalam melakukan pembayaran.					
		4. Makanan yang disediakan Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang sesuai dengan selera saya.					
		5. Saya berminat untuk berkunjung kembali ke Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang karena produk dan harga yang diberikan murah dan memuaskan dibandingkan dengan tempat kuliner lain yang sejenis.					
		6. Saya berminat untuk berkunjung kembali ke di Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang karena pelayanannya memuaskan.					
		7. Saya merekomendasikan Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang sebagai salah satu tempat tujuan kuliner kepada kenalan saya karena produk yang disajikan sangat memuaskan.					
		8. Saya tidak merekomendasikan Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang sebagai salah satu tempat tujuan kuliner kepada kenalan saya karena harga yang ditetapkan murah dibandingkan dengan tempat kuliner lain yang sejenis.					
		9. Saya merekomendasikan Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang sebagai salah satu tempat tujuan kuliner kepada kenalan saya karena pelayanannya sangat memuaskan.					
		10. Saya tidak merekomendasikan Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang sebagai salah satu tempat tujuan kuliner kepada kenalan saya.					

Lampiran Hasil Kuesioner Penelitian

No	Harga										total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	4	3	2	2	2	5	4	4	4	34
2	4	4	4	2	5	3	5	5	5	4	41
3	4	2	2	2	2	2	5	3	3	3	28
4	4	3	3	1	2	2	3	4	3	4	29
5	5	4	3	1	5	3	4	5	4	5	39
6	4	4	4	1	2	2	3	2	4	3	29
7	4	2	3	2	2	2	4	3	3	3	28
8	4	2	2	1	2	2	3	2	2	2	22
9	5	1	2	2	2	3	2	4	3	4	28
10	4	1	2	1	2	2	3	2	1	2	20
11	5	4	3	4	4	4	5	3	4	4	40
12	4	2	2	1	2	2	3	4	4	3	27
13	5	3	3	2	2	1	4	4	4	3	31
14	4	3	3	1	2	2	3	4	4	4	30
15	4	3	2	2	2	2	3	3	3	3	27
16	4	3	3	1	2	2	3	4	3	4	29
17	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	46
18	4	3	4	1	2	2	3	3	3	3	28
19	4	3	2	2	2	2	4	3	3	3	28
20	4	4	4	1	2	2	3	4	4	4	32
21	5	4	4	2	2	2	4	3	4	3	33
22	4	3	3	1	2	2	3	3	3	3	27
23	4	3	2	2	2	2	4	4	2	3	28
24	3	2	3	1	1	3	4	4	3	4	28
25	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	34
26	5	4	3	4	4	2	4	4	4	4	38
27	5	2	2	2	2	2	4	3	2	3	27
28	5	2	2	4	4	4	5	3	2	2	33
29	5	3	3	2	2	2	4	2	3	2	28
30	4	4	4	1	2	2	3	4	3	4	31
31	2	4	4	4	4	4	2	4	4	5	37
32	4	2	2	1	2	2	3	3	2	3	24
33	4	4	4	2	2	2	4	3	4	3	32
34	4	4	3	1	2	2	3	4	4	4	31
35	5	4	4	2	2	2	4	4	4	3	34
36	4	5	3	1	2	2	3	3	4	3	30
37	4	5	4	2	2	2	5	4	5	4	37
38	5	5	3	2	2	2	4	3	3	3	32
39	4	4	4	1	2	2	3	3	4	3	30
40	4	3	2	2	2	2	4	4	3	3	29
41	4	3	3	1	2	2	3	4	3	4	29
42	4	2	2	2	2	2	4	2	2	2	24
43	5	1	2	1	2	2	3	2	3	2	23
44	4	2	2	2	2	2	3	2	3	3	25
45	4	2	2	1	2	2	3	1	3	3	23
46	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	39
47	4	4	4	1	2	2	3	4	4	4	32
48	5	3	3	2	2	3	2	3	3	3	29
49	4	3	4	2	2	2	5	5	3	4	34
50	4	4	3	1	2	2	3	3	4	4	30

51	5	3	3	4	4	2	4	3	3	3	34
52	4	2	2	1	2	2	3	3	2	2	23
53	5	3	4	2	2	2	4	4	4	4	34
54	4	3	3	1	2	2	3	2	4	3	27
55	4	4	3	2	2	2	4	4	4	4	33
56	4	4	3	1	2	2	3	4	4	4	31
57	5	2	3	1	3	3	4	4	3	4	32
58	4	3	3	1	2	2	3	4	3	3	28
59	4	3	2	2	2	2	4	3	4	3	29
60	4	3	3	2	2	2	4	3	3	3	29
61	5	4	3	2	2	2	4	3	4	4	33
62	5	2	2	1	2	3	4	3	2	3	27
63	4	3	3	2	2	2	5	4	4	4	33
64	4	4	3	1	2	2	4	4	4	3	31
65	5	4	1	5	2	4	4	4	3	4	36
66	4	4	4	1	2	2	3	5	4	2	31
67	5	4	4	2	4	4	1	5	4	5	38
68	5	3	3	2	2	2	4	4	3	4	32
69	5	4	3	2	2	2	4	5	4	4	35
70	3	4	2	1	2	2	4	5	3	4	30
71	3	3	2	2	2	2	4	3	3	3	27
72	4	3	3	1	2	2	3	4	3	4	29
73	2	3	2	4	4	4	2	4	2	4	31
74	4	3	2	1	2	2	3	4	3	3	27
75	4	4	2	2	2	2	4	4	2	2	28
76	4	3	3	1	2	2	3	4	4	4	30
77	5	2	2	2	2	2	4	4	4	4	31
78	4	3	3	1	2	2	3	4	4	4	30
79	4	4	4	2	2	2	5	4	4	4	35
80	5	3	4	2	2	2	4	4	4	3	33
81	4	1	1	1	2	2	3	4	3	4	25
82	4	3	2	2	2	2	4	4	2	3	28
83	4	3	2	1	2	2	3	3	3	3	26
84	4	2	2	2	2	2	4	3	3	3	27
85	5	2	2	1	2	2	3	3	3	3	26
86	4	3	2	2	2	2	3	3	3	3	27
87	4	3	3	1	2	2	3	3	3	3	27
88	5	2	2	4	4	4	2	3	2	3	31
89	4	5	4	1	2	2	3	4	5	4	34
90	5	4	4	2	2	3	2	3	4	3	32
91	4	5	3	2	2	2	5	3	3	3	32
92	4	4	3	1	2	2	3	4	4	4	31
93	5	4	4	4	4	4	5	2	4	3	39
94	4	3	4	1	2	2	3	3	3	3	28
95	5	3	3	4	4	4	5	4	3	4	39
96	5	3	3	5	4	2	5	4	4	4	39
97	5	3	4	4	4	4	5	4	4	3	40
98	4	2	3	1	2	2	3	4	3	4	28
99	5	3	4	4	4	4	5	4	4	4	41
100	5	3	3	4	4	4	5	4	3	4	39

No	kualitas pelayanan										total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	2	4	4	4	2	4	4	3	3	34
2	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	37
3	4	2	4	4	4	2	4	4	4	3	35
4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	36
5	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	37
6	4	4	4	3	4	2	4	4	3	3	35
7	3	3	4	3	3	2	4	3	3	3	31
8	4	4	4	4	4	2	4	2	4	3	35
9	4	2	4	2	4	2	4	3	4	4	33
10	3	2	4	3	2	2	4	4	3	4	31
11	4	2	4	3	4	2	4	3	4	4	34
12	3	1	4	3	4	2	4	3	3	3	30
13	4	3	4	3	4	2	4	3	4	3	34
14	3	3	4	3	3	2	4	3	3	4	32
15	5	3	4	3	3	2	4	3	3	3	33
16	3	3	4	4	4	2	4	4	3	4	35
17	4	5	4	5	5	2	4	5	4	5	43
18	3	5	4	3	3	2	4	5	3	3	35
19	3	3	2	3	3	4	2	3	1	4	28
20	3	2	4	4	4	2	4	4	3	4	34
21	5	1	5	4	4	4	5	4	5	4	41
22	3	3	4	3	3	2	4	3	3	3	31
23	4	2	4	2	3	2	4	3	3	3	30
24	3	1	4	4	4	2	4	4	3	4	33
25	3	4	1	4	4	1	5	4	4	4	34
26	3	2	4	3	4	2	4	3	3	3	31
27	4	2	4	4	3	2	4	3	3	4	33
28	3	2	4	2	2	1	5	2	5	3	29
29	4	2	4	2	2	2	4	2	3	2	27
30	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	38
31	3	4	4	2	5	2	4	4	3	3	34
32	4	2	4	4	3	2	4	4	4	4	35
33	3	3	4	4	3	2	4	4	3	4	34
34	3	2	4	4	4	4	2	4	2	4	33
35	2	2	1	4	4	5	1	4	2	4	29
36	3	2	4	4	4	2	4	5	3	5	36
37	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	35
38	3	3	4	2	3	2	4	3	3	3	30
39	4	2	4	4	4	2	4	3	3	3	33
40	3	2	4	3	3	2	4	4	3	3	31
41	5	2	5	3	4	4	5	4	5	4	41
42	3	2	4	4	3	2	4	4	3	4	33
43	4	2	4	2	3	2	4	3	4	3	31
44	3	2	4	3	3	2	4	3	3	3	30
45	4	1	4	5	4	2	4	4	4	5	37
46	5	4	4	3	3	2	4	3	3	3	34
47	3	2	4	4	4	2	4	3	3	3	32
48	4	3	4	3	3	2	4	3	4	3	33
49	3	4	4	4	3	2	4	4	3	5	36
50	4	3	4	3	4	2	4	4	4	5	37

51	3	3	4	3	3	2	4	3	3	3	31
52	2	1	2	1	4	4	2	3	2	1	22
53	3	3	4	2	3	2	4	4	3	3	31
54	4	2	4	4	3	2	4	3	4	3	33
55	4	4	4	2	3	2	4	2	4	3	32
56	4	1	4	4	3	2	3	3	3	4	31
57	3	3	4	3	3	2	4	3	3	3	31
58	4	3	4	3	4	2	4	4	4	3	35
59	4	3	1	3	4	2	1	4	3	3	28
60	3	2	4	3	3	2	4	3	3	3	30
61	5	3	5	4	4	2	1	4	4	3	35
62	3	2	4	3	3	2	3	3	3	4	30
63	4	2	4	3	4	2	4	4	3	4	34
64	3	4	4	4	3	2	4	4	4	4	36
65	4	2	4	3	2	2	4	3	4	3	31
66	4	2	4	4	2	2	4	4	4	4	34
67	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	37
68	3	3	5	4	5	2	4	5	3	4	38
69	4	3	1	3	4	1	5	3	2	3	29
70	4	1	4	2	3	2	4	3	3	4	26
71	4	1	4	2	3	2	4	4	4	3	27
72	3	2	4	3	4	2	4	3	3	3	31
73	3	2	4	3	4	2	4	4	3	3	32
74	4	2	4	3	3	2	4	3	4	3	32
75	3	2	4	4	4	2	4	4	3	4	34
76	3	3	4	4	3	4	2	4	2	4	33
77	2	2	1	4	4	5	1	4	2	4	29
78	3	4	4	5	5	2	4	5	3	5	40
79	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	38
80	3	2	4	2	2	2	4	4	3	4	30
81	4	1	4	3	4	2	4	4	3	3	32
82	3	2	4	2	3	2	4	3	3	3	29
83	5	3	5	3	3	4	5	3	5	4	40
84	3	2	4	4	4	2	4	4	3	4	34
85	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	36
86	3	2	4	3	4	2	4	3	3	4	32
87	4	2	4	3	4	2	4	4	4	4	35
88	5	2	4	4	3	2	4	4	3	4	35
89	3	3	4	3	4	2	4	3	3	3	32
90	4	2	4	4	4	2	4	3	4	3	34
91	3	3	4	2	3	2	4	3	3	3	30
92	4	2	4	4	4	2	4	4	4	3	35
93	5	4	5	3	4	4	5	4	5	3	42
94	4	5	2	3	3	4	2	5	2	3	33
95	5	2	5	3	4	4	5	4	5	4	41
96	5	3	5	4	3	4	5	4	5	4	42
97	4	2	2	2	2	4	2	4	2	4	28
98	5	1	5	4	4	4	5	4	5	4	41
99	2	3	2	2	3	4	2	4	2	3	27
100	5	3	5	4	4	4	5	4	5	4	43

No.	Kepuasan Pelanggan										total skor
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	5	2	4	4	5	4	4	3	4	4	39
2	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	37
3	5	4	4	4	5	3	4	5	4	4	42
4	5	2	4	4	1	3	4	3	3	3	32
5	5	1	4	4	5	4	4	3	4	4	38
6	4	2	3	3	4	3	3	4	3	3	32
7	5	2	4	4	4	4	4	4	3	3	37
8	4	2	3	3	4	2	3	4	3	3	31
9	5	2	4	3	4	2	4	4	3	3	34
10	4	2	3	3	3	2	3	4	3	2	29
11	4	2	3	3	4	3	3	4	3	3	32
12	5	3	3	3	4	3	3	5	3	3	35
13	5	1	3	3	5	3	3	3	3	3	32
14	5	3	4	3	5	4	3	5	3	3	38
15	4	2	4	3	4	4	3	4	4	3	35
16	5	2	3	4	5	4	4	3	4	4	38
17	5	1	5	5	5	5	5	3	5	5	44
18	4	2	4	4	4	4	3	4	4	3	36
19	4	2	4	4	4	3	3	4	3	3	34
20	5	2	4	4	4	4	3	5	3	3	37
21	2	4	4	4	2	4	4	2	3	4	33
22	5	2	3	3	5	3	4	3	3	3	34
23	5	2	4	4	4	3	4	4	3	3	36
24	5	2	4	4	5	3	4	3	4	4	38
25	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	39
26	5	1	3	3	5	4	3	3	3	3	33
27	4	2	4	2	3	4	3	4	4	3	33
28	4	2	3	3	4	3	2	4	3	2	30
29	5	2	3	2	5	3	2	3	2	2	29
30	5	2	4	4	4	4	3	4	3	3	36
31	5	2	4	4	5	4	4	3	3	4	38
32	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	36
33	5	2	4	4	5	4	4	3	4	4	39
34	5	4	4	4	5	4	3	5	3	3	40
35	5	2	4	4	5	4	4	3	4	4	39
36	4	2	4	4	2	4	4	2	4	4	34
37	5	2	4	3	5	4	3	3	3	3	35
38	4	2	3	3	4	3	3	1	3	3	29
39	4	2	4	4	3	4	4	4	3	4	36
40	5	2	3	3	5	3	3	3	3	3	33
41	4	2	3	4	3	3	4	2	4	4	33
42	5	2	3	3	5	2	3	3	3	3	32
43	4	2	2	3	4	2	3	4	3	3	30
44	4	2	3	2	3	2	3	4	3	3	29
45	5	3	4	3	1	4	3	3	4	3	33
46	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	31
47	5	1	3	3	5	3	3	3	3	3	32
48	4	1	4	4	2	4	4	3	3	3	32
49	5	2	4	5	5	4	4	3	4	4	40
50	4	2	4	3	4	4	3	4	4	4	36

51	5	2	3	3	5	3	3	3	3	3	33
52	4	2	3	3	2	3	3	2	3	3	28
53	5	2	4	3	5	3	4	3	3	3	35
54	5	2	4	4	4	3	3	2	3	3	33
55	5	2	3	3	5	4	3	3	3	3	34
56	4	2	4	3	4	3	4	4	3	4	35
57	5	2	3	3	5	3	3	3	3	3	33
58	5	1	3	3	4	3	3	4	3	3	32
59	5	2	4	4	5	3	3	3	3	3	35
60	4	2	3	3	4	3	3	4	3	3	32
61	5	2	3	4	5	3	3	3	3	3	34
62	5	4	3	3	5	3	3	5	3	3	37
63	5	2	4	4	5	4	3	3	4	3	37
64	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	37
65	4	2	3	3	4	3	4	4	3	3	33
66	5	2	3	3	5	3	3	3	3	3	33
67	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	39
68	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	39
69	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	37
70	4	2	3	3	4	4	4	4	3	3	34
71	4	2	3	3	4	3	3	4	3	3	32
72	5	2	3	4	5	3	3	3	3	3	34
73	5	2	4	3	5	3	3	3	3	3	34
74	4	2	3	3	4	3	4	4	3	3	33
75	5	2	4	4	5	3	4	3	3	3	36
76	4	2	4	3	4	3	4	1	3	4	32
77	5	2	4	3	5	3	4	3	4	4	37
78	4	2	5	4	2	4	4	2	4	4	35
79	5	2	4	3	5	4	4	3	4	4	38
80	4	2	4	3	4	3	3	1	3	3	30
81	4	2	4	3	3	3	4	4	3	3	33
82	5	2	3	3	5	3	3	3	2	2	31
83	4	2	3	3	3	3	3	2	3	3	29
84	5	2	4	3	5	3	4	3	3	3	35
85	4	2	4	3	4	3	4	4	3	3	34
86	4	2	3	3	3	3	4	4	3	3	32
87	5	3	4	4	1	3	3	3	3	3	32
88	4	2	4	3	3	3	3	4	3	3	32
89	5	1	4	4	5	3	3	3	3	3	34
90	4	1	4	4	2	4	4	3	3	4	33
91	5	2	3	4	5	4	3	3	3	3	35
92	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	38
93	5	4	4	4	5	3	3	5	3	3	39
94	5	1	4	4	5	4	3	3	4	3	36
95	5	4	3	4	5	4	3	5	4	3	40
96	5	4	4	3	5	4	4	5	3	4	41
97	5	2	4	3	5	3	3	3	3	3	34
98	5	4	4	4	5	3	4	5	3	3	40
99	5	1	4	3	5	3	4	3	4	3	35
100	5	4	3	4	5	3	4	5	3	3	39

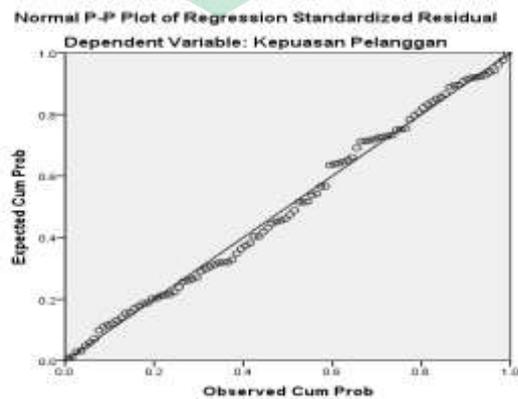
Lampiran Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Harga	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
N		100	100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	30.93	33.44	34.73
	Std. Deviation	4.759	3.917	3.234
Most Extreme Differences	Absolute	.104	.115	.109
	Positive	.104	.115	.109
	Negative	-.094	-.060	-.079
Kolmogorov-Smirnov Z		1.041	1.152	1.093
Asymp. Sig. (2-tailed)		.228	.141	.183

Lampiran Gambar Hasil Uji Normalitas



Lampiran Tabel Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.568 ^a	.323	.309	2.689	1.767

Lampiran Tabel Hasil Uji Multikolinearitas

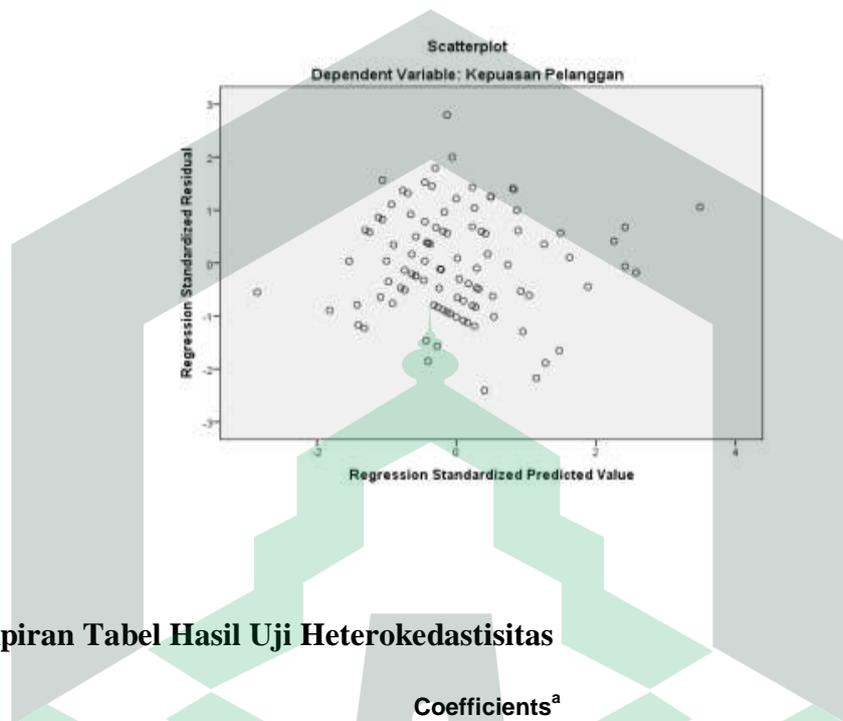
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.517	2.586		6.775	.000
	Kualitas Pelayanan	.293	.072	.354	4.059	.000
	Harga	.240	.059	.353	4.048	.000

Coefficients^a

Model		Correlations			Collinearity Statistics	
		Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)					
	Kualitas Pelayanan	.457	.381	.339	.916	1.092
	Harga	.456	.380	.338	.916	1.092

Lampiran Gambar Hasil Uji Heterokedastisitas



Lampiran Tabel Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.716	1.469		1.169	.245
1					
Kualitas Pelayanan	.012	.041	.030	.281	.779
Harga	.002	.034	.008	.074	.941

Coefficients^a

Model		Correlations			Collinearity Statistics	
		Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)					
	Kualitas Pelayanan	.032	.029	.029	.916	1.092
	Harga	.016	.008	.008	.916	1.092

LAMPIRAN HASIL UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Lampiran Hasil Uji Determinan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.568 ^a	.323	.309	2.689

Lampiran Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	334.565	2	167.282	23.143	.000 ^b
	Residual	701.145	97	7.228		
	Total	1035.710	99			

Lampiran Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.517	2.586		6.775	.000
	Harga	.240	.059	.353	4.048	.000
	Kualitas Pelayanan	.293	.072	.354	4.059	.000

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	29.48	41.15	34.73	1.838	100
Residual	-6.466	7.517	.000	2.661	100
Std. Predicted Value	-2.857	3.490	.000	1.000	100
Std. Residual	-2.405	2.796	.000	.990	100

Lampiran Data Identitas Responden

57	Ridawang	32 Tahun	Perempuan	IRT	SMP
58	Irmawati Ragadang	29 Tahun	Perempuan	IRT	SMA
59	Muh. Dadang	22 Tahun	Laki-laki	Karyawan Swasta	SMA
60	Warnida	34 Tahun	Perempuan	IRT	SMP
61	Anda pawaru	25 Tahun	Perempuan	Perawat	Perguruan Tinggi
62	Nursakina Puri	23 Tahun	Perempuan	Karyawan Swasta	Perguruan Tinggi
63	Wulandari	23 Tahun	Perempuan	IRT	SMA
64	Nur Afni karim	26 Tahun	Perempuan	IRT	Perguruan Tinggi
65	Nur Rahmi Karim	25 Tahun	Perempuan	Perawat	Perguruan Tinggi
66	Irmayanti	21 Tahun	Perempuan	Mahasiswa	SMA
67	Airin Regina	16 Tahun	Perempuan	Pelajar	SMP
68	Muh. Fahri	16 Tahun	Laki-laki	Pelajar	SMP
69	Nur Azizah	18 Tahun	Perempuan	Pelajar	SMA
70	Suci Dwi Ramadhani	16 Tahun	Perempuan	Pelajar	SMP
71	Abdul Raka	17 Tahun	Laki-laki	Pelajar	SMA
72	Aisyah Malaika	18 Tahun	Perempuan	Pelajar	SMA
73	Ema	16 Tahun	Perempuan	Pelajar	SMP
74	Kusumawati Usman	21 Tahun	Perempuan	Mahasiswa	SMA
75	Usniwati Usman	25 Tahun	Perempuan	Guru Honoror	Perguruan Tinggi
76	Iddayanti	26 Tahun	Perempuan	IRT	SMA
77	Fitriani	27 Tahun	Perempuan	Guru Honoror	Perguruan Tinggi
78	Odeng	16 Tahun	Perempuan	-	SMP
79	Uli	27 Tahun	Perempuan	-	SMA
80	Puput	20 Tahun	Perempuan	-	SMA
81	Awi	26 Tahun	Laki-laki	Mahasiswa	SMA
82	Riri	26 Tahun	Perempuan	Perawat	Perguruan Tinggi
83	Dian	25 Tahun	Perempuan	Karyawan Swasta	SMA
84	Lilis	35 Tahun	Perempuan	Guru	Perguruan Tinggi
85	Iccang	20 Tahun	Laki-laki	-	SMA
86	Iwan	25 Tahun	Laki-laki	Karyawan Swasta	SMA
87	Indah	21 Tahun	Perempuan	IRT	SMP
88	Ana	20 Tahun	Perempuan	Mahasiswa	SMA
89	Marwah	21 Tahun	Perempuan	Mahasiswa	SMA
90	Rika	25 Tahun	Perempuan	Karyawan Swasta	SMA
91	Mitha	25 Tahun	Perempuan	Karyawan Swasta	SMA
92	Abdulah	26 Tahun	Laki-laki	Karyawan Swasta	SMA
93	Azizah	20 Tahun	Perempuan	-	SMA
94	Elsa Angaraeni	20 Tahun	Perempuan	Mahasiswa	SMA
95	Sasa	20 Tahun	Perempuan	Mahasiswa	SMA
96	Ani	27 Tahun	Perempuan	IRT	SMA
97	Hufrah	26 Tahun	Perempuan	IRT	SMA
98	Peni	17 Tahun	Perempuan	Pelajar	SMP
99	Ikka Pawaru	26 Tahun	Perempuan	Guru Honoror	Perguruan Tinggi
100	Sari	21 Tahun	Perempuan	IRT	SMK

50	Nirwana	22 Tahun	Perempuan	-	SMA
51	Alma Tiana	22 Tahun	Perempuan	IRT	SMA
52	Ainun Pratiwi	20 Tahun	Perempuan	-	SMP
53	Ayu Ananda Pratiwi	21 Tahun	Perempuan	Mahasiswa	SMA
54	Nureni	21 Tahun	Perempuan	-	SMA
55	Cening	23 Tahun	Perempuan	Wiraswasta	Perguruan Tinggi
56	Nela claudia	21 Tahun	Perempuan	Mahasiswa	SMA
57	Ridawang	32 Tahun	Perempuan	IRT	SMP
58	Irmawati Ragadang	29 Tahun	Perempuan	IRT	SMA
59	Muh. Dadang	22 Tahun	Laki-laki	Karyawan Swasta	SMA
60	Warnida	34 Tahun	Perempuan	IRT	SMP
61	Anda pawaru	25 Tahun	Perempuan	Perawat	Perguruan Tinggi
62	Nursakina Puri	23 Tahun	Perempuan	Karyawan Swasta	Perguruan Tinggi
63	Wulandari	23 Tahun	Perempuan	IRT	SMA
64	Nur Afni karim	26 Tahun	Perempuan	IRT	Perguruan Tinggi
65	Nur Rahmi Karim	25 Tahun	Perempuan	Perawat	Perguruan Tinggi
66	Irmayanti	21 Tahun	Perempuan	Mahasiswa	SMA
67	Airin Regina	11 Tahun	Perempuan	Pelajar	Belum Tamat Sd
68	Muh. Fahri	11 Tahun	Laki-laki	Pelajar	Belum tamat Sd
69	Nur Azizah	11 Tahun	Perempuan	Pelajar	Belum Tamat Sd
70	Suci Dwi Ramadhani	11 Tahun	Perempuan	Pelajar	Belum Tamat Sd
71	Abdul Raka	12 Tahun	Laki-laki	Pelajar	Belum Tamat Sd
72	Aisyah Malaika	14 Tahun	Perempuan	Pelajar	SD
73	Ema	16 Tahun	Perempuan	Pelajar	SMP
74	Kusumawati Usman	21 Tahun	Perempuan	Mahasiswa	SMA
75	Usniwati Usman	25 Tahun	Perempuan	Guru Honorer	Perguruan Tinggi
76	Iddayanti	26 Tahun	Perempuan	IRT	SMA
77	Fitriani	27 Tahun	Perempuan	Guru Honorer	Perguruan Tinggi
78	Odeng	16 Tahun	Perempuan	-	SMP
79	Uli	27 Tahun	Perempuan	-	SMA
80	Puput	20 Tahun	Perempuan	-	SMA
81	Awil	26 Tahun	Laki-laki	Mahasiswa	SMA
82	Riri	26 Tahun	Perempuan	Perawat	Perguruan Tinggi
83	Dian	25 Tahun	Perempuan	Karyawan Swasta	SMA
84	Lilis	35 Tahun	Perempuan	Guru	Perguruan Tinggi
85	Iccang	20 Tahun	Laki-laki	-	SMA
86	Iwan	25 Tahun	Laki-laki	Karyawan Swasta	SMA
87	Indah	21 Tahun	Perempuan	IRT	SMP
88	Ana	20 Tahun	Perempuan	Mahasiswa	SMA
89	Marwah	21 Tahun	Perempuan	Mahasiswa	SMA
90	Rika	25 Tahun	Perempuan	Karyawan Swasta	SMA
91	Mitha	25 Tahun	Perempuan	Karyawan Swasta	SMA
92	Abdulah	26 Tahun	Laki-laki	Karyawan Swasta	SMA
93	Azizah	20 Tahun	Perempuan	-	SMA
94	Elsa Angaraeni	20 Tahun	Perempuan	Mahasiswa	SMA
95	Sasa	20 Tahun	Perempuan	Mahasiswa	SMA
96	Ani	27 Tahun	Perempuan	IRT	SMA
97	Hufrah	26 Tahun	Perempuan	IRT	SMA
98	Peni	17 Tahun	Perempuan	Pelajar	SMP
99	Ikka Pawaru	26 Tahun	Perempuan	Guru Honorer	Perguruan Tinggi
100	Sari	21 Tahun	Perempuan	IRT	SMK

Distribusi Nilai t_{tabel}

d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$
29	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756
30	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750
31	1.309	1.696	2.040	2.453	2.744
32	1.309	1.694	2.037	2.449	2.738
33	1.308	1.692	2.035	2.445	2.733
34	1.307	1.691	2.032	2.441	2.728
35	1.306	1.690	2.030	2.438	2.724
36	1.306	1.688	2.028	2.434	2.719
37	1.305	1.687	2.026	2.431	2.715
38	1.304	1.686	2.024	2.429	2.712
39	1.304	1.685	2.023	2.426	2.708
40	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704
41	1.303	1.683	2.020	2.421	2.701
42	1.302	1.682	2.018	2.418	2.698
43	1.302	1.681	2.017	2.416	2.695
44	1.301	1.680	2.015	2.414	2.692
45	1.301	1.679	2.014	2.412	2.690
46	1.300	1.679	2.013	2.410	2.687
47	1.300	1.678	2.012	2.408	2.685
48	1.299	1.677	2.011	2.407	2.682
49	1.299	1.677	2.010	2.405	2.680
50	1.299	1.676	2.009	2.403	2.678
51	1.298	1.675	2.008	2.402	2.676
52	1.298	1.675	2.007	2.400	2.674
53	1.298	1.674	2.006	2.399	2.672
54	1.297	1.674	2.005	2.397	2.670
55	1.297	1.673	2.004	2.396	2.668
89	1.293	1.666	1.990	2.376	2.641
90	1.293	1.666	1.990	2.375	2.640
91	1.293	1.665	1.990	2.374	2.639
92	1.293	1.665	1.989	2.374	2.639
93	1.293	1.665	1.989	2.373	2.638
94	1.293	1.665	1.989	2.373	2.637
95	1.293	1.665	1.988	2.372	2.637
96	1.292	1.664	1.988	2.372	2.636
97	1.292	1.664	1.988	2.371	2.635
98	1.292	1.664	1.987	2.371	2.635
99	1.292	1.664	1.987	2.370	2.634
100	1.292	1.664	1.987	2.370	2.633
101	1.292	1.663	1.986	2.369	2.633
102	1.292	1.663	1.986	2.369	2.632
103	1.292	1.663	1.986	2.368	2.631
104	1.292	1.663	1.985	2.368	2.631
105	1.292	1.663	1.985	2.367	2.630
106	1.291	1.663	1.985	2.367	2.629
107	1.291	1.662	1.984	2.366	2.629
108	1.291	1.662	1.984	2.366	2.628
109	1.291	1.662	1.984	2.365	2.627
110	1.291	1.662	1.983	2.365	2.627
111	1.291	1.662	1.983	2.364	2.626
112	1.291	1.661	1.983	2.364	2.625
113	1.291	1.661	1.982	2.363	2.625
114	1.291	1.661	1.982	2.363	2.624
115	1.291	1.661	1.982	2.362	2.623

Dari "Table of Percentage Points of the t-Distribution." Biometrika, Vol. 32. (1941), p. 300. Reproduced by permission of the Biometrika Trustess.

Distribusi Nilai r_{tabel}

Signifikansi 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilitas = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	15	20	30	40	50
91	3.09	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.76
92	3.04	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.76
93	3.04	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.76
94	3.04	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.04	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.04	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
97	3.04	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
98	3.04	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.79	1.77
99	3.04	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.79	1.77
100	3.04	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.86	1.82	1.79	1.77
101	3.04	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.03	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.03	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.03	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.03	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.03	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.03	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.03	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.03	3.08	2.69	2.45	2.30	2.19	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.03	3.08	2.69	2.45	2.30	2.19	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.03	3.08	2.69	2.45	2.30	2.19	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.03	3.08	2.69	2.45	2.30	2.19	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.03	3.08	2.68	2.45	2.29	2.19	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.02	3.08	2.68	2.45	2.29	2.19	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
115	3.02	3.08	2.68	2.45	2.29	2.19	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.02	3.07	2.68	2.45	2.29	2.19	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.02	3.07	2.68	2.45	2.29	2.19	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.02	3.07	2.68	2.45	2.29	2.19	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.02	3.07	2.68	2.45	2.29	2.19	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.02	3.07	2.68	2.45	2.29	2.19	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.02	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.02	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.02	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.02	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.02	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.02	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.02	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.02	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.01	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.01	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.01	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.01	3.08	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.01	3.08	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.01	3.08	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.01	3.08	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

Table A-1
Models with an intercept (from Savin and White)

Durbin-Watson Statistic: 1 Per Cent Significance Points of dL and dU

n	k*=1		k*=2		k*=3		k*=4		k*=5		k*=6		k*=7		k*=8		k*=9		k*=10	
	dL	dU																		
6	0.390	1.142
7	0.435	1.036	0.294	1.676
8	0.497	1.003	0.345	1.489	0.229	2.102
9	0.554	0.998	0.408	1.389	0.279	1.875	0.183	2.433
10	0.604	1.001	0.466	1.333	0.340	1.733	0.230	2.195	0.150	2.680
11	0.652	1.010	0.519	1.297	0.396	1.640	0.286	2.050	0.193	2.853	0.124	2.892
12	0.697	1.023	0.569	1.274	0.449	1.575	0.339	1.913	0.244	2.280	0.164	2.665	0.105	3.053
13	0.738	1.038	0.616	1.261	0.499	1.526	0.391	1.826	0.294	2.150	0.211	2.490	0.140	2.838	0.080	3.182
14	0.776	1.054	0.660	1.254	0.547	1.490	0.441	1.757	0.343	2.049	0.257	2.354	0.185	2.667	0.122	2.981	0.078	3.287
15	0.811	1.070	0.700	1.252	0.591	1.465	0.487	1.705	0.390	1.967	0.303	2.244	0.226	2.530	0.161	2.817	0.107	3.101	0.068	3.374
16	0.844	1.086	0.738	1.253	0.633	1.447	0.532	1.664	0.437	1.901	0.349	2.153	0.269	2.416	0.200	2.681	0.142	2.944	0.094	3.201
17	0.875	1.102	0.775	1.255	0.672	1.432	0.574	1.631	0.481	1.847	0.393	2.078	0.313	2.319	0.241	2.566	0.179	2.811	0.127	3.053
18	0.902	1.118	0.805	1.259	0.708	1.422	0.614	1.604	0.522	1.803	0.435	2.015	0.355	2.238	0.282	2.467	0.216	2.697	0.160	2.925
19	0.928	1.133	0.835	1.264	0.742	1.416	0.650	1.583	0.561	1.767	0.476	1.963	0.396	2.169	0.322	2.381	0.255	2.597	0.196	2.813
20	0.952	1.147	0.862	1.270	0.774	1.410	0.684	1.567	0.598	1.736	0.515	1.918	0.436	2.110	0.362	2.308	0.294	2.510	0.232	2.174
21	0.975	1.161	0.889	1.276	0.803	1.408	0.718	1.554	0.634	1.712	0.552	1.881	0.474	2.059	0.400	2.244	0.331	2.454	0.268	2.625
22	0.997	1.174	0.915	1.284	0.832	1.407	0.748	1.543	0.666	1.691	0.587	1.849	0.510	2.015	0.437	2.188	0.368	2.367	0.304	2.548
23	1.017	1.186	0.938	1.290	0.858	1.407	0.777	1.535	0.699	1.674	0.620	1.821	0.548	1.977	0.473	2.140	0.404	2.338	0.340	2.479
24	1.037	1.199	0.959	1.298	0.881	1.407	0.805	1.527	0.728	1.659	0.652	1.797	0.578	1.944	0.507	2.097	0.439	2.255	0.375	2.417
25	1.055	1.210	0.981	1.305	0.906	1.408	0.832	1.521	0.756	1.645	0.682	1.776	0.610	1.915	0.540	2.059	0.473	2.209	0.409	2.362
26	1.072	1.222	1.000	1.311	0.928	1.410	0.855	1.517	0.782	1.635	0.711	1.759	0.640	1.889	0.572	2.026	0.505	2.168	0.441	2.313
27	1.088	1.232	1.019	1.318	0.948	1.413	0.878	1.514	0.808	1.625	0.738	1.743	0.669	1.867	0.602	1.997	0.536	2.131	0.473	2.269
28	1.104	1.244	1.036	1.325	0.969	1.414	0.901	1.512	0.832	1.618	0.764	1.729	0.696	1.847	0.630	1.970	0.566	2.098	0.504	2.229
29	1.119	1.254	1.053	1.332	0.988	1.418	0.921	1.511	0.855	1.611	0.788	1.714	0.723	1.830	0.658	1.947	0.595	2.068	0.533	2.193
30	1.134	1.264	1.070	1.339	1.006	1.421	0.941	1.510	0.877	1.606	0.812	1.707	0.748	1.814	0.684	1.925	0.622	2.041	0.562	2.160
31	1.147	1.274	1.085	1.345	1.022	1.425	0.960	1.509	0.897	1.601	0.834	1.698	0.772	1.800	0.710	1.906	0.649	2.017	0.589	2.131
32	1.160	1.283	1.100	1.351	1.039	1.428	0.978	1.509	0.917	1.597	0.856	1.690	0.794	1.788	0.734	1.889	0.674	1.995	0.615	2.104
33	1.171	1.291	1.114	1.358	1.055	1.432	0.995	1.510	0.935	1.594	0.876	1.683	0.816	1.776	0.757	1.874	0.698	1.975	0.641	2.080
34	1.184	1.298	1.128	1.364	1.070	1.436	1.012	1.511	0.954	1.591	0.896	1.677	0.837	1.766	0.779	1.860	0.722	1.957	0.665	2.057
35	1.195	1.307	1.141	1.370	1.085	1.439	1.028	1.512	0.971	1.589	0.914	1.671	0.857	1.757	0.800	1.847	0.744	1.940	0.689	2.037
36	1.205	1.315	1.153	1.376	1.098	1.442	1.043	1.513	0.987	1.587	0.932	1.666	0.877	1.749	0.821	1.836	0.766	1.925	0.711	2.018
37	1.217	1.322	1.164	1.383	1.112	1.446	1.058	1.514	1.004	1.585	0.950	1.662	0.895	1.742	0.841	1.825	0.787	1.911	0.733	2.001
38	1.227	1.330	1.176	1.388	1.124	1.449	1.072	1.515	1.019	1.584	0.966	1.658	0.913	1.735	0.860	1.816	0.807	1.899	0.754	1.985
39	1.237	1.337	1.187	1.392	1.137	1.452	1.085	1.517	1.032	1.583	0.982	1.655	0.930	1.729	0.878	1.807	0.826	1.887	0.774	1.970
40	1.246	1.344	1.197	1.398	1.149	1.456	1.098	1.518	1.047	1.583	0.997	1.652	0.946	1.724	0.895	1.799	0.844	1.876	0.749	1.956
45	1.288	1.376	1.245	1.424	1.201	1.474	1.156	1.528	1.111	1.583	1.065	1.643	1.019	1.704	0.974	1.768	0.927	1.854	0.881	1.902
50	1.324	1.403	1.285	1.445	1.245	1.491	1.206	1.537	1.164	1.587	1.123	1.639	1.081	1.692	1.039	1.748	0.997	1.805	0.955	1.864
55	1.356	1.428	1.320	1.466	1.284	1.505	1.246	1.548	1.209	1.592	1.172	1.638	1.134	1.685	1.095	1.734	1.057	1.785	1.018	1.837
60	1.382	1.449	1.351	1.484	1.317	1.520	1.283	1.559	1.248	1.598	1.214	1.639	1.179	1.682	1.144	1.726	1.108	1.771	1.072	1.817
65	1.407	1.467	1.377	1.500	1.346	1.534	1.314	1.568	1.283	1.604	1.251	1.642	1.218	1.680	1.186	1.720	1.153	1.761	1.120	1.802
70	1.429	1.485	1.400	1.514	1.372	1.546	1.343	1.577	1.313	1.611	1.283	1.645	1.253	1.680	1.223	1.716	1.192	1.754	1.162	1.792
75	1.448	1.501	1.422	1.529	1.395	1.557	1.368	1.586	1.340	1.617	1.313	1.649	1.284	1.682	1.256	1.714	1.227	1.748	1.199	1.783
80	1.465	1.514	1.440	1.541	1.416	1.568	1.390	1.595	1.364	1.624	1.338	1.653	1.312	1.683	1.285	1.714	1.259	1.745	1.232	1.777
85	1.481	1.529	1.458	1.553	1.434	1.577	1.411	1.603	1.386	1.630	1.362	1.657	1.337	1.685	1.312	1.714	1.287	1.743	1.262	1.773
90	1.496	1.541	1.474	1.563	1.452	1.587	1.429	1.611	1.406	1.636	1.383	1.661	1.360	1.687	1.336	1.714	1.312	1.741	1.288	1.769
95	1.510	1.552	1.489	1.573	1.468	1.596	1.446	1.618	1.425	1.641	1.403	1.666	1.381	1.690	1.358	1.715	1.336	1.741	1.313	1.767
100	1.522	1.562	1.502	1.582	1.482	1.604	1.461	1.625	1.441	1.647	1.421	1.670	1.400	1.693	1.378	1.717	1.357	1.741	1.335	1.765
150	1.611	1.637	1.598	1.651	1.584	1.665	1.571	1.679	1.557	1.693	1.543	1.708	1.530	1.722	1.515	1.737	1.501	1.752	1.486	1.767
200	1.664	1.684	1.653	1.693	1.643	1.704	1.633	1.715	1.623	1.725	1.613	1.735	1.603	1.746	1.592	1.757	1.582	1.768	1.571	1.779

k is the number of regressors excluding the intercept

DOKUMENTASI



Pengisian Angket



Pemilik Warung Melayani Konsumen



Warung Nampak Depan



Pelanggan Yang Berkunjung



SURAT KEPUTUSAN
REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
NOMOR 95 TAHUN 2019

TENTANG
PENGANGKATAN TIM DOSEN PEMBIMBING DAN PENGUJI SEMINAR PROPOSAL, SEMINAR HASIL
DAN UJIAN MUNAQASYAH MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALOPO
TAHUN 2019

REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

- Memandang a. bahwa demi kelancaran proses pengujian seminar proposal, seminar hasil dan ujian munaqasyah bagi mahasiswa Program S1, maka dipandang perlu dibentuk Tim Dosen Pembimbing dan Penguji Seminar Proposal, Seminar Hasil dan Ujian Munaqasyah,
- b. bahwa untuk menjamin terlaksananya tugas Tim Dosen Pembimbing dan Penguji Seminar Proposal, Seminar Hasil dan Ujian Munaqasyah sebagaimana dimaksud dalam butir a di atas, maka perlu ditetapkan melalui surat Keputusan Rektor
- Mengingat 1. Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional,
2. Undang-Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi,
3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan dan Pengelolaan Perguruan Tinggi,
4. Peraturan Presiden RI Nomor 141 Tahun 2014 tentang Perubahan STAIN Palopo Menjadi IAIN Palopo,
5. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 5 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Palopo
- Memperhatikan DIPA IAIN Palopo Tahun Anggaran 2019
- MEMUTUSKAN
- Menetapkan KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO TENTANG PENGANGKATAN TIM DOSEN PEMBIMBING DAN PENGUJI SEMINAR PROPOSAL, SEMINAR HASIL DAN UJIAN MUNAQASYAH MAHASISWA PROGRAM S1 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
- Pertama Mengangkat mereka yang tersebut namanya pada lampiran surat keputusan ini sebagaimana yang tersebut pada alinea pertama huruf (a) di atas.
- Kedua Tugas Tim Dosen Pembimbing dan Penguji Seminar proposal, Seminar Hasil dan Ujian Munaqasyah adalah mengoreksi, mengarahkan, menilai, mengevaluasi dan menguji kompetensi dan kemampuan mahasiswa berdasarkan skripsi yang diajukan serta memberi dan menyampaikan hasil keputusan atas pelaksanaan ujian skripsi mahasiswa berdasarkan pertimbangan tingkat penguasaan dan kualitas penulisan karya ilmiah dalam bentuk skripsi.
- Ketiga Segala biaya yang timbul sebagai akibat diterapkannya Surat Keputusan ini dibebankan kepada DIPA IAIN PALOPO TAHUN 2019
- Keempat Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal diterapkannya dan berakhir setelah kegiatan pengujian munaqasyah selesai, dan akan diadakan perbaikan seperlunya jika terdapat kekeliruan didalamnya.
- Kelima Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di Palopo
pada Tanggal 20 Agustus 2019

Rektor
Jurusan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam,

Ranlan M

Yemlinaan

1. Kabiro AUAK,
2. Peringgai,
3. Mahasiswa yang bersangkutan

LAMPIRAN SURAT KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO
NOMOR 95 TAHUN 2019
TENTANG

PENGANGKATAN TIM DOSEN PEMBIMBING DAN PENGUJI SEMINAR PROPOSAL, SEMINAR HASIL,
DAN UJIAN MUNAQASYAH MAHASISWA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO

I. Nama Mahasiswa	Asriah Enayah
NIM	1504010106
Fakultas	Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	Ekonomi Syariah
II. Judul Skripsi	Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bakso di Desa Buntu Terpeda Kecamatan Sabhang
III. Tim Dosen/Penguji	
Ketua Sidang	Dr. Hj. Ramiah M. M.M.
Sekretaris	Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., MA
Penguji Utama (I)	Dr. Helmi Kamal, M.HI
Pembantu Penguji (II)	Ilham, S.Ag., MA
Pembimbing (I) / Penguji	Dr. Mahadin Shaleh, M.Si
Pembimbing (II) / Penguji	Burhan Rafuddin, SE., M.M

Palopo, 20 Agustus 2019

Rektor
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam,

Ramiah M



BERITA ACARA

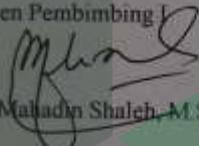
Pada hari Sabtu, Tanggal 17 bulan November tahun 2018 telah dilaksanakan Seminar Proposal atas Proposal Mahasiswa:

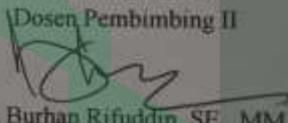
Nama : Astridh Faysah
NIM : 1504010108
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang

Dengan hasil Proposal:

- Proposal di tolak dan Seminar Ulang
- Proposal di terima tanpa Perbaikan
- Proposal diterima dengan Perbaikan
- Proposal tambahan tanpa Seminar Ulang

Demikian Berita Acara ini di buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Dosen Pembimbing I

Dr. Mahadin Shaleh, M.Si.

17 November 2018
Dosen Pembimbing II

Burhan Rifuddin, SE., MM.

Mengetahui:
Ketua Prodi Ekonomi Syariah

Ilham S-Ag, M.A



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

DAFTAR HADIR SEMINAR PROPOSAL 2018

Hari/Tanggal: Sabtu / 17 November 2018

Nama : Astridh Faysah

NIM : 1504010108

URT.	NOMOR		NAMA	TANDA TANGAN
	URT.	NIM		
1.	15 0402	0052	Angga Akbari	
2.	15 0402	0062	Arbi	
3.	15 0401	0173	Rahmat R	
4.	15 0401	0125	Dayang Khairulhita	
5.	15 0401	0112	Nirmalatri N	
6.	15 0401	0113	Audiani Sapitri	
7.	15 0401	0018	Sultra	
8.	15 0401	0116	Winda Alimah	
9.	15 0401	0155	MIDA HANDAYANI	
10.	15 0401	0122	Lisna	
11.	15 0401	0130	Nur Sri Ningsih	
12.	15 0401	0133	Nurul Mida Raudhah	
13.	15 0401	0106	ULFA ARIANTI SAHRUR	
14.	15 0401	0120	Rapat Aprilia - A	
15.	15 0401	0114	Ling-Ling Fauziah	
16.	15 0401	0064	Inggirawan S	
17.	15 0402	0037	Intanpanti	
18.	15 0401	0078	Rosmini	
19.	15 0402	0005	Hairma Latil	
20.	15 0401	0009	Eka Yuliani	
21.	15 0401	0129	Masduki	
22.	15 0401	0118	Vica Andriani	
23.	15 0401	0129	SUPMILA	
24.	15 0401	0050	ANITA	
25.	15 0401	0020	DEWI	



Palopo, 17 November 2018
Wakil Dekan Bidang Akademik

Dr. Takdir, SH., MH



BERITA ACARA

Pada hari Selasa Tanggal, Tiga Bulan September Tahun Dua Ribu Sembilan Belas telah dilaksanakan Ujian Seminar Hasil atas skripsi Mahasiswa :

Nama : Astrid Faysa
NIM : 15 0401 0008
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang.

Dengan hasil Skripsi:

- Skripsi di tolak dan Seminar Ulang
- Skripsi di terima tanpa Perbaikan
- Skripsi diterima dengan Perbaikan ✓
- Skripsi tambahan tanpa Seminar Ulang

Dengan Penguji dan Pembimbing :

Ketua Sidang : Dr. Hj. Ramiah M, M.M
Sekretaris : Dr. Muh. Ruslan Abdullah, M.A.
Penguji I : Dr. Helmi Kamal, M.HI
Penguji II : Ilham, S.Ag., M.A.
Pembimbing I : Dr. Mahadin Shaleh, M.Si.
Pembimbing II : Burhan Rifuddin, SE., M.M

Demikian Berita Acara ini di buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

07 September 2019
Ketua Prodi,

Dr. Fasiha, M.EI.



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO

Jl. Agatis, Telp (0471) 22076 Balandi - Kota Palopo

DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL
Hari/ Tanggal: Selasa, 03 September 2019

NAMA : Astrid Faysa
NIM : 15 0401 0008

NOMOR		NAMA	TANDA TANGAN
URT.	NIM		
01.	15 0402 0167	RISKA	
02.	15 0402 0028	GMMI ROSMIATI	
03.	15 0401 0057	ANNIS	
04.	15 0402 0039	Imayanti	
05.	15 0401 0048	ANISATUL LATIFAH	
06.	15 0402 0030	Irdayanti	
07.	15-0401 0041	Sn Dewi Uman Sari	
08.	15-0402 0120	Leni	
09.	15 0402 0135	Liris karina	
10.	15-0402-0058	ANWALINA HULUL F.	
11.	15 0401 0091	Triana campani	
12.	15 0401 0082	MURLAINI RAHMAT	
13.	15 0401 0114	Ling-Ling Fausih	
14.	15-0401 0122	Lisna Alimudom	
15.	15 0401 010	Lisa Andesani	
16.	15 0401 0116	Winda Alimati	
17.	15 0401 0112	Wirmala Sari	
18.	15 0401 0113	Audriani Sapetri	
19.	15 0401 0144	VESSE HAZELORA	
20.	15 0401 0010	Sulprana	
21.	16 0402 0105	RINA	
22.	16 0401 0020	SARMILA	
23.	16 0402 0209	SUBARTI	
24.	16 0401 0142	Penny Ulfa	

Palopo, 03 September 2019
Kasubag Akademik, Kemahasiswaan & Alumni

Misnawati, ST, MM
NIP 19721209 200312 2 002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Agatis Telp. 0471-22076 Fax. 0471- 325195 Kota Palopo
E-mail : iainpalopo.febi@gmail.com

BERITA ACARA

Pada hari Jumat Tanggal, Dua Puluh Bulan September Tahun Dua Ribu Sembilan Belas telah dilaksanakan Ujian Munaqasyah atas skripsi Mahasiswa :

Nama : Astridh Faysah
NIM : 15 0401 0108
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang.

Dengan hasil Skripsi:

- Skripsi di tolak dan Seminar Ulang
- Skripsi di terima tanpa Perbaikan
- Skripsi diterima dengan Perbaikan
- Skripsi tambahan tanpa Seminar Ulang

Dengan Penguji dan Pembimbing :

Ketua Sidang : Dr. Hj. Ramlah M, M.M

Sekretaris : Dr. Muh. Ruslan Abdullah, M.A.

Penguji I : Dr. Helmi Kamal, M.HI. / *H. Nurul Huda Thaha*

Penguji II : Ilham, S.Ag., M.A.

Pembimbing I : Dr. Mahadin Shaleh, M.Si.

Pembimbing II : *Nurain Batio, S.Pd, M.S, M.Ed*
~~Burhan Rifuddin, SE, M.M.~~

Demikian Berita Acara ini di buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

20 September 2019

Ketua Prodi

[Signature]
Dr. Resiha, M.EI

PENILAIAN UJIAN MUNAQASYAH

Nama Mahasiswa : Astridh Faysah

NIM : 15 0401 0108

Program Studi : Ekonomi Syariah

Hari/Tanggal Ujian : Jumat, 20 September 2019

Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bakso di Desa Buntu Terpedo Kecamatan Sabbang.

NO	ASPEK PENILAIAN	NILAI
A. NILAI TULISAN		
1	Pemilihan dan perumusan masalah serta relevansi. Teoritik dan hipotesis (kalau ada) dengan permasalahan	
2	Ketepatan aspek metodologi	
3	Kualitas sumber data (primer/sekunder, faktor-faktor kesulitan memperoleh/mencerna)	
4	Kekuatan analisis dan penyajian tulisan	
5	Kedalaman saran	
6	Tata tulisan	
JumlahNilai A		96
B. NILAI LISAN		
1	Kemampuan mengemukakan dan menguraikan pemikiran/pendapat	
2	Ketepatan dan relevansi jawaban	
3	Penguasaan materi skripsi	
4	Penampilan (sikap, emosi dan kesopanan)	
JumlahNilai B		94

$A + B = 90$

20 September 2019

Penguji I



HAMDAZI T, M.Pd.I
Dr. Helmi Kamal, M.H.

Penguji II



Ihrah, S.Ag., M.A.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Agatis Balandi Telp. 0471-22076

Website: <http://www.iainpalopo.ac.id/> / <http://febi-iainpalopo.ac.id/>

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini Dosen penguji dan Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut membaca dan menulis al-Qur'an dengan kurang/baik/lancar *coret yang tidak sesuai dengan kemampuan mahasiswa.

Nama : ASTRIDH FAYSAH
NIM : 15.0901.0108
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mengetahui :
Ketua Prodi Ekonomi Syariah

Dr. Fasiha, M.EI

Palopo,
Dosen Penguji

2019

Dr. Muhammad Tahmid Nur, M. Ag

RIWAYAT PENULIS



ASTRIDH FAYSAH Lahir di Padang Sarre pada tanggal 22 bulan Oktober 1997, anak kelima dari tujuh bersaudara dari pasangan ayahanda Pambo Alam Amin dan Hadini. Saudara pertama bernama Ahmad Fadlhy, anak kedua bernama Ardiansyah, anak ketiga bernama Abdullah, anak keempat bernama Asril, anak keenam bernama Azizah dan anak terakhir bernama Aisyah Nurul Aini. Penulis menempuh pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SD Negeri 013 Padang Sarre Desa Buntu Torpedo Kecamatan Sabbang Kabupaten Luwu Utara 2009-2012. Selanjutnya penulis menempuh Pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 5 Luwu Utara di Kelurahan Marobo Kecamatan Sabbang Kabupaten Luwu Utara dan mengambil jurusan Ilmu Pengetahuan Alam (IPA) pada tahun 2012-2015. Pada tahun 2015 penulis melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo dan terdaftar sebagai mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, pada tahun 2018 penulis mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang menjadi salah satu program perkuliahan dan ditempatkan di Desa Sumillin Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara dan pada akhirnya penulis menyelesaikan Pendidikan Strata Satu (S1) pada tahun 2019.