

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PS CAFE & RESTAURANT DI RANGKASBITUNG

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh Gelar
Sarjana Manajemen Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan
Bisnis Universitas La Tansa Mashiro



Oleh:

RISMA DWI HENDAYANTI
19111172

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS (FEB)
UNIVERSITAS LA TANS A MASHIRO
RANGKASBITUNG
2023 M/1445 H**

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama : Risma Dwi Hendayanti

NPM : 19111172

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan
Konsumen Pada PS Café & Restaurant di Rangkasbitung.

Skripsi ini telah disetujui untuk diujikan dalam Ujian Sidang Skripsi.

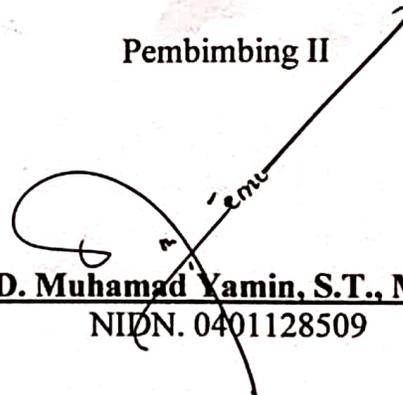
Rangkasbitung, Agustus 2023

Pembimbing I



Euis Ajizah, S.E., M.M
NIDN. 0429018404

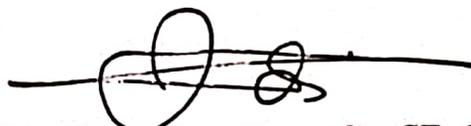
Pembimbing II



D. Muhamad Yamin, S.T., M.M
NIDN. 0401128509

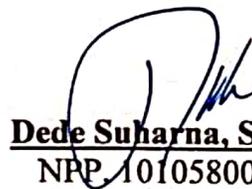
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas La Tansa Mashiro



Dr. Hj. Zakiyya Tunnufus, SE., MM
NPP. 22306740898004

Ketua Program Studi Manajemen



Dede Suharna, S.E., M.M
NPP. 10105800204017

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

Nama : Risma Dwi Hendayanti

NPM : 19111172

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan
Konsumen Pada PS Café & Restaurant di Rangkasbitung.

Skripsi ini telah diujikan dalam ujian sidang skripsi dan dinyatakan **LULUS**.

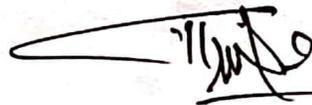
Rangkasbitung, September 2023

Penguji I



Mahmudin, S.HI., M.SI
NIDN. 0423057902

Penguji II



Muhi Mukti, S.E., M.M
NIDN. 0421019001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



Dede Suharna, S.E., M.M
NPR 10105800204017

ABSTRAK

Risma Dwi Hendayanti, 19111172, Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis (FEB) Universitas La Tansa Mashiro Prodi Manajemen “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PS Cafe & Restaurant Di Rangkasbitung”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu SPSS 25. Dalam penelitian ini menggunakan data dengan cara menyebarkan kuesioner kepada konsumen PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung dengan sampel penelitian sebanyak 98 responden dengan teknik *simple random sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1. Variabel Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung. 2. Variabel Harga secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung. 3. Variabel Kualitas Produk dan Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PS Cafe & Restaurant di Rasngkasbitung.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

Risma Dwi Hendayanti, 19111172, Student at the Faculty of Economics and Business (FEB) La Tansa Mashiro University Management Study Program "The Influence of Product Quality and Price on Consumer Satisfaction at PS Cafe & Restaurant in Rangkasbitung".

This research aims to determine the effect of product quality and price on consumer satisfaction at PS Cafe & Restaurant in Rangkasbitung. The research method used in this research is quantitative. The analytical tool used in this research is SPSS 25. This research uses data by distributing questionnaires to PS Cafe & Restaurant consumers in Rangkasbitung with a research sample of 98 respondents using a simple random sampling technique.

The research results show that: 1. The product quality variable partially has a positive and significant effect on consumer satisfaction at PS Cafe & Restaurant in Rangkasbitung. 2. The price variable partially has no effect and is not significant on consumer satisfaction at PS Cafe & Restaurant in Rangkasbitung. 3. Product Quality and Price variables simultaneously have a positive and significant effect on consumer satisfaction at PS Cafe & Restaurant in Rasngkasbitung.

Keywords: Product Quality, Price and Consumer Satisfaction.

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Risma Dwi Hendayanti

Npm : 19111172

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa SKRIPSI yang berjudul :

“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PS Café & Restaurant di Rangkasbitung.”

1. Merupakan hasil karya ilmiah sendiri dan bukan merupakan hasil plagiat dan penjiplakan terhadap karya orang lain, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.
2. Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya mengizinkan dan menyetujui untuk dikelola Universitas La Tansa Mashiro sesuai dengan norma hukum dan etika yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademi berupa pembatalan kelulusan dan pencabutan ijazah yang diperoleh, serta sanksi lainnya yang sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas La Tansa Mashiro.

Rangkasbitung, Agustus 2023

Yang Membuat Pernyataan



Risma Dwi Hendayanti

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis haturkan kehadirat Allah SWT, yang telah senantiasa melimpah rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung”. Skripsi ini merupakan tugas akhir dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas La Tansa Mashiro.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. KH. Soleh Rasyid S.Ag., MM., Selaku rektor Universitas La Tansa Mashiro
2. Ibu Dr. Hj. Zakiyya Tunnufus, SE., MM., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas La Tansa Mashiro
3. Bapak Dede Suharna, SE., MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas La Tansa Mashiro.
4. Ibu Euis Ajizah SE., MM., sebagai dosen pembimbing I dan Bapak D. Muhammad Yamin, S.T., MM., sebagai dosen pembimbing II, yang telah memberikan dorongan dan bimbingan serta saran-saran sehingga proposal ini diselesaikan dengan baik.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas La Tansa Mashiro yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan.

6. Manajemen dan seluruh karyawan PS Cafe & Restaurant Rangkasbitung yang telah memberikan data yang dibutuhkan oleh penulis.
7. Kedua Orang Tua tercinta serta keluarga dan teman-teman yang telah banyak memberikan dukungan baik berupa moril maupun materil kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan waktu, tenaga dan kemampuan, sehingga segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan, demi kesempurnaan penulisan dimasa yang akan datang.

Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi masyarakat, khususnya bagi saya selaku penulis, serta bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti pada bidang yang sama.

Rangkasbitung, 2023

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Pembatasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1.5.1 Tujuan Penelitian	9
1.5.2 Kegunaan Penelitian	10

BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Deskripsi Teori.....	12
2.1.1 Teori Dasar (<i>Grand Theory</i>).....	12
2.1.2 Kepuasan Konsumen (Y).....	14
2.1.3 Kualitas Produk (X ₁).....	18
2.1.4 Harga (X ₂).....	24
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	30
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	42
2.3.1 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	42
2.3.2 Hubungan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	43
2.3.3 Hubungan Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	43
2.4 Kerangka Pemikiran.....	44
2.5 Hipotesis Penelitian	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	48
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	48
3.1.1 Tempat Penelitian	48
3.1.2 Waktu Penelitian.....	48
3.2 Metode Penelitian	49
3.3 Populasi dan Sampling.....	49

3.3.1 Populasi.....	49
3.3.2 Sampel	50
3.4 Operasionalisasi Variabel Penelitian	52
3.4.1 Variabel Dependen (Y).....	52
3.4.2 Variabel Independen (X)	52
3.5 Instrumen Penelitian	56
3.6 Uji Coba Instrumen Penelitian.....	60
3.6.1 Uji Validitas	60
3.6.2 Uji Reliabilitas	61
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.8 Teknik Analisis Data.....	65
3.8.1 Uji Prasyarat Instrumen	65
3.8.2 Uji Prasyarat Data.....	65
3.8.3 Uji Analisis Data.....	73
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	77
4.1 Hasil Penelitian	77
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian	77
4.1.2 Deskriptif Data.....	78
4.1.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	103
4.1.4 Hasil Uji Hipotesis.....	115
4.2 Pembahasan.....	118

4.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PS Cafe & Restaurant Di Rangkasbitung.....	118
4.2.2 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PS Cafe & Restaurant Di Rangkasbitung.....	119
4.2.3 Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PS Cafe & Restaurant Di Rangkasbitung.....	119
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	121
5.1 KESIMPULAN	121
5.2 SARAN.....	122
DAFTAR PUSTAKA.....	123
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data pembelian dan penjualan PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung	5
Tabel 2. 1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian.....	39
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	49
Tabel 3. 2 Jumlah Pembeli di PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung	50
Tabel 3. 3 Operasional Penelitian	54
Tabel 3. 4 Intrumen Penelitian	57
Tabel 3. 5 Pengukuran Skala Likert.....	64
Tabel 3. 6 Interpretasi Koefisien Korelasi	71
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	79
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	80
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden	81
Tabel 4. 4 Jawaban Pernyataan X1.1	82
Tabel 4. 5 Jawaban Pernyataan X1.2	83
Tabel 4. 6 Jawaban Pernyataan X1.3	84
Tabel 4. 7 Jawaban Pernyataan X1.4	85
Tabel 4. 8 Jawaban Pernyataan X1.5	86
Tabel 4. 9 Jawaban Pernyataan X1.6	87
Tabel 4. 10 Jawaban Pernyataan X1.7	88
Tabel 4. 11 Jawaban Pernyataan X1.8	89
Tabel 4. 12 Jawaban Pernyataan X1.9	90

Tabel 4. 13 Jawaban Pernyataan X1.10	91
Tabel 4. 14 Jawaban Pernyataan X2.1	92
Tabel 4. 15 Jawaban Pernyataan X2.2	93
Tabel 4. 16 Jawaban Pernyataan X2.3	94
Tabel 4. 17 Jawaban Pernyataan X2.4	95
Tabel 4. 18 Jawaban Pernyataan X2.5	96
Tabel 4. 19 Jawaban Pernyataan Y1	97
Tabel 4. 20 Jawaban Pernyataan Y2	98
Tabel 4. 21 Jawaban Pernyataan Y3	98
Tabel 4. 22 Jawaban Pernyataan Y4	99
Tabel 4. 23 Uji Statistik Deskriptif Responden	100
Tabel 4. 24 Hasil Uji Validitas Responden Uji Coba	101
Tabel 4. 25 Uji Reliabilitas Intrumen Uji Coba	102
Tabel 4. 26 Hasil Uji Normalitas Secara Parsial.....	104
Tabel 4. 27 Hasil Uji Normalitas LN	105
Tabel 4. 28 Hasil Uji Normalitas LOG	106
Tabel 4. 29 Hasil Uji Normalitas SQRT	107
Tabel 4. 30 Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov	108
Tabel 4. 31 Hasil Uji Multikolinearitas	110
Tabel 4. 32 Uji Autokorelasi	111
Tabel 4. 33 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	112
Tabel 4. 34 Hasil Uji Korelasi	113
Tabel 4. 35 Hasil Uji Koefisien Determinasi	114

Tabel 4. 36 Uji Parsial (Uji t).....	115
Tabel 4. 37 Uji Simultan F.....	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	46
Gambar 3. 1 PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung	48
Gambar 4. 1 Jenis Kelamin.....	79
Gambar 4. 2 Usia	80
Gambar 4. 3 Pekerjaan.....	81
Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	109

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia pada dasarnya mempunyai kebutuhan yang sama, tetapi karena budaya maka kebutuhan itu ikut berbeda. Untuk mencukupi kebutuhannya, manusia menyesuaikan diri dengan prioritas yang tersedia. Kebutuhan manusia yang paling hakiki salah satunya adalah kebutuhan makanan dan minuman.

Masyarakat Indonesia saat ini dalam memenuhi kebutuhan pangan, mereka lebih memilih mengkonsumsi makanan siap saji. Karena mereka menganggap bahwa makanan siap saji lebih cepat dan dianggap sebagai makanan bergengsi di kalangan anak muda. Kini bisnis di Indonesia terutama bisnis kuliner sedang merasakan persaingan yang ketat untuk memenuhi kebutuhan primer manusia.

Menyebarnya bisnis kuliner juga terjadi di kota Rangkasbitung, terdapat beraneka ragam bisnis kuliner seperti kafe dan restoran, angkringan, rumah makan dan lainnya. Salah satunya yang saat ini sedang bersaing adalah bisnis kafe dan restoran.

Restoran merupakan perusahaan yang menjual produk dan jasa yang dikenal tidak hanya sebagai tempat makan saja, namun juga dikenal karena produk dan pelayanan yang disajikan bahkan harga pun bisa menjadi penentu. Semakin beragamnya restoran di Rangkasbitung hal ini menjadi daya tarik penulis untuk melakukan penelitian disalah

satu kafe dan restoran yang berada di Rangkasbitung yaitu PS Cafe & Restaurant. Walaupun gedung dan fasilitas PS Cafe & Restaurant sangat mendukung akan tetapi jika tidak didukung dengan kualitas produk dan harga yang memuaskan, maka pelanggan akan tetap merasa tidak puas. Maka, dari uraian tersebut dapat disimpulkan betapa pentingnya arti kualitas produk dan harga bagi perusahaan restoran.

Para pelaku usaha restoran pun dituntut untuk menciptakan strategi yang dapat menarik para konsumen. Oleh karena itu, para pelaku bisnis restoran harus selalu melakukan inovasi serta memberikan pelayanan yang baik agar konsumen merasa senang dengan produk sehingga tercipta kepuasan pada konsumen.

Menurut Rangkuti (2011) dalam jurnal (Kania Nisa Fauziah, dkk 2022:43) “Kepuasan konsumen adalah respon atau reaksi terhadap ketidaksesuaian antara tingkat sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah penggunaan atau pemakaian”. Kepuasan konsumen akan memberikan manfaat bagi perusahaan, dengan mempertahankan dan memberikan kepuasan pada konsumen maka hal ini akan mengakibatkan mereka untuk membeli ulang produk yang sudah mereka konsumsi. Sedangkan menurut Kotler & Keller dalam jurnal Sibatik Journal (2022:273) mendefinisikan “Kepuasan konsumen yaitu dengan tingkatan seseorang (pembeli) setelah mendapatkan suatu produk atau jasa yang ditukar dengan uang kemudian membandingkan dengan harapannya.”

Hal pertama yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yakni kualitas produk. Kualitas produk tentunya sangat menjadi faktor penentu dalam perusahaan, karena kualitas produk menggambarkan sejauh mana produk tersebut dapat memuaskan kebutuhan konsumen. Menurut Kotler dan Amstrong dalam jurnal *Sibatik Journal* (2022:273) menyatakan bahwa “Kualitas produk yaitu kapasitas produk bagus atau tidaknya dalam hal kehandalan, daya tahan, kemajuan, kemudahan pengemasan, kekuatan, reparasi produk dan property bernilai lainnya.” Kualitas produk juga sangat berpengaruh dalam tingkat penjualan suatu produk. Sedangkan menurut Roisal (2016) dalam jurnal ilmiah pendidikan dan ekonomi (2023:2) menyatakan bahwa “Kualitas produk merupakan kemampuan dari suatu produk untuk menjelaskan fungsinya. Ini termasuk daya tahan produk, ketergantungan, kecepatan, kenyamanan, dan kemudahan pengguna serta atribut produk lainnya”. Dari beberapa pendapat dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan upaya atau kemampuan yang dilakukan perusahaan dalam memberikan kepuasan bagi konsumen, karena kepuasan konsumen tidak hanya mengacu pada bentuk fisik produk, melainkan suatu paket kepuasan yang dapat dari pembelian produk.

Kemudian selain kualitas produk, yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam bidang kuliner yaitu harga. Harga menjadi suatu hal yang begitu penting dalam meningkatkan daya saing. Menurut Sudiyono (2018:211) Harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau

jasa. Dalam arti luas harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan yang dimiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Sedangkan menurut Zeithaml dalam Jurnal manajemen, Bisnis, dan Kewirausahaan (2022:4) menyebut “Harga sebagai apa yang diberikan atau dikorbankan untuk mendapatkan suatu produk”.

PS Cafe & Restaurant merupakan salah satu kafe dan restoran yang populer di daerah Rangkasbitung. PS Cafe & Restaurant ini terletak di Jl. Soekarno-Hatta, Cijoro Pasir, Kec. Rangkasbitung, Kabupaten Lebak Banten 42357. Restoran ini merupakan salah satu restoran di Rangkasbitung dengan segala fasilitas yang ada di lokasi yang sangat strategis. Selain itu PS Cafe & Restaurant ini menyajikan menu berbagai macam varian, lokasi yang luas, nyaman dan konsep bangunan yang sangat *instagramable*, yang tentunya sangat disukai oleh para konsumen terutama anak muda. Berikut ini adalah data penjualan PS Cafe & Restaurant tahun 2020-2022 sebagai berikut:

Tabel 1. 1
Data Pembelian Dan Penjualan PS Café & Restaurant Di
Rangkasbitung Tahun 2020-2022

No.	Tahun	Jumlah Pembeli	Jumlah Penjualan
1.	2020	3.400	Rp. 170.235.400
2.	2021	5.014	Rp. 252.446.700
3.	2022	4.420	Rp. 222.371.600

Sumber: PS Cafe & Restaurant Rangkasbitung

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat penjualan pada tahun 2022 menurun sebesar 11,9% atau sebanyak Rp. 30.075.100 dengan jumlah pembeli 4.420, dimana pada tahun 2020 berjumlah 3.400 dengan jumlah penjualan Rp. 170.235.400. Penjualan pada tahun 2021 mengalami peningkatan kembali sebanyak 5.014 pembeli dengan jumlah penjualan Rp. 252.446.700. Dari data diatas dapat disimpulkan penjualan pada PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung mengalami kenaikan dan penurunan yang tidak stabil. Adapun penurunan tersebut diakibatkan oleh banyaknya pesaing dari banyaknya kafe dan restoran didaerah Rangkasbitung.

Dari hasil observasi awal yang dilakukan oleh penulis, temuan permasalahan yang ada di pada PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung yaitu:

1. Lebih mengedepankan sajian makanan dibandingkan rasa.

Idealnya makanan yang dicari oleh para konsumen itu adalah

rasa, tetapi yang ada kebanyakan restaurant atau kafe lebih mengedepankan sajian tanpa menomorsatukan rasa. Seperti contohnya mie singapur yang menarik dengan namanya sehingga membuat konsumen tertarik akan tetapi soal rasa tidak ada bedanya dengan mie biasa lainnya.

2. Harga sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan kafe dan restoran lainnya akan tetapi rasa yang disajikan relatif sama dengan kafe dan restoran lain

Penelitian ini juga telah diteliti oleh para peneliti terdahulu sebelum penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, adapun beberapa peneliti yaitu:

Penelitian yang sudah dilakukan Raissa Aprita Nur Maharani & Iskandar Ali Alam (2022) “menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pada Kebab Salahuddin Bandar Lampung”.

Penelitian yang sudah dilakukan Aldi An Nurfalalah, Surti Zahra & Mohamad Bayi Tabrani (2019) “menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga mempunyai pengaruh dan positif terhadap kepuasan konsumen di Kedai Kopi Mustafa⁸⁵ Pandeglang Banten.”

Penelitian yang sudah dilakukan Made Herce & Mukran Roni (2022) “menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan

Angkringan Resto Ndeso Di Wilayah Oku Timur Desa Pemetung Basuki”.

Penelitian yang sudah dilakukan Alvin Mariansyah & Amirudin Syarif (2020) “menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Kabalu”.

Penelitian yang sudah dilakukan Eka Giovana Asti & Eka Avianti Ayuningtyas (2020) “menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Resto Oto Bento Villa Nusa Indah”.

Dari penelitian ini ada beberapa perbedaan penelitian terdahulu di antaranya dari populasi, sampel, objek penelitian, dan metode yang digunakan serta hasil yang diperoleh. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada PS Cafe & Restaurant Rangkasbitung”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah di atas maka dapat di identifikasikan masalah-masalah sebagai berikut:

1. Menurunnya jumlah pembeli dan penjualan pada PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung pada tahun 2022 sebesar 11,9% atau sebanyak Rp. 30.075.100 dengan jumlah pembeli 4.420.

2. Lebih mengedepankan sajian makanan dibandingkan rasa .
3. Harga sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan kafe dan restoran lainnya.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi permasalahan di atas, untuk itu peneliti membatasi masalah dalam penelitian ini hanya memfokuskan pada variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X1) dengan indikator (Bentuk, fitur, penyesuaian, kualitas kerja, kualitas kesesuaian, ketahanan, keandalan, kemudahan perbaikan, gaya, desain) dan Harga (X2) dengan indikator (keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat, harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan), dan variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Y) dengan indikator (kesesuaian manfaat dengan biaya, kepuasan pada pelayanan yang diberikan, kepuasan pada produk yang ditawarkan, kepuasan keseluruhan). Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen PS Cafe & Restaurant pada tahun 2022 sebanyak 4.420 pembeli dengan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 98 responden, waktu yang dibutuhkan oleh penulis dalam penelitian ini sekitar tujuh bulan yaitu dari bulan Februari-Agustus 2023, dan alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji prasyarat analisis data (uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolonieritas, dan uji autokorelasi), uji

analisis data (uji regresi linear berganda, uji korelasi dan uji koefisien determinasi), dan uji hipotesis (uji parsial dan uji simultan).

1.4 Rumusan Masalah

Melihat latar belakang masalah di atas, maka diketahui bahwa rumusan masalahnya adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung?
3. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka dapat disusun tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui data pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung.
2. Untuk mengetahui data pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung.

3. Untuk mengetahui data pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung.

1.5.2 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat secara Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumber informasi dan sumbangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen.
 - b. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan rujukan bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang mempunyai objek penelitian yang sama.
2. Manfaat secara praktis
 - a. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini dapat menjadi sarana bagi peneliti untuk menambah dan meningkatkan wawasan serta pengetahuan yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen.

b. Bagi PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung

Hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat sebagai bahan masukan kepada pemilik PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung dan memberikan perhatian dalam hal kualitas produk dan harga sebagai upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Deskripsi Teori

2.1.1 Teori Dasar (*Grand Theory*)

Teori dasar (*Grand Theory*) yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori perilaku konsumen, teori ini menjadi dasar pemikiran dalam menjelaskan permasalahan dalam penelitian ini. Memahami perilaku konsumen (*Consumer Behavior*) tentunya merupakan hal krusial bagi perusahaan mana pun sebelum menjual atau menawarkan suatu produk. Menurut Irwansyah (2021:4) “Perilaku konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan konsumen dalam memilih dan memutuskan beberapa alternatif produk barang atau jasa yang selanjutnya dibeli dan dimiliki”.

Memahami perilaku konsumen adalah hal yang sangat penting sekali, baik bagi pelaku usaha (pengusaha, pemasar, maupun biro iklan) dalam upaya memenangkan persaingan bisnis. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Irwansyah (2021:9) perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, yaitu antara lain:

1. Budaya

Merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar untuk mendapatkan nilai, persepsi, preferensi dan

perilaku dari lembaga-lembaga penting lainnya. Faktor kebudayaan memberikan pengaruh paling luas dan dalam pada tingkah laku konsumen. Faktornya terdiri dari: Budaya, Sub budaya, Kelas sosial.

2. Sosial

Merupakan pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hierarkis dan yang anggotanya menganut nilai-nilai, minat dan perilaku yang serupa. Faktornya terdiri dari : Kelompok acuan, Keluarga, Peran dan Status.

3. Pribadi

Merupakan sebagai karakteristik psikologi seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan. Faktornya terdiri dari: Umur dan Tahap Daur Hidup, Pekerjaan, Situasi Ekonomi, Kepribadian dan Konsep Diri.

4. Psikologis

Merupakan sebagai bagian dari pengaruh lingkungan dimana ia tinggal dan hidup pada waktu sekarang tanpa mengabaikan pengaruh dimasa lampau atau antisipasinya pada waktu yang akan datang. Faktornya terdiri dari: Motivasi, Persepsi, Pengetahuan, Keyakinan dan Sikap.

2.1.2 Kepuasan Konsumen (Y)

2.1.2.1 Definisi Kepuasan Konsumen

Menurut Aji (2019:123) Kepuasan konsumen adalah sebuah keadaan di mana produk (barang dan jasa yang dikonsumsi melebihi harapan atau ekspektasi konsumen.

Menurut Kotler dan Keller dalam jurnal *Postgraduate Management Journal* (2022:43) “Menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan”.

Menurut Hasan (2014:90) dalam (Rosnaini Daga 2017:77-78) kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan respon konsumen terhadap evaluasi ketidakpuasan yang dipresepsikan antara harapan sebelum pembelian dari kinerja aktual produk atau jasa yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Dari kutipan diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan yang dimiliki konsumen setelah membeli atau memiliki dan membandingkannya dengan yang mereka terima. Apabila

konsumen puas dengan nilai yang diberikan kemungkinan mereka akan menjadi pelanggan jangka panjang.

2.1.2.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Menurut Irawan (2009) dalam (Rosnaini Daga 2017:78-80) faktor-faktor pendorong kepuasan konsumen diantaranya terdiri dari:

1. Kualitas produk

Ada 6 elemen dari kualitas produk yaitu kinerja, daya tahan, fitur, reabilita, estetika, dan penampilan produk. Kualitas dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang menentukan kepuasan konsumen dan upaya perusahaan untuk melakukan perubahan kearah perbaikan terus menerus. Konsumen puas setelah membeli atau menggunakan produk atau jasa dan ternyata kualitas produknya baik.

2. Harga

Harga merupakan suatu nilai yang ditukarkan oleh konsumen dengan manfaat dari memiliki ataupun menggunakan produk atau jasa. Harga merupakan salah satu faktor penentu konsumen dalam mengambil suatu keputusan membeli. Konsumen akan rela membayar

sejumlah uang untuk membayar produk atau jasa yang memiliki kualitas yang baik dan konsumen akan merasa puas apabila produk atau jasa yang dibelinya sesuai dengan sejumlah uang yang dikeluarkannya.

3. Kualitas pelayanan (*service quality*)

Kualitas pelayanan mempunyai konsep yang sering dikenal dengan SerQual yang memiliki 5 dimensi yaitu bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati. Untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen, diperlukan pembentukan sikap dan perilaku dari karyawan itu sendiri karena faktor manusia memegang kontribusi 70% oleh karena itu tidak mengherankan kualitas pelayanan sulit ditiru.

4. Faktor emosional (*Emotional factor*)

Faktor emosional mempunyai peranan dalam kepuasan dalam konsumen. Konsumen akan merasa puas menggunakan produk yang dibelinya terlihat dari rasa bangga, percaya diri, simbol sukses ketika mereka menggunakan produk dengan merek ternama.

5. Kemudahan

Pada dasarnya kepuasan konsumen akan tercipta apabila adanya kemudahan, kenyamanan, dan efisien dalam

mendapatkan produk atau pelayanan jasa yang akan diterimanya.

2.1.2.3 Dimensi Kepuasan Konsumen

Ukuran kepuasan pelanggan sangat bermanfaat bagi perusahaan dalam rangka menentukan nilai posisi sekarang ini dibandingkan dengan pesaing dan menemukan bagian mana yang membutuhkan peningkatan. Suryani (2021:56) dimensi kepuasan konsumen sebagai berikut :

- 1) Kesesuaian
- 2) Kepuasan pelayanan
- 3) Kepuasan produk
- 4) Kepuasan seluruh

2.1.2.4 Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Suryani (2021:56) indikator kepuasan konsumen di antaranya terdiri dari:

1. Kesesuaian manfaat dengan biaya
2. Kepuasan pada pelayanan yang diberikan
3. Kepuasan pada produk yang ditawarkan
4. Kepuasan keseluruhan

2.1.3 Kualitas Produk (X₁)

2.1.3.1 Definisi Kualitas Produk

Menurut M. Suyanto (2018:2017) Kualitas produk merupakan seberapa baik sebuah produk sesuai dengan kebutuhan spesifik dari pelanggan.

Menurut Daga (2007:36) Kualitas Produk (*product quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan dapat menerapkan program “*Total Quality Manajemen (TQM)*”.

Menurut Kotler (2005:49) dalam (Rosnaini Daga 2017) kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/tersirat.

Berdasarkan kutipan diatas dari beberapa sumber, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk memenuhi spesifikasi yang telah ditentukan dan mengarah pada kepuasan konsumen untuk terus menggunakan produk tersebut. Kualitas produk juga dapat diartikan sebagai suatu kemampuan suatu

perusahaan untuk memberikan identitas atau ciri khas pada setiap produk.

2.1.3.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Menurut Baum (2012) dalam (Sudarnice, dkk 2022) faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk ada 9 bidang atau 9M yaitu antara lain:

1) *Market* (pasar)

Setiap produk yang ditawarkan ke pelanggan akan terus bertumbuh dan semakin baik seiring berjalannya teknologi. Pelanggan diarahkan untuk mempercayai bahwa sebuah produk akan membantu memenuhi setiap kebutuhannya.

2) *Money* (uang)

Meningkatnya persaingan dalam banyak bidang bersamaan dengan fluktuasi ekonomi dunia telah menurunkan batas (marjin) laba. Pada waktu yang bersamaan, kebutuhan akan otomatisasi dan pemekanisan mendorong pengeluaran biaya yang besar untuk proses dan perlengkapan yang baru.

3) *Management* (manajemen)

Tanggung jawab kualitas telah didistribusikan antara beberapa kelompok khusus.

4) *Men* (manusia)

Pertumbuhan yang cepat dalam pengetahuan teknis dan penciptaan seluruh bidang baru seperti elektronika komputer menciptakan suatu permintaan yang besar akan pekerja dengan pengetahuan khusus.

5) *Motivation* (motivasi)

Penelitian tentang motivasi manusia menunjukkan bahwa sebagai hadiah tambahan uang, para pekerja masa kini memerlukan sesuatu yang memperkuat rasa keberhasilan di dalam pekerjaan mereka dan pengakuan bahwa mereka secara pribadi memerlukan sumbangan atas tercapainya sumbangan atas tercapainya tujuan perusahaan.

6) *Material* (bahan)

Disebabkan oleh biaya produksi dan persyaratan kualitas, para ahli teknik memilih bahan dengan batasan yang lebih ketat dari pada sebelumnya. Akibatnya spesifikasi bahan menjadi lebih ketat dan keanekaragaman bahan menjadi lebih besar.

7) *Machine and mecanization* (mesin dan mekanik)

Permintaan perusahaan untuk mencapai penurunan biaya dan volume produksi untuk memuaskan pelanggan telah terdorong penggunaan perlengkapan pabrik yang

menjadi lebih rumit dan tergantung pada kualitas bahan yang dimasukkan ke dalam mesin tersebut.

8) *Modern information metode* (metode informasi modern)

Untuk mengumpulkan, menyimpan, mengambil kembali, memanipulasi informasi pada skala yang tidak terbayangkan sebelumnya. Teknologi informasi yang baru ini menyediakan cara untuk mengendalikan mesin dan proses selama proses produksi dan mengendalikan produk bahkan setelah produk sampai ke konsumen.

9) *Mounting product reequiremen* (proses persyaratan produksi)

Kemajuan yang pesat dalam perancangan produk, memerlukan pengendalian yang lebih ketat pada seluruh proses pembuatan produk. Meningkatnya persyaratan prestasi yang lebih tinggi bagi produk menekankan pentingnya keamanan dan kehandalan produk.

2.1.3.3 Dimensi Kualitas Produk

Menurut Ramon dan Edwin (2023:42). Dimensi kualitas produk terdiri dari:

- 1) *Performance* (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk

- 2) *Durability* (daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk.
- 3) *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
- 4) *Features* (fitur) adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambahkan ketertarikan konsumen terhadap produk.
- 5) *Reliability* (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
- 6) *Aesthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak rasa, bau, dan bentuk dari produk.
- 7) *Perceived quality* (kesan kualitas), sering dibidang merupakan dari hasil penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat

kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.

2.1.3.4 Indikator Kualitas Produk

Menurut Ramon dan Edwin (2023:43) menyatakan bahwa indikator kualitas produk terdiri dari:

- 1) Bentuk, yaitu sebuah produk dapat meliputi ukuran atau struktur
- 2) Fitur, yaitu melengkapi fungsi dasar produk
- 3) Penyesuaian, yaitu menyesuaikan dengan keinginan konsumen
- 4) Kualitas kerja, yaitu dimensi yang paling penting ketika perusahaan menerapkan sebuah model dan memberikan kualitas yang tinggi
- 5) Kualitas kesesuaian, yaitu produksi yang memenuhi spesifikasi yang dijanjikan
- 6) Ketahanan, yaitu ukuran atau umur suatu produk dalam kondisi atau penuh tekanan
- 7) Keandalan, yaitu memungkinkan tidak mengalami kegagalan pada produk
- 8) Kemudahan perbaikan, yaitu kemudahan ketika produk tidak berfungsi
- 9) Gaya, yaitu penampilan dan rasa produk tersebut

10) Desain, yaitu mempengaruhi tampilan atau fungsi produk berdasarkan kebutuhan.

2.1.4 Harga (X₂)

2.1.4.1 Definisi Harga

Menurut Tjiptono (2020: 257) menyatakan bahwa harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. Tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kuantitas yang terjual. Selain itu, secara tidak langsung, harga juga mempengaruhi biaya, karena kuantitas yang terjual berpengaruh pada biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produksi. Oleh karena penetapan harga mempengaruhi pendapatan total dan biaya total, maka keputusan dan strategi penetapan harga memegang peran penting dalam setiap perusahaan.

Menurut Kotler dan Amstrong (2008:346) dikutip dalam jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (2022:70) menyatakan bahwa “Harga dalam arti sempit adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa”.

Menurut Indrasari (2019:36) Harga merupakan nilai yang dinyatakan dalam rupiah. Tetapi dalam keadaan lain harga didefinisikan sebagai jumlah yang dibayarkan oleh

pembeli. Dalam hal ini harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari pesaing. Sehingga penetapan harga dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi diferensiasi dalam pemasaran.

Berdasarkan kutipan diatas dapat disimpulkan bahwa harga adalah suatu nilai tukar, dimana uang atau barang lain dipersamakan untuk memperoleh manfaat dari suatu barang atau jasa yang diterima oleh konsumen.

2.1.4.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Harga

Menurut Tjiptono (2020:261) Secara umum, faktor-faktor pertimbangan dalam penetapan harga dapat dikategorikan ke dalam dua kelompok, yaitu faktor internal perusahaan dan faktor eksternal:

1. Faktor Internal:

a. Tujuan Pemasaran Perusahaan

Faktor utama yang menentukan dalam penetapan harga adalah tujuan pemasaran perusahaan. Tujuan tersebut bisa berupa mempertahankan kelangsungan hidup (*survival*) perusahaan; maksimisasi laba, aliran kas, atau *Return On Investment* (ROI) saat ini; menjadi pemimpin pangsa pasar; menciptakan kepemimpinan dalam hal kualitas produk; mengatasi persaingan;

melaksanakan tanggung jawab sosial; membantu penjualan produk lainnya; mempertahankan loyalitas dan dukungan para distributor; dan lain-lain.

b. Strategi Bauran Pemasaran

Harga hanyalah salah satu komponen dari bauran pemasaran. Oleh karena itu, harga wajib terintegrasi, konsisten, dan saling mendukung dengan bauran pemasaran lainnya, yaitu produk, distribusi, dan promosi.

c. Biaya

Biaya merupakan faktor yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Oleh karena itu, setiap perusahaan pasti menaruh perhatian besar pada aspek struktur biaya (tetap dan variabel) serta jenis-jenis biaya lainnya.

d. Pertimbangan Organisasi

Manajemen perlu memutuskan siapa di dalam organisasi yang harus menetapkan harga. Setiap perusahaan menangani masalah penetapan harga menurut caranya masing-masing.

2. Faktor Eksternal:

a. Karakteristik Pasar dan Permintaan

Setiap perusahaan perlu memahami sifat pasar dan permintaan yang dihadapinya, apakah termasuk pasar persaingan sempurna, persaingan monopolistik, oligopoli, atau monopoli. Faktor lain yang tidak kalah pentingnya, adalah elastisitas permintaan, yang mencerminkan sensitivitas permintaan terhadap perubahan harga pada umumnya, konsumen tidak akan terlalu sensitif terhadap manakala: (1) produk yang dibelinya tergolong unik, eksklusif, prestisius, atau berkualitas tinggi, (2) tidak terdapat produk substitusi atau jika konsumen tidak dapat membandingkan kualitas produk-produk yang saling bersubstitusi, (3) pengeluaran total untuk produk bersangkutan relatif rendah dibandingkan penghasilan total, serta (4) biaya pembelian ditanggung bersama dengan pihak lain.

b. Persaingan

Menurut Porter, ada lima kekuatan pokok yang berpengaruh dalam persaingan sebuah industri, yaitu persaingan dalam industri yang bersangkutan, produk substitusi, pemasok pelanggan, dan ancaman pendatang baru.

c. Unsur-unsur Lingkungan Eksternal Lainnya

Selain faktor-faktor di atas, perusahaan juga perlu mempertimbangkan faktor demografis (seperti jumlah pembeli potensial, lokasi pembeli potensial, tipe pembeli potensial – konsumen akhir atau konsumen bisnis, perkiraan mengenai tingkat konsumsi para pembeli potensial, dan daya beli potensial), kondisi ekonomi (inflasi, *booming*, atau resesi, serta tingkat suku bunga), kebijakan dan peraturan pemerintah, dukungan dan reaksi distributor terhadap harga, serta aspek sosial, (kepedulian terhadap lingkungan). Grewal dan Levy menambahkan satu faktor pertimbangan yang tak kalah pentingnya, yaitu internet. Semakin banyaknya konsumen yang mencari informasi dan belanja secara online berdampak pada semakin sensitifnya terhadap harga.

2.1.4.3 Dimensi Harga

Menurut Indrasari (2019:44) menyatakan bahwa dimensi harga ditentukan oleh:

- 1) Keterjangkauan harga, konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan, apabila harga lebih tinggi, orang cenderung beranggapan bahwa kualitas juga lebih baik
- 3) Kesesuaian harga dengan manfaat, konsumen memutuskan menggunakan jasa jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya.
- 4) Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga, konsumen sering membandingkan harga dalam hal ini mahal murahnya sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan menggunakan jasa tersebut.

2.1.4.4 Indikator Harga

Menurut Indrasari (2019:42) indikator harga terdiri dari:

- 1) Keterjangkauan harga, harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan sesuai dengan target segmen pasar yang dipilih
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk, kualitas produk menentukan besarnya harga yang akan ditawarkan kepada konsumen
- 3) Daya saing harga, harga yang ditawarkan apakah lebih tinggi atau dibawah rata-rata dari para pesaing

- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat, konsumen akan merasa puas ketika mereka mendapatkan manfaat setelah mengkonsumsi apa yang ditawarkan sesuai dengan nilai yang mereka keluarkan
- 5) Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan, ketika harga tidak sesuai dengan kualitas dan konsumen tidak mendapatkan manfaat setelah mengkonsumsi, konsumen akan cenderung mengambil keputusan untuk tidak melakukan pembelian. Sebaliknya jika harga sesuai, konsumen akan mengambil keputusan untuk membeli.

2.2 Hasil Penelitian Terdahulu

1. Penelitian Raisa Aprita Nur Maharani, Iskandar Ali Jurnal Sibatik Journal Vol. 1 No.4 (2022) Hal 235-242 dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Selama Pandemi Covid-19 Pada Kebab Salahuddin”. dengan variabel independen kualitas produk dan harga terhadap variabel dependen kepuasan konsumen. Metode penelitian ini yang digunakan adalah metode deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen kebab salahuddin dan sampel yang digunakan sebanyak 100 orang dengan rumus Lemeshow. Dari hasil penelitian diketahui bahwa kualitas produk dan harga secara bersama-sama memberikan pengaruh

positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kebab salahuddin Bandar Lampung, Adapun persamaan dari penelitian ini antara lain persamaan variabel independen (kualitas produk & harga) dependen (kepuasan konsumen), sama sama meneliti dalam bidang kuliner, menggunakan analisis linier berganda. Dan perbedaan penelitian ini adalah menggunakan rumus Lameshow, sampel yang digunakan sebanyak 100 orang, menggunakan data kualitatif dan kuantitatif, sedangkan peneliti menggunakan rumus slovin, dan sampel yang digunakan sebanyak 98 orang dan hanya menggunakan data kuantitatif.

2. Penelitian Aldi An Nurfalalah, Surti Zahra, Mohamad bayi Tabrani Jurnal Ekonomika Vol. 13 No. 02 (2020) Hal 313-318 dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kedai Kopi Mustafa85 Pandeglang Banten (Studi Kasus Kedai Kopi Mustafa85 di Pandeglang Banten”. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan metode asosiatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen kedai kopi mustafa85 pada periode April-Juni sebanyak 837 populasi, teknik pengambilan sampel menggunakan sampling insidental dan penentuan jumlah sampel menggunakan rumus solvin yaitu sebanyak 90 sampel. Dari hasil penelitian diketahui bahwa kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Adapun persamaan dari penelitian ini antara lain persamaan variabel

independen (kualitas produk & harga) dependen (kepuasan konsumen), menggunakan analisis linier berganda dan penelitian kuantitatif, menggunakan rumus slovin. Dan perbedaan penelitian ini adalah menggunakan pendekatan asosiatif, menggunakan teknik sampling Insidental, dengan responden sebanyak 90 sampel, sedangkan peneliti menggunakan teknik simple random sampling dan sampel yang digunakan sebanyak 98 orang dan hanya menggunakan pendekatan deskriptif.

3. Penelitian Made Herce, Mukran Roni Jurnal Pendidikan Dan Konseling Vol. 04 No.04 (2022) Hal 6268-6275 dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen”. Metode dalam penelitian ini memiliki beberapa teknik primer dan sekunder, populasi penelitian ini adalah sebagian jumlah pengunjung yang sedang berada di resto dengan jumlah sebanyak 879 pengunjung. Jumlah sampel yang telah didapat dan diperhitungkan memiliki jumlah 90 responden. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Adapun persamaan penelitian ini ialah variabel independen (kualitas produk) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen), meneliti dibidang kuliner, menggunakan analisis linier berganda, menggunakan rumus slovin. Dan perbedaan pada penelitian ini ialah variabel independent lainnya (kualitas pelayanan), sampel yang digunakan sebanyak 90 orang,

lokasi penelitian di rumah makan angkirang Ndeso kab. Oku Timur Sumsel sedangkan peneliti menggunakan variabel lainnya (harga), sampel yang digunakan sebanyak 98 orang, dan lokasi penelitian di PS Café & Restaurant Rangkasbitung.

4. Penelitian Alvin Mariansyah Jurnal Ilmiah Bina Manajemen Vol. 03 No.02 (2020) Hal 134-146 dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kelabu". Metode dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif, populasi penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk cafe kebalu Palembang dan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan memakai jenis *convenience sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden yang merupakan orang-orang yang membeli di cafe kebalu Palembang. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Adapun persamaan dengan penelitian ini ialah variabel independen (Kualitas produk, dan harga) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen), meneliti di bidang kuliner, menggunakan analisis linier berganda, jenis penelitian kuantitatif. Dan perbedaan penelitian ialah terdapat variabel independent lain (kualitas pelayanan), menggunakan teknik sampel *convenience sampling* dan 100 responden, sedangkan

peneliti tidak menambah variabel independen lain, dan menggunakan teknik pengambilan sampel dengan random sampling dengan 98 responden.

5. Penelitian Eka Giovana Asti, Eka Avianti Ayuningtyas Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis Vol. 01 (2020) Hal 1-14 dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen”. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, data kuesioner 96 orang responden dari total populasi yang tidak terbatas. Dari hasil penelitian ini menunjukkan ada pengaruh secara parsial antara kualitas pelayanan, harga terhadap kepuasan konsumen sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Adapun persamaan penelitian ini ialah variabel independen (kualitas produk dan harga) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen), menggunakan metode kuantitatif, menggunakan analisis regresi linier. Dan perbedaan pada penelitian ini ialah sampel yang digunakan sebanyak 96 orang, variabel independen (kualitas pelayanan), menggunakan teknik *accidental sampling* sedangkan peneliti menggunakan sampel sebanyak 98 orang dengan menggunakan teknik simple random sampling, dan tidak memiliki lebih dari 2 variabel independen
6. Penelitian Meilaty Finthariasari, Sri Ekowati, dan Roy Krisna. Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Vo.8 No. 2 Juli (2020). Dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Display Layout, Dan Variasi Produk

Terhadap Kepuasan Konsumen” penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 190 responden dengan teknik pengumpulan data observasi dan kusioner, dengan analisis regresi linier. Hasil penelitian ini masing masing varibel (kualitas produk, display layout, dan variasi produk) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Adapun persamaan pada penelitian ini yaitu variabel dependen (kepuasan konsumen) dan variabel independen (kualitas produk), menggunakan metode kuantitatif dan analisis regresi linier berganda. Sedangkan perbedaanya ialah jumlah sampel yang digunakan sebanyak 190 reponden dan peneliti menggunakan 98 responden.

7. Penelitian Budiman Marpaung, Ani Mekaniwati Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan Vol. 8 No. 1 (2020) Hal 29-38 dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian”. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang membeli alat mesin pengolah kopi pada konsumen PT. Karya Mitra Usaha, sampel atau responden ditentukan dengan metode *purposive sampling* dan *accidental sampling* dengan jumlah responden sebanyak 79 orang. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada keputusan pembelian. Adapun persamaan dengan penelitian ini ialah variabel independen (Kualitas produk dan harga) terhadap variabel dependen (kepuasan

konsumen), dengan analisis regresi linier berganda. Dan perbedaannya yaitu menggunakan teknik *purposive sampling* dan *accidental sampling*, dengan sampel sebanyak 79 responden sedangkan peneliti menggunakan teknik *simple random sampling* dengan sampel sebanyak 98 responden.

8. Penelitian Risatul Umami, As'at Rizal, Sumartik Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Vol. 15 No. 2 (2019) Hal 250-257 dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Cafe". Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung dan melakukan pembelian di Kedai Warsu Coffe. Dan sampel pada penelitian ini sebanyak 98 responden. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Adapun persamaan variabel independen (kualitas produk dan harga) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen), metode kuantitatif deskriptif, analisis regresi linier berganda, jumlah sampel sebanyak 87 responden. Dan perbedaannya ialah teknik pengambilan sampel dengan incidental sampling, penelitian dilaksanakan pada Coffie Café sedangkan peneliti menggunakan teknik simple random sampling dengan pelaksanaan pada Ps Café & Restaurant.

9. Penelitian Brigitte Tombeng, Ferdy Roring, Farlane S Rumokoy Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen Bisnis dan Akuntansi Vol. 7 No. 1 (2019) Hal 891-900 dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, populasi penelitiannya yaitu 9045 dengan sampel 100 responden yang menggunakan teknik pengumpulan data primer melalui kuesioner dan analisis menggunakan SPSS. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Raja Oci Manado. Adapun persamaan pada penelitian ini ialah menggunakan variabel independen (kualitas produk dan harga) dan variabel dependen (kepuasan konsumen), metode penelitian kuantitatif. Dan perbedaannya menggunakan sampel sebanyak 100 responden yang dilakukan pada rumah makan Raja Oci Macindo sedangkan peneliti menggunakan responden sebanyak 98 responden yang dilakukan pada Ps Café & Restaurant.
10. Penelitian Galih Ayu Prasasti, Putri Maisara (2022) dengan judul “Pengaruh Fasilitas, Harga dan Citra Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Di Solo Raya”. Metode yang digunakan penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan bantuan SPSS. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* sebanyak 100 responden. Teknik

pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala pengukuran likert. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara Fasilitas (X1) dan citra rasa (X3) terhadap kepuasan konsumen secara parsial, namun variabel harga (X2) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen secara parsial. Adapun persamaan dengan penelitian ini ialah variabel independen (harga) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen), menggunakan metode regresi linier berganda dan perbedaannya ialah penelitian ini menggunakan penelitian dengan 4 variabel yaitu (Fasilitas, Harga, Citra Rasa dan Kepuasan Konsumen) sedangkan peneliti menggunakan 3 variabel yaitu (Kualitas produk, Harga dan Kepuasan Konsumen), teknik pengambilan sampel yaitu *nonprobability Sampling* sebanyak 100 responden, sedangkan peneliti menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan teknik pengampilan sampel yaitu *simple random sampling* dengan jumlah reponden sebanyak 98 orang.

Kualitas produk merupakan suatu hal yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen sesuai kebutuhannya, oleh karena itu dengan kualitas produk yang bagus tentunya konsumen akan merasa puas setelah membeli atau menggunakan produk itu sendiri. Untuk itu kualitas produk dapat dikatakan sebagai suatu hal yang perlu diperhatikan dalam kepuasan konsumen. Selain kualitas produk yang harus diperhatikan dalam perusahaan, harga juga merupakan hal penting

yang dapat berpengaruh dalam kepuasan konsumen. Dan kepuasan konsumen juga merupakan tujuan dari perusahaan.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti dan Tahun	Variabel Penelitian	Alat Analisis	Sampel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Risa Aprita Nur Maharani, Iskandar Alim Alam (2022)	Kualitas Produk (X1) Harga (X2) Kepuasan Konsumen (Y)	Analisis Linier Berganda	Menggunakan 100 orang dengan rumus <i>Lemshow</i>	Secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen
2.	Aldi An Nurfalah, Surti Zahra, Mohamad bayi Tabrani (2020)	Kualitas Produk (X1) Harga (X2) Kepuasan Konsumen (Y)	Alat analisis yang digunakan adalah spss	Menggunakan 90 sampel dengan teknik <i>Insidental sampling</i>	Secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen
3.	Made Herce, Mukran Roni (2022)	Kualitas Produk (X1) Kualitas Pelayanan (X2) Kepuasan Konsumen (Y)	Analisis linier berganda	Menggunakan 90 responden dengan pengambilan jumlah sampel rumus slovin	Secara parsial dan simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

4.	Alvin Mariansyah (2020)	Kualitas produk (X1) Kualitas pelayanan (X2) Harga (X3) Kepuasan Konsumen (Y)	Analisis Linier Berganda	Menggunakan teknik <i>convenience</i> <i>sampling</i> dengan 100 responden	Secara parsial kualitas produk tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.
5.	Eka Giovana Asti, Eka Avianti Ayuningtyas (2020)	Kualitas pelayanan (X1) Kualitas produk (X2) Harga (X3) Kepuasan Konsumen (Y)	Analisis Linier Berganda	Teknik pengambilan sampling ialah <i>accidental</i> <i>sampling</i> dengan 96 responden	Pengaruh secara parsial antara kualitas pelayanan, harga terhadap kepuasan konsumen sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
6.	Meilaty Finthariasari, Sri Ekowati, dan Roy Krisna (2020)	Kualitas Produk (X1) Display Layout (X2) Variasi Produk (X3) Kepuasan Konsumen (Y)	Analisis Regresi Linier Berganda	Menggunakan Sampel sebanyak 190 orang	Terdapat pengaruh positif signifikan antara variable kualitas produk terhadap variable kepuasan konsumen pada Toko Kue Sarah Cake di Kota Bengkulu.

7.	Budiman Marpaung, Ani Mekaniwati (2020)	Kualitas produk (X1) Harga (X2) Promosi (X3) Kepuasan konsumen (Y) Keputusan pembelian (Interventing)	Analisis linier berganda	menggunakan teknik <i>purposive</i> <i>sampling</i> dan <i>accidental</i> <i>sampling</i> , dengan sampel sebanyak 79 responden	Hasil penelitian ini diketahui bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada keputusan pembelian
8.	Risatul Umami, As'at Rizal, Sumartik (2019)	Kualitas Produk (X1) Harga (X2) Kualitas Pelayanan (X3) Kepuasan Konsumen (Y)	Analisis Linier Berganda	Menggunakan incidental sampling dengan 87 responden	Menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen
9.	Brigitte Tombeng, Ferdy Roring, Farlane S Rumokoy (2019)	Kualitas Pelayanan (X1) Harga(X2) Kualitas Produk (X3) Kepuasan Konsumen (Y)	Alat analisis spss statistik	Menggunakan 100 responden dengan menggunakan kuesioner	Terdapat hubungan yang signifikan antara pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada rumah

					makan Raja Oci Manado
10	Galih Ayu Prasasti, Putri Maisara (2022)	Fasilitas (X1) Harga (X2) Citra Rasa (X3) Kepuasan Konsumen (Y)	Analisis Linier Berganda	Menggunakan nonprobability sampling dengan 100 responden	Adanya pengaruh positif dan signifikan antara fasilitas dan citra rasa terhadap kepuasan konsumen secara parsial maupun simultan, namun harga tidak berpengaruh dan

Sumber: diolah penulis, 2023

2.3 Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Dikutip dari Risatul Umami, As'at Rizal dan Sumartik (2019) menurut Runtuuwu dan Oroh “Kualitas produk adalah sebuah kemampuan dari suatu produk dalam rangka melaksanakan sebuah fungsi yang meliputi kehandalan, daya tahan, kemudahan operasi, ketepatan, kebaikan dari produk ataupun sebuah atribut bernilai lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Made Herce dan Mukran Roni (2022) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2.3.2 Hubungan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2001) dalam Risatul Umami, As'at Rizal dan Sumartik (2019) menyatakan bahwa Harga adalah satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Harga juga merupakan salah satu elemen yang paling dapat dikatakan fleksibel dari bauran pemasaran.

Berdasarkan hasil penelitian Raisa Aprita Nur Maharani, Iskandar Ali (2022) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Selama Pandemi Covid-19 Pada Kebab Salahuddin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kebab Salahuddin Bandar Lampung.

2.3.3 Hubungan Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Umar (2005) dalam Brigitte Tombeng, Ferdy Roring, dan Farlane. S Rumokoy (2019) Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya. Kualitas produk dan harga mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Keunggulan kompetitif yang dapat dicapai apabila pelaku usaha

mampu memberikan atau menyediakan kepuasan kepada para konsumennya. Perusahaan harus memiliki komitmen manajemen untuk meningkatkan kualitas produk dan penentuan harga agar dapat bersaing dengan perusahaan lain dan agar bisa memberikan kepuasan kepada konsumen secara terus menerus.

Berdasarkan hasil penelitian Aldi An Nurfalah, Surti Zahra, Mohamad bayi Tabrani (2020) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kedai Kopi Mustafa⁸⁵ Pandeglang Banten (Studi Kasus Kedai Kopi Mustafa⁸⁵ di Pandeglang Banten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2.4 Kerangka Pemikiran

Menurut (Noor 2024:76) Kerangka berpikir merupakan konseptual mengenai bagaimana satu teori berhubungan diantara berbagai faktor yang telah diidentifikasi penting terhadap permasalahan.

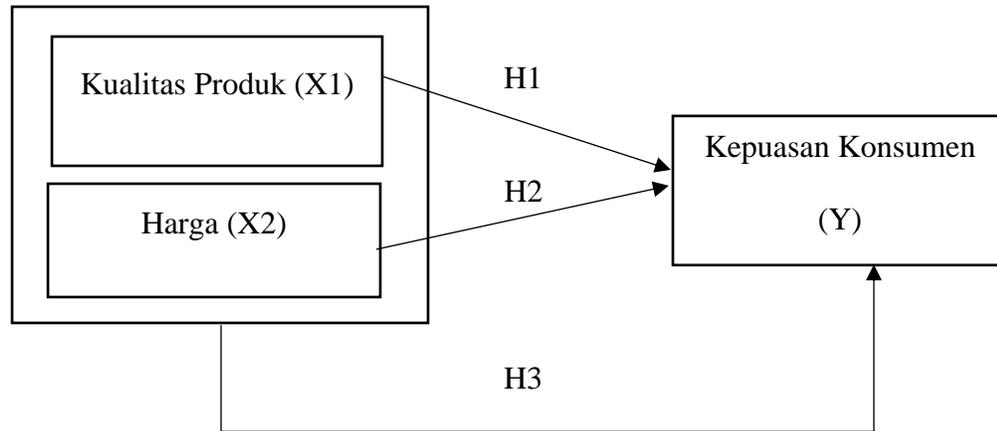
Mengenai kerangka pemikiran alur penelitian ini menjelaskan bahwa Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PS Cafe & Restaurant Rangkasbitung. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa setelah membeli dan menggunakan suatu produk (Engel *et all*, 1994) dikutip dari jurnal

(Budiman Marpaung, dan Ani Mekaniwati 2020). Rasa senang atau kecewa tersebut muncul setelah konsumen membandingkan produk yang telah dibeli dengan produk lain. Jika konsumen puas, biasanya akan menjadi pelanggan loyal. Pada umumnya konsumen mengharapkan kepuasan lebih besar atau paling tidak sama dengan barang yang telah pernah dipakai atau dipikirkan sebelumnya. (Setiadi, 2003; Winardi, 2002 Kotler, 2007) dikutip dari jurnal (Budiman Marpaung, dan Ani Mekaniwati 2020).

Kualitas produk merupakan hal yang sangat penting untuk mencapai tujuan perusahaan agar dapat bersaing secara unggul dengan kualitas produk yang bagus, dengan demikian kualitas produk sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk menjalankan bisnisnya. Menurut Handoko (2002) kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Dikutip dari jurnal (Devianti, Fitriani Latief, Nurhaeda Z 2023). Sedangkan menurut Kotler dan Amstrong (2008) harga adalah sejumlah uang yang dibagikan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang dikeluarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk. Dikutip dari jurnal (Brigitte Tombeng, Ferdy Roring dan Farlane S Rumokoy 2019).

Berdasarkan teori diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga termasuk faktor penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Penulis ingin membahas topik mengenai kualitas

produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada PS Cafe & Restaurant Rangkasbitung yang merupakan kafe ataupun restoran dan sudah cukup dikenal banyak konsumennya. Berdasarkan penjelasan diatas maka kerangka penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran

2.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas pertanyaan penelitian. Dengan demikian, ada ketertarikan antara perumusan masalah dengan hipotesis, karena perumusan masalah merupakan pertanyaan penelitian, (Noor:2014:79).

Berdasarkan kerangka penelitian diatas maka hipotesis dari penelitian ini adalah:

H1 : Diduga terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung

H2 : Diduga terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen PS
Cafe & Restaurant di Rangkasbitung

H3 : Diduga terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap
kepuasan konsumen PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

3.1.1 Tempat Penelitian

Kegiatan penelitian ini dilakukan pada PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung yang beralamat di Jl. Soekarno-Hatta, Cijoro Pasir, Kec. Rangkasbitung, Kabupaten Lebak, Banten 42357.

Alasan penelitian ini adalah untuk melakukan penelitian mendalam yang akan membahas kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen.



**Gambar 3. 1
PS Café & Restaurant di Rangkasbitung**

3.1.2 Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian yang dibutuhkan oleh penulis dilakukan secara bertahap sekitar tujuh bulan yaitu dari bulan Februari-Agustus tahun 2023 berikut jadwal penelitian:

Tabel 3. 1
Waktu Penelitian

No.	Kegiatan	Bulan (2023)																															
		Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus				September			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan judul			■	■																												
2	Observasi					■	■	■	■	■	■	■	■	■																			
3	Penyusunan proposal					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■																		
4	Bimbingan proposal												■	■	■	■																	
5	Sidang proposal																	■	■	■													
6	Penyusunan skripsi																				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■			
7	Bimbingan skripsi																										■	■	■	■	■		
8	Sidang skripsi																													■	■		

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono 2018:23).

3.3 Populasi dan Sampling

3.3.1 Populasi

Menurut (Sugiyono 2018:136) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai

kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Berdasarkan definisi tersebut, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung pada tahun 2022 sebanyak 4.420 pembeli, sebagaimana disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 3. 2
Jumlah Pembeli di PS Café & Restaurant di Rangkasbitung

Tahun	Jumlah pembeli
2022	4.420

Sumber: PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung

3.3.2 Sampel

Dalam penelitian kuantitatif, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu dan sampel yang diambil harus betul-betul *representatif* (mewakili) (Sugiyono 2018:137).

Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*, yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak

tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut (Sugiyono 2018:140).

Maka dengan ini dikutip dalam (Sugiyono 2018:149), penulis menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

e = kelonggaran tidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel ditolerir, ($e=0,1$) .

Dalam mendapatkan populasi (N), maka dilakukan perhitungan dengan menggunakan rata-rata. Berdasarkan rumus slovin, maka ukuran sampel yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

$$n = \frac{4.420}{1 + 4.420 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{4.420}{45,2}$$

$$n = 98$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka ukuran sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 98 responden.

3.4 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Menurut (Sugiyono 2018:66) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan instrumen sebagai bahan pengumpulan data sesuai dengan objek penelitian, maka variabel-variabel yang ada pada penelitian ini mengenai Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Kepuasan Konsumen (Y).

3.4.1 Variabel Dependen (Y)

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y). Menurut Sunyanto (2015) dalam jurnal Dimensi (2022:302) menyatakan bahwa “kepuasan konsumen merupakan suatu alasan di mana konsumen memutuskan untuk berbelanja disuatu tempat.”

3.4.2 Variabel Independen (X)

Variabel independen dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2). Menurut Etta Mamang dan Sopiah dalam jurnal Ilmiah (2023:582) mendefinisikan bahwa “Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.

Menurut Kotler dalam jurnal GPJER (2022:22) menyatakan bahwa “Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa”. Jika harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk maka para konsumen dapat merasakan kepuasan, merupakan salah satu hal yang menjadi tujuan bagi perusahaan.

Tabel 3. 3
Operasional Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	No Kuis	Skala	Sumber
Kualitas Produk (X1)	1. <i>Performance</i>	1. Bentuk	1	<i>Likert</i>	Ramon dan Edwin (2023)
	2. <i>Durability</i>	2. Fitur	2		
	3. <i>Conformance to specifications</i>	3. Penyesuaian	3		
	4. <i>Features</i>	4. Kualitas kerja	4		
	5. <i>Reliability</i>	5. Kualitas kesesuaian	5		
	6. <i>Aesthetics</i>	6. Ketahanan	6		
	7. <i>Preceived qualitas</i>	7. Keandalan	7		
		8. Kemudahan perbaikan	8		
		9. Gaya	9		
		10. Desaian	10		

<p>Harga (X2)</p>	<p>1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan 3. Kesesuaian harga dengan manfaat 4. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga</p>	<p>1.Keterjangkauan harga 2.Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3.Daya saing harga 4.Kesesuaian harga dengan manfaat 5.Harga dapat mempengaruhi knsumen dalam mengambil keputusan</p>	<p>11 12 13 14 15</p>	<p><i>Likert</i></p>	<p>Indrasari (2019)</p>
-----------------------	---	---	---------------------------------------	----------------------	-----------------------------

Kepuasan Konsumen (Y)	1. Keseuaian	1. Kesesuaian	16	Suryani (2021)
	2. Kepuasan pelayanan	manfaat dengan biaya		
	3. Kepuasan produk	2. Kepuasan pada	17	
	4. Kepuasan seluruh	pelayanan yang diberikan		
		3. Kepuasan produk yang ditawarkan	18	
		4. Kepuasan keseluruhan	19	

3.5 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. (Sugiyono 2018:172). Berikut ini instrumen pada penelitian dengan variabel (X_1) kualitas produk, (X_2) harga, (Y) adalah kepuasan konsumen.

Tabel 3. 4
Instrumen Penelitian

Variabel Penelitian	Instrumen	Skala <i>Likert</i>				
		1	2	3	4	5
Kualitas Produk (X1)	<p>1. Saya merasa produk pada PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung memiliki bentuk penyajian yang menarik</p> <p>2. Menurut saya kemasan makanan dan minuman di PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung terlihat sangat praktis dan modern.</p> <p>3. Menurut saya rasa makanan dan minuman di PS Cafe & Restaurant sesuai dengan selera konsumen</p> <p>4. Saya merasa PS Cafe & Restaurant memiliki kualitas kerja yang baik dalam menghasilkan produknya.</p> <p>5. Saya merasa kualitas produk makanan dan minuman yang disajikan di PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung sesuai dengan harga</p>					

	<p>6. Menurut saya produk makan dan minuman PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung memiliki ketahanan yang relatif lama.</p> <p>7. Menurut Saya makan dan minumana di PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung tidak berubah dari waktu ke waktu.</p> <p>8. Menurut saya produk PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung sangat mudah diperbaiki ketika produk rusak.</p> <p>9. Menurut saya rasa produk PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung sudah sesuai dengan penampilan yang disajikan.</p> <p>10. Menurut saya fungsi produk PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung sesuai dengan kebutuhan konsumen.</p>					
<p>Harga (X2)</p>	<p>1. Harga produk PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung terjangkau dengan pendapatan saya.</p> <p>2. Menurut saya harga sesuai dengan kualitas produk PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung.</p>					

	<p>3. Saya merasa harga produk PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung dapat bersaing dengan produk lain.</p> <p>4. Saya merasa harga produk PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung sudah sepadan dengan manfaat yang didapatkan.</p> <p>5. Harga pada produk PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung membuat konsumen tertarik untuk mendapatkan produk tersebut</p>					
Kepuasan Konsumen (Y)	<p>1. Saya merasa puas terhadap manfaat yang daya dapatkan pada produk PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung.</p> <p>2. Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung.</p> <p>3. Saya merasa puas dengan produk yang ditawarkan oleh PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung.</p> <p>4. Saya merasa puas dengan dengan pelayanan, harga serta rasa dari produk yang telah diberikan oleh PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung.</p>					

3.6 Uji Coba Instrumen Penelitian

Uji coba instrument dilakukan untuk memperoleh validitas dan realibilitas kuesioner yang dilakukan. Menurut (Noor 2014:164) dalam penyusunan sebuah kuesioner harus benar-benar dapat menggambarkan tujuan dari penelitian tersebut (valid) dan juga dapat konsisten bila pertanyaan tersebut dijawab dalam waktu yang berbeda (reliabel). Secara mudah kuesioner diujicobakan dahulu kepada responden dan sampel (misal, 30 responden).

3.6.1 Uji Validitas

Menurut (Imam Ghozali 2021:66) “Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Menurut (Noor 2014:169) Untuk menguji validitas kuesioner digunakan rumus statistic koefisien korelasi produc moment dari person yang dapat dicari melalui program SPSS. Untuk menguji validitas kuesioner digunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n\sqrt{[\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi product moment

$\sum X$ = Skor Variabel (jawaban responden)

$\sum Y$ = Skor Total dari variabel (jawaban responden)

$\sum XY$ = Jumlah hasil skor X dan Y

$\sum X^2$ = Jumlah skor yang digunakan dalam variabel X

$\sum Y^2$ = Jumlah skor yang dilakukan dalam variabel X

n = Jumlah responden

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Imam Ghozali 2021:61 “Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal. Jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu”.

Menurut (Sugiyono 2018:209) “Pengujian reliabilitas instrumen dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan *test-retest* (*stability*), *equivalent*, dan gabungan keduanya. Secara internal reliabilitas instrumen dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu”.

Tentang uji reliabilitas ini dapat disampaikan hal – hal pokoknya, sebagai berikut (Noor, 2015:165):

1. Untuk menilai kestabilan ukuran dan konsistensi responden dalam menjawab kuesioner. Kuesioner tersebut

mencerminkan konstruk sebagai dimensi suatu variabel yang disusun dalam bentuk pertanyaan.

2. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pertanyaan.
3. Jika nilai $\alpha > 0,60$, disebut reliabel.

Rumus *alfa Cronbach* sebagai berikut :

$$r_{ii} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma_1^2} \right]$$

dimana rumus $\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}$

Keterangan :

r_{ii} = Relibilitas instrument

k = Banyaknya butiran pertanyaan

$\sum \sigma^2$ = Jumlah butir pertanyaan

σ_1^2 = Varians total

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data maka, peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono 2018:455). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Primer dan Sekunder.

1. Data Primer

Menurut (Sugiyono 2018:219) “Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Adapun teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a) Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner juga diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

Skala data kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Menurut (Sugiyono 2018:158) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert* maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Tabel 3. 5
Pengukuran Skala Likert

No.	Keterangan	Skor
1.	Sangat setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Ragu-ragu (RR)	3
4.	Tidak setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono 2018

b) Observasi

Teknik pengumpulan data melalui observasi mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lainnya. Observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain (Sugiyono 2018:229). Pengumpulan data yang dilakukan penulis dengan cara melihat dan mengamati langsung ke tempat penelitian yaitu : PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung.

c) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian (Sugiyono 2018:476).

2. Data Sekunder

Menurut (Sugiyono 2018:219) “sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Adapun teknik yang dilakukan adalah sebagai berikut:

a) Studi Kepustakaan

Teknik ini dilakukan untuk mendukung secara teoritis variabel-variabel penelitian. Pengumpulan data yang diperoleh dari buku-buku, karya ilmiah, pendapat para ahli yang memiliki relevansi dengan permasalahan yang diteliti.

3.8 Teknik Analisis Data

Menurut (Noor 2014:163) Teknik analisis data merupakan cara menganalisis data penelitian, termasuk alat-alat statistik yang relevan untuk digunakan dalam penelitian.

3.8.1 Uji Prasyarat Instrumen

Kegiatan dalam penelitian salah satunya yaitu tahapan pengujian instrument penelitian. Hal tersebut dilakukan agar instrumen yang digunakan memiliki kendala dan ketetapan guna mengukur variabel penelitian. Ada dua tahapan dalam pengujian instrumen yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

3.8.2 Uji Prasyarat Data

Uji prasyarat analisis diperlukan guna mengetahui apakah analisis data untuk pengujian hipotesis dapat dilanjutkan atau

tidak. Uji analisis yang digunakan yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji regresi linear berganda (Noor 2014:174).

3.8.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil (Imam Ghozali 2021:196). Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov.

Kriteria pengambilan keputusan uji normalitas adalah sebagai berikut :

1. Jika $Sig. < 0,05$ maka distribusi data tidak normal
2. Jika $Sig. > 0,05$ maka distribusi normal

3.8.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan

jika berbeda disebut Heteroskedastisitas (Imam Ghazali 2021:178).

(Imam Ghazali 2021:178) mengatakan bahwa ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas: “melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-studentized”.

3.8.2.3 Uji Multikolinieritas

(Imam Ghazali 2021:157) Uji Multikolinieritas memiliki tujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Pada model regresi yang dikatakan baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen, apabila variabel independen saling berkorelasi maka variabel-variabel tersebut tidak ortogonal. Variabel ortogonal disebut dengan variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dapat sebagai berikut:

1. Nilai R^2 yang dihasilkan oleh sesuatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
2. Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen, jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya 0.90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinieritas.
3. Multikolinieritas juga dapat dilihat (1) nilai *tolerance* dan lawannya (2) *variance inflation factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* rendah yang sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$) nilai Cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *Tolerance* ≤ 0.10 sama dengan $VIF \geq 10$.
multikolinieritas. Adapun rumus yang digunakan :

$$VIF = 1/(1-R_j^2) = j \ 1,2,\dots,k$$

keterangan:

VIF : Angka VIF

J : Jumlah Sampel

R_j^2 : Koefisien determinasi variabel bebas ke- j dengan variabel lain

3.8.2.4 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Apabila terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Hal tersebut sering ditemukan pada data runtut waktu (*time series*) karena “gangguan” pada seseorang individu atau kelompok cenderung mempengaruhi “gangguan” pada individu atau kelompok yang sama pada periode berikutnya (Imam Ghozali 2021:162).

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi pada model regresi.

1. Jika DW dibawah -2 maka terdapat autokorelasi positif

2. Jika DW diantara -2 maka tidak terdapat autokorelasi
3. Jika DW diatas +2 maka terdapat autokorelasi positif

3.8.2.5 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti, apabila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaikturunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2 (Sugiyono 2018:305).

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

A = Konstanta

b_1 = Regresi Variabel Kualitas Produk (X_1)

b_2 = Koefisien Regresi Variabel Harga (X_2)

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Harga

e = Error

3.8.2.6 Uji Korelasi

Analisis korelasi mempelajari keeratan hubungan dua atau lebih variabel yang menjadi perhatian. Bila pada dua atau lebih variabel yang menjadi perhatian tersebut didapati adanya hubungan, dengan menggunakan analisis korelasi kita dapat menelusuri apakah hubungan yang terjalin tersebut erat (hubungan kuat) atau tidak erat (hubungan lemah) serta signifikan atau tidak signifikan. (Sugiarto, 2017:329)

Tabel 3. 6
Interpretasi Koefisien Korelasi

Interpretasi Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2017)

Menurut Sugiyono (2017:191) untuk menguji hipotesis tersebut digunakan korelasi ganda, dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$R_{yx1x2} = \sqrt{\frac{r_{yx1}^2 + r_{yx2}^2 - 2r_{yx1}r_{yx2}r_{x1x2}}{1 - r_{x1x2}^2}}$$

Keterangan :

R_{yx1x2} = Korelasi antara variabel X_1 dengan X_2 secara bersama-sama dengan variabel Y

r_{yx1} = Korelasi product moment antara X_1 dengan Y

r_{yx2} = Korelasi product momen antara X_2 dengan Y

r_{x1x2} = Korelasi product moment antara X_1 dengan X_2

3.8.2.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Ghozali (2021:95) Koefisien detreminasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *independen*. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel *independen* dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti varibael-variabel independent memberikan hamper semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Adapun rumus koefisien determinasi adalah :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd = koefisian determinasi

r^2 = koefisien korelasi

3.8.3 Uji Analisis Data

3.8.3.1 Uji Parsial (Uji t)

Menurut (Kasmir 2022:266) Uji t digunakan untuk melihat pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya dapat digunakan dengan alat uji t artinya uji t adalah uji yang dilakukan untuk melihat pengaruh antara variabel independen yaitu Kualitas Produk dan Harga dan variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen.

Adapun pengambilan keputusan dalam uji t ini adalah sebagai berikut: (Kasmir, 2022:294).

- a) Jika hasil pengujian menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara signifikan.
- b) Jika hasil pengujian menunjukkan $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara signifikan

Melihat tingkat signifikannya:

- a) Jika nilai sig. $< 0,05$ berarti variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat secara signifikan.
- b) Jika nilai sig. $> 0,05$ berarti variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat secara signifikan.

Menurut Imam Ghozali (2018:249) cara melakukan uji t adalah sebagai berikut:

1. *Quick look* bila jumlah *degree of freedom* (df) adalah 20 atau lebih, dan derajat kepercayaan sebesar 5% maka H_0 yang menyatakan $\beta_i=0$ dapat ditolak bila nilai t lebih besar dari 2 (dalam nilai absolut). Dengan kata lain kita menerima hipotesis alternative, yang menyatakan bahwa suatu variabel independent secara individual mempengaruhi variabel dependen.
2. Membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. Apabila nilai statistik t hasil perhitungan lebih tinggi dibandingkan nilai t tabel, kita menerima hipotesis alternative yang menyatakan bahwa suatu variabel independent secara individual mempengaruhi variabel dependen.

3.8.3.2 Uji Simultan (Uji F)

Menurut (Kasmir 2022:267) Uji f merupakan uji secara bersama-sama atau serempak dari seluruh variabel bebas yang ada dengan variabel terikat untuk menilai uji F adalah dengan membandingkan antara F hitung dengan F tabel. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ berarti tidak berpengaruh secara bersama-sama.

Demikian pula jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ berarti berpengaruh secara bersama-sama.

Menurut Kuncoro (2018:108) uji statistik f pada dasarnya menunjukkan apakah dari semua variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model penelitian mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji simultan bertujuan untuk menilai sejauh mana model regresi yang dibuat mampu menjelaskan variabel terikat. Uji f memungkinkan peneliti untuk menentukan signifikan atau tidaknya model regresi dalam menjelaskan hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas.

Dalam penelitian ini variabel independen (Kualitas Produk & Harga) apakah berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Kepuasan Konsumen) secara simultan atau secara bersama-sama.

Untuk menilai uji F ini dengan membandingkan antara F hitung dengan F tabel, dan interpretasinya sebagai berikut (Kasmir 2022:295):

- a) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka, ada pengaruh antara variabel X secara bersama-sama terhadap variabel Y
- b) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka, tidak ada pengaruh antara variabel X secara bersama-sama terhadap variabel Y.

Dengan menggunakan angka signifikan:

- a) Apabila angka signifikan $< 0,05$ berarti variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat secara bersama-sama.
- b) Apabila angka signifikan $> 0,05$ berarti variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat secara bersama-sama.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian

PS Cafe & Restaurant berlokasi di Jl. Soekarno-Hatta, Cijoro Pasir, Kec. Rangkasbitung, Kabupaten Lebak, Banten 42357. PS Cafe & Restaurant di dirikan oleh Alvin Marvian pada tahun 2019, nama PS Cafe & Restaurant di ambil dari nama brand atau dari nama usaha keluarga yang bernama Putra Segar, ide untuk mendirikan PS Cafe & Restaurant ini berawal dari cita-cita dahulu semenjak SMA dan atas izin Allah SWT pada tahun 2019 sudah bisa dibuka.

PS Cafe & Restaurant di desain oleh bapak Alvin Marvian pada tahun 2011 dan ditahun 2014 bangunan tersebut sudah hampir rampung selesai, kemudian seiring berkembangnya waktu pada tahun 2019 PS Cafe & Restaurant resmi dibuka, hingga sampai saat ini PS Cafe & Restaurant merupakan salah satu Cafe dengan kapasitas besar dikota Rangkasbitung.

Dengan desain yang ciamik dan besar yang terdiri dari 4 lantai, PS Cafe & Restaurant mampu menampung sebanyak 400 orang dalam satu waktu yang sama. Tidak hanya restaurant dengan segmentasi kaum *milenial* dan tempat makan keluarga bertemakan

Nature, setelah berjalan 2 tahun PS Cafe & Restaurant mulai mengadaptasi konsep baru, memperluas segmentasi dengan pengadaan Family Karaoke, Private Room, dan menyediakan dan menyediakan pesanan Cathering mulai dari acara ulang tahun, milad komunitas sampai acara-acara partai.

Visi dan Misi PS Cafe & Resataurant

➤ Visi :

Yaitu menjadikan PS Cafe & Restaurant berkonsep harmonis dengan mengutamakan suasana dan keunikan desain gedung dan ornamen, menyajikan makanan dan minuman yang berkualitas dan didukung oleh pelayanan yang cepat dan bersahabat dalam rangka memenuhi kepuasan pelanggan.

➤ Misi:

1. Memberikan kepuasan terhadap pelanggan.
2. Mengembangkan inovasi demi kelangsungan dan ketahanan perusahaan.
3. Mengutamakan kualitas dalam hal apapun yang dilakukan.

4.1.2 Deskriptif Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Subyek

penelitian ini adalah konsumen PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung sebanyak 98 responden. Peneliti melakukan uji coba penelitian sebanyak 40 responden.

4.1.2.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden uji coba berdasarkan jenis kelamin, usia dan pekerjaan disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 1
Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	39	39,8	39,8	39,8
	Perempua	59	60,2	60,2	100,0
n					
Total		98	100,0	100,0	

Sumber: Output Spss 25, 2023.



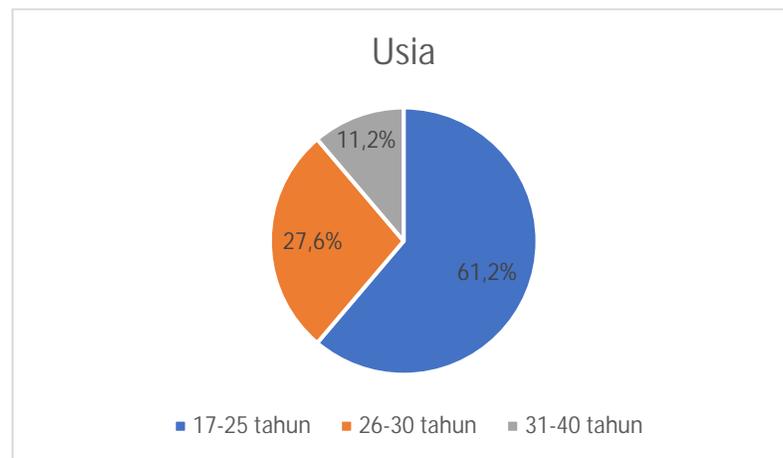
Gambar 4. 1
Jenis Kelamin

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jenis kelamin responden laki-laki sebanyak 39 orang atau 39,8% dan responden jenis kelamin perempuan sebanyak 59 orang atau 60,2%. Hal ini berarti bahwa responden perempuan lebih banyak dari responden laki-laki yang memiliki kepuasan terhadap produk PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung.

Tabel 4. 2
Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17 - 25 tahun	60	61,2	61,2	61,2
	26 - 30 tahun	27	27,6	27,6	88,8
	31 - 40 tahun	11	11,2	11,2	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Sumber: Output Spss 25, 2023.



Gambar 4. 2
Usia

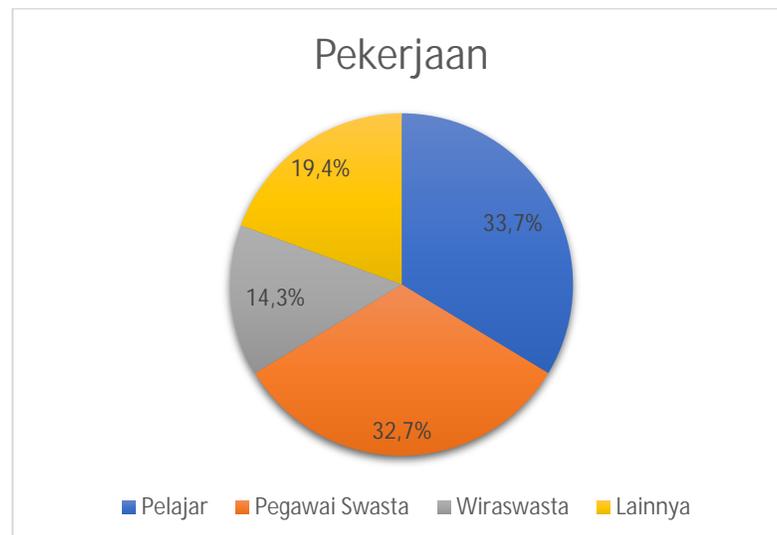
Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa responden yang berusia 17 – 25 tahun sebanyak 60 orang atau

61,2%, responden yang berusia 26 – 30 tahun sebanyak 27 orang atau 27,6% dan responden yang berusia 31 – 40 tahun sebanyak 11 orang atau 11,2%. Maka itu dapat disimpulkan bahwa responden yang terbanyak sebagian besar adalah berusia 17 – 25 tahun dengan jumlah responden 60 orang.

Tabel 4. 3
Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pelajar	33	33,7	33,7	33,7
Pegawai Swasta	32	32,7	32,7	66,3
Wiraswasta	14	14,3	14,3	80,6
Lainnya	19	19,4	19,4	100,0
Total	98	100,0	100,0	

Sumber: Output Spss 25, 2023



Gambar 4. 3
Pekerjaan

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa responden dari pelajar sebanyak 33 orang atau 33,7%, responden dari pegawai swasta sebanyak 32 orang atau 32,7%, responden dari wiraswasta sebanyak 14 orang atau 14,3% dan responden dari lainnya sebanyak 19 orang atau 19,4%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak yaitu dari pelajar.

4.1.2.2 Jawaban Responden Terhadap Kualitas Produk

Tabel 4. 4
Jawaban Terhadap X1.1

Saya merasa produk pada PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung memiliki bentuk penyajian yang menarik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1,0	1,0	1,0
	RR	2	2,0	2,0	3,1
	S	32	32,7	32,7	35,7
	SS	63	64,3	64,3	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Sumber: Output Spss 25, 2023.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden terhadap pertanyaan 1 (X1.1) menjawab Sangat Setuju sebanyak (63) orang atau 64,3%, responden yang menjawab Setuju sebanyak (32) orang atau 32,7%, responden yang menjawab Ragu-Ragu sebanyak (2) orang atau 2,0%,

dan responden yang menjawab Tidak Setuju sebanyak (1) orang atau 1,0%

Tabel 4. 5
Jawaban Terhadap X1.2

Menurut saya kemasan makanan dan minuman di PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung terlihat sangat praktis dan modern

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	RR	4	4,1	4,1	5,1
	S	41	41,8	41,8	46,9
	SS	52	53,1	53,1	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Sumber: Output Spss 25, 2023.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden terhadap pertanyaan 2 (X1.2) yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 52 orang atau 53,1%, responden yang menjawab Setuju sebanyak 41 orang atau 41,8%, responden yang menjawab Ragu-ragu sebanyak 4 orang atau 4,1% dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 1 orang atau 1,0%.

Tabel 4. 6
Jawaban Terhadap X1.3

Menurut saya rasa makanan dan minuman di PS Cafe & Restaurant sesuai dengan selera konsumen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4,1	4,1	4,1
	TS	5	5,1	5,1	9,2
	RR	17	17,3	17,3	26,5
	S	33	33,7	33,7	60,2
	SS	39	39,8	39,8	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Sumber: Output Spss 25, 2023.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden terhadap pertanyaan 3 (X1.3) responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 39 orang atau 39,8%, responden yang menjawab Setuju sebanyak 33 orang atau 33,7%, responden yang menjawab Ragu-ragu sebanyak 17 orang atau 17,3%, responden yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 5 orang atau 5,1% dan responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 4 orang atau 4,1%.

Tabel 4. 7
Jawaban Terhadap X1.4

Saya merasa PS Cafe & Restaurant memiliki kualitas kerja yang baik dalam menghasilkan produknya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	6,1	6,1	6,1
	RR	17	17,3	17,3	23,5
	S	33	33,7	33,7	57,1
	SS	42	42,9	42,9	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Sumber: Output Spss 25, 2023.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden terhadap pertanyaan 4 (X1.4) menjawab Sangat Setuju sebanyak 42 orang atau 42,9%, responden yang menjawab Setuju sebanyak 33 orang atau 33,7%, responden yang menjawab Ragu-ragu sebanyak 17 orang atau 17,3% dan responden yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 6 orang atau 6,1%.

Tabel 4. 8
Jawaban Terhadap X1.5

Saya merasa kualitas produk makanan dan minuman yang disajikan di PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung sesuai dengan harga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3,1	3,1	3,1
	TS	7	7,1	7,1	10,2
	RR	11	11,2	11,2	21,4
	S	39	39,8	39,8	61,2
	SS	38	38,8	38,8	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Sumber: Output Spss 25, 2023.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden terhadap pertanyaan 5 (X1.5) menjawab Sangat Setuju sebanyak 38 orang atau 38,8%, responden yang menjawab Setuju sebanyak 39 orang atau 39,8%, responden yang menjawab Ragu-ragu sebanyak 11 orang atau 11,2%, responden yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 7 orang atau 7,1% dan responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju Sebanyak 3 orang 3,1%.

Tabel 4. 9
Jawaban Terhadap X1.6

Menurut saya produk makanan dan minuman PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung memiliki ketahanan yang relatif lama

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,0	2,0	2,0
	TS	11	11,2	11,2	13,3
	RR	20	20,4	20,4	33,7
	S	36	36,7	36,7	70,4
	SS	29	29,6	29,6	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Sumber: Output Spss 25, 2023.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden terhadap pertanyaan 6 (X1.6) menjawab Sangat Setuju sebanyak 29 orang atau 29,6%, responden yang menjawab Setuju sebanyak 36 orang atau 36,7%, responden yang menjawab Ragu-ragu sebanyak 20 orang atau 20,4%, responden yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 11 orang atau 11,2% dan responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 2 orang atau 2,0%.

Tabel 4. 10
Jawaban Terhadap X1.7

Menurut saya makanan dan minuman di PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung tidak berubah dari waktu ke waktu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4,1	4,1	4,1
	TS	6	6,1	6,1	10,2
	RR	24	24,5	24,5	34,7
	S	34	34,7	34,7	69,4
	SS	30	30,6	30,6	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Sumber: Output Spss 25, 2023.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden terhadap pertanyaan 7 (X1.7) menjawab Sangat Setuju sebanyak 30 orang atau 30,6%, responden yang menjawab Setuju sebanyak 34 orang atau 34,7%, responden yang menjawab Ragu-ragu sebanyak 24 orang atau 24,5%, responden yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 6 orang atau 6,1% dan responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 4 orang atau 4,1%.

Tabel 4. 11
Jawaban Terhadap X1.8

Menurut saya produk PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung sangat mudah diperbaiki ketika produk rusak.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	12	12,2	12,2	13,3
	RR	20	20,4	20,4	33,7
	S	33	33,7	33,7	67,3
	SS	32	32,7	32,7	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Sumber: Output Spss 25, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden terhadap pertanyaan 8 (X1.8) menjawab Sangat Setuju sebanyak 32 orang atau 32,7%, responden yang menjawab Setuju sebanyak 33 orang atau 33,7%, responden yang menjawab Ragu-ragu sebanyak 20 orang atau 20,4%, responden yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 12 orang atau 12,2% dan responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 1 orang atau 1,0%

Tabel 4. 12
Jawaban Terhadap X1.9

Menurut saya rasa produk PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung sudah sesuai dengan penampilan yang disajikan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	8	8,2	8,2	8,2
	RR	8	8,2	8,2	16,3
	S	42	42,9	42,9	59,2
	SS	40	40,8	40,8	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Sumber: Output Spss 25, 2023.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden terhadap pertanyaan 9 (X1.9) menjawab Sangat Setuju sebanyak 40 orang atau 40,8%, responden yang menjawab Setuju sebanyak 42 orang atau 42,9%, responden yang menjawab Ragu-ragu sebanyak 8 orang atau 8,2% dan responden yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 8 orang atau 8,2%.

Tabel 4. 13
Jawaban Terhadap X1.10

Menurut saya fungsi produk PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung sesuai dengan kebutuhan konsumen.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,0	2,0	2,0
	TS	5	5,1	5,1	7,1
	RR	11	11,2	11,2	18,4
	S	39	39,8	39,8	58,2
	SS	41	41,8	41,8	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Sumber: Output Spss 25, 2023.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden terhadap pertanyaan 10 (X1.10) menjawab Sangat Setuju sebanyak 41 orang atau 41,8%, responden yang menjawab Setuju sebanyak 39 orang atau 39,8%, responden yang menjawab Ragu-ragu sebanyak 11 orang atau 11,2%, responden yang menjawab Tidak Setuju Sebanyak 5 orang atau 5,1% dan responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 2 orang atau 2,0%.

4.1.2.3 Jawaban Responden Terhadap Harga

Tabel 4. 14
Jawaban Terhadap X2.1

Harga produk PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung terjangkau dengan pendapatan saya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,0	2,0	2,0
	TS	4	4,1	4,1	6,1
	RR	5	5,1	5,1	11,2
	S	28	28,6	28,6	39,8
	SS	59	60,2	60,2	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Sumber: Output Spss 25, 2023.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden terhadap pertanyaan 11 (X2.1) menjawab Sangat Setuju 59 orang atau 60,25, responden yang menjawab Setuju sebanyak 28 orang atau 28,6%, responden yang menjawab Ragu-ragu sebanyak 5 orang atau 5,1%, responden yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 4 orang atau 4,1% dan responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 2 orang atau 2,0%.

Tabel 4. 15
Jawaban Terhadap X2.2
 Menurut saya harga sesuai dengan kualitas produk PS Cafe
 & Restaurant di Rangkasbitung

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	6,1	6,1	6,1
	RR	10	10,2	10,2	16,3
	S	39	39,8	39,8	56,1
	SS	43	43,9	43,9	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Sumber: Output Spss 25, 2023.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden terhadap pertanyaan 12 (X2.2) menjawab Sangat Setuju sebanyak 43 orang atau 43,9%, responden yang menjawab Setuju sebanyak 39 orang atau 39,8%, responden yang menjawab Ragu-ragu sebanyak 10 orang atau 10,2% dan responden yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 6 orang atau 6,1%.

Tabel 4. 16
Jawaban Terhadap X2.3

Saya merasa harga produk PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung dapat bersaing dengan produk lain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,0	2,0	2,0
	TS	3	3,1	3,1	5,1
	RR	7	7,1	7,1	12,2
	S	37	37,8	37,8	50,0
	SS	49	50,0	50,0	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Sumber: Output Spss 25, 2023.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden terhadap pertanyaan 13 (X2.3) menjawab Sangat Setuju sebanyak 49 orang atau 50,0%, responden yang menjawab Setuju sebanyak 37 orang atau 37,8%, responden yang menjawab Ragu-ragu sebanyak 7 orang atau 7,1%, responden yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 3 orang atau 3,1% dan responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 2 orang atau 2,0%.

Tabel 4. 17
Jawaban Terhadap X2.4

Saya merasa harga produk PS Cafe & Restaurant di Rongkasbitung sudah sepadan dengan manfaat yang didapatkan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3,1	3,1	3,1
	RR	7	7,1	7,1	10,2
	S	39	39,8	39,8	50,0
	SS	49	50,0	50,0	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Sumber: Output Spss 25, 2023.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden terhadap pertanyaan 14 (X2.4) menjawab Sangat Setuju sebanyak 49 orang atau 50,0%, responden yang menjawab Setuju sebanyak 39 orang atau 39,8%, responden yang menjawab Ragu-ragu sebanyak 7 orang atau 7,1% dan responden yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 3 orang atau 3,1%.

Tabel 4. 18
Jawaban Terhadap X2.5

Harga pada produk PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung membuat konsumen tertarik untuk mendapatkan produk tersebut

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	2	2,0	2,0	3,1
	RR	9	9,2	9,2	12,2
	S	41	41,8	41,8	54,1
	SS	45	45,9	45,9	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Sumber: Output Spss 25, 2023.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden terhadap pertanyaan 15 (X2.5) menjawab Sangat Setuju sebanyak 45 orang atau 45,9%, responden yang menjawab Setuju sebanyak 41 orang atau 41,8%, responden yang menjawab Ragu-ragu sebanyak 9 orang atau 9,2%, responden yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 2 orang atau 2,0% dan responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 1 orang atau 1,0%.

4.1.2.4 Jawaban Responden Terhadap Kepuasan Konsumen

Tabel 4. 19
Jawaban Terhadap Y1

Saya merasa puas terhadap manfaat yang saya dapatkan pada produk PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	4	4,1	4,1	5,1
	RR	10	10,2	10,2	15,3
	S	37	37,8	37,8	53,1
	SS	46	46,9	46,9	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Sumber: Output Spss 25, 2023.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden terhadap pertanyaan 16 (Y1) menjawab Sangat Setuju sebanyak 46 orang atau 46,9%, responden yang menjawab Setuju sebanyak 37 orang atau 37,8%, responden yang menjawab Ragu-ragu sebanyak 10 orang atau 10,2%, responden yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 4 orang atau 4,1% dan responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 1 orang atau 1,0%.

Tabel 4. 20
Jawaban Terhadap Y2
 Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh
 pihak PS Cafe & Restaurant Di Rangkasbitung

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RR	11	11,2	11,2	11,2
	S	43	43,9	43,9	55,1
	SS	44	44,9	44,9	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Sumber: Output Spss 25, 2023.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden terhadap pertanyaan 17 (Y2) menjawab Sangat Setuju sebanyak 44 orang atau 44,9%, responden yang menjawab Setuju sebanyak 43 orang atau 43,9%, dan responden yang menjawab Ragu-ragu sebanyak 11 orang atau 11,2%.

Tabel 4. 21
Jawaban Terhadap Y3

Saya merasa puas dengan produk yang ditawarkan oleh PS
 Cafe & Restaurant di Rangkasbitung

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1,0	1,0	1,0
	RR	16	16,3	16,3	17,3
	S	38	38,8	38,8	56,1
	SS	43	43,9	43,9	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Sumber: Output Spss 25, 2023.

Berdasarkan Tabel diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden terhadap pertanyaan 18 (Y3) menjawab Sangat Setuju sebanyak 43 orang atau 43,9%, responden yang menjawab Setuju sebanyak 38 orang atau 38,8%, responden yang menjawab Ragu-ragu sebanyak 16 orang atau 16,3% dan responden yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 1 orang atau 1,0%.

Tabel 4. 22
Jawaban Terhadap Y4

Saya merasa puas dengan pelayanan, harga serta rasa dari produk yang telah diberikan oleh PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	2	2,0	2,0	3,1
	RR	6	6,1	6,1	9,2
	S	35	35,7	35,7	44,9
	SS	54	55,1	55,1	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Sumber: Output Spss 25, 2023.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden terhadap pertanyaan 19 (Y4) menjawab Sangat Setuju sebanyak 54 orang atau 55,1%, responden yang menjawab Setuju sebanyak 35 orang atau 35,7%, responden yang menjawab Ragu-ragu sebanyak 6 orang atau 6,1%, responden yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 2 orang

atau 2,0% dan responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 1 orang atau 1,0%.

4.1.2.5 Statistik Deskriptif

Pengukuran statistik deskriptif data terhadap variabel ini perlu dilakukan untuk melihat gambaran umum dari data seperti, rata-rata (mean), nilai minimum, nilai maksimum, dan standar deviasi untuk setiap variabel yaitu Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2) dan Kepuasan Konsumen (Y). Hasil uji statistik deskriptif penelitian dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. 23
Uji Statistik Deskriptif Responden

		Statistics		
		Kualitas Produk	Harga	Kepuasan Konsumen
N	Valid	98	98	98
	Missing	0	0	0
Std. Error of Mean		,612	,308	,222
Std. Deviation		6,057	3,049	2,194
Minimum		20	12	7
Maximum		49	25	20

Sumber: Output Spss 25, 2023.

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif di atas, data yang didapat oleh peneliti dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Produk (X_1), dari data tersebut dideskripsikan bahwa nilai maximum 49, nilai minimum 20, rata-rata 0,612, dan standar deviation sebesar 6,057.
2. Variabel Harga (X_2), dari data tersebut dideskripsikan bahwa nilai maximum 25, nilai minimum 12, rata-rata 0,308, dan standar deviation sebesar 3,049
3. Variabel Kepuasan Konsumen (Y), dari data tersebut dideskripsikan bahwa nilai maximum 20, nilai minimum 7, rata-rata 0,222, dan standar deviation sebesar 2,194.

4.1.2.6 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur (kuesioner). Uji validitas ini dilakukan dengan kriteria r hitung $>$ r tabel maka dinyatakan valid. Selanjutnya t tabel diperoleh dengan rumus $df = n - 2$ ($10 - 2 = 8$) dengan taraf signifikan 0,05 dan diperoleh r tabel sebesar 0,631. Dalam uji coba validitas ini menggunakan bantuan SPSS dengan mengambil 10 responden.

Tabel 4. 24
Hasil Uji Validitas Responden Uji Coba

Variabel	Item Pertanyaan	R hitung	R tabel	Kesimpulan
Kualitas Produk (X_1)	Item pertanyaan 1	0,713	0,631	Valid
	Item pertanyaan 2	0,834	0,631	Valid
	Item pertanyaan 3	0,760	0,631	Valid
	Item pertanyaan 4	0,818	0,631	Valid

	Item pertanyaan 5	0,918	0,631	Valid
	Item pertanyaan 6	0,762	0,631	Valid
	Item pertanyaan 7	0,757	0,631	Valid
	Item pertanyaan 8	0,766	0,631	Valid
	Item pertanyaan 9	0,817	0,631	Valid
	Item pertanyaan 10	0,715	0,631	Valid
Harga (X ₂)	Item pertanyaan 11	0,765	0,631	Valid
	Item pertanyaan 12	0,938	0,631	Valid
	Item pertanyaan 13	0,725	0,631	Valid
	Item pertanyaan 14	0,823	0,631	Valid
	Item pertanyaan 15	0,723	0,631	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Item pertanyaan 16	0,845	0,631	Valid
	Item pertanyaan 17	0,718	0,631	Valid
	Item pertanyaan 18	0,957	0,631	Valid
	Item pertanyaan 19	0,918	0,631	Valid

Sumber: Output Spss 25, 2023.

4.1.2.7 Uji Reliabilitas

Reliabilitas untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Menurut (Noor:2014) data dapat dikatakan reliabel apabila r hitung $>$ r tabel.

Tabel 4. 25
Uji Reliabilitas Intrumen Uji Coba

Variabel	Nilai C. Alpha	Keterangan	Kesimpulan
Kualitas Produk (X1)	0,926	$>$ 0,60	Reliabel
Harga (X2)	0,804	$>$ 0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,884	$>$ 0,60	Reliabel

Sumber: Output Spss 25, 2023.

Berdasarkan keterangan tabel diatas diatas dapat disimpulkan bahwa koefisien reliabilitas variabel Kualitas Porduk sebesar 0,926, koefisien reliabilitas variabel Harga sebesar 0,804, dan koefisien reliabilitas variabel Kepuasan Konsumen sebesar 0,884. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki *Cronbach's Alpha* > 0,60, maka dari itu variabel Kulititas Produk, Harga dan Kepuasan Konsumen dapat diakatkan reliabel.

4.1.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.1.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah populasi berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode *kolmogrov-smirnov* sebagai berikut:

Tabel 4. 26
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test				
		Kualitas Produk	Harga	Kepuasan Konsumen
N		98	98	98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	41,01	21,59	17,27
	Std. Deviation	6,057	3,049	2,194
Most Extreme Differences	Absolute	,157	,186	,146
	Positive	,094	,132	,106
	Negative	-,157	-,186	-,146
Test Statistic		,157	,186	,146
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c
a. Test distribution is Normal.				
b. Calculated from data.				
c. Lilliefors Significance Correction.				

Sumber: Output SPSS 25, 2023.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Kolmogorov-Smirnov pada variabel kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka data berdistribusi tidak normal.

Berdasarkan uraian diatas, maka selanjutnya penelitian menggunakan uji normalitas dengan metode LN (Logaritma Natural). Berikut hasil uji normalitas menggunakan LN:

Tabel 4. 27
Hasil Uji Normalitas LN

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		LN_X1	LN_X2	LN_Y
N		98	98	98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	3,7014	3,0612	2,8390
	Std. Deviation	,16485	,15529	,14863
Most Extreme Differences	Absolute	,179	,209	,178
	Positive	,124	,155	,146
	Negative	-,179	-,209	-,178
Test Statistic		,179	,209	,178
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c
a. Test distribution is Normal.				
b. Calculated from data.				
c. Lilliefors Significance Correction.				

Sumber: Output SPSS 25, 2023.

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai Kolmogorov-Smirnov pada variabel Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Konsumen memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka data berdistribusi tidak normal.

Berdasarkan uraian diatas, maka selanjutnya penelitian menggunakan uji normalitas dengan metode LOG (*Letter Of Guarantee*). Berikut hasil uji normalitas menggunakan LOG:

Tabel 4. 28
Hasil Uji Normalitas LOG

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		LOG_X1	LOG_X2	LOG_Y
N		98	98	98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	1,6075	1,3294	1,2330
	Std. Deviation	,07160	,06744	,06455
Most Extreme Differences	Absolute	,179	,209	,178
	Positive	,124	,155	,146
	Negative	-,179	-,209	-,178
Test Statistic		,179	,209	,178
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c
a. Test distribution is Normal.				
b. Calculated from data.				
c. Lilliefors Significance Correction.				

Sumber: Output SPSS 25, 2023.

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan nilai Kolmogorov-Smirnov pada variabel Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Konsumen memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka data berdistribusi tidak normal.

Berdasarkan uraian diatas, maka selanjutnya penelitian menggunakan uji normalitas dengan metode SQRT (*Squareroot*). Berikut hasil uji normalitas SQRT:

Tabel 4. 29
Hasil Uji Normalitas SQRT

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		SQRT_X1	SQRT_X2	SQRT_Y
N		98	98	98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	6,3848	4,6342	4,1456
	Std. Deviation	,49672	,34257	,28236
Most Extreme	Absolute	,168	,198	,162
Differences	Positive	,108	,143	,124
	Negative	-,168	-,198	-,162
Test Statistic		,168	,198	,162
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c
a. Test distribution is Normal.				
b. Calculated from data.				
c. Lilliefors Significance Correction.				

Sumber: Output SPSS 25, 2023.

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai Kolmogorov-Smirnov pada varabel Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Konsumen memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka data berdistribusi tidak normal.

Berdasarkan uraian diatas, maka selanjutnya penelitian menggunakan uji normalitas secara residual. Berikut hasil uji normalitas secara residual:

Tabel 4. 30
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

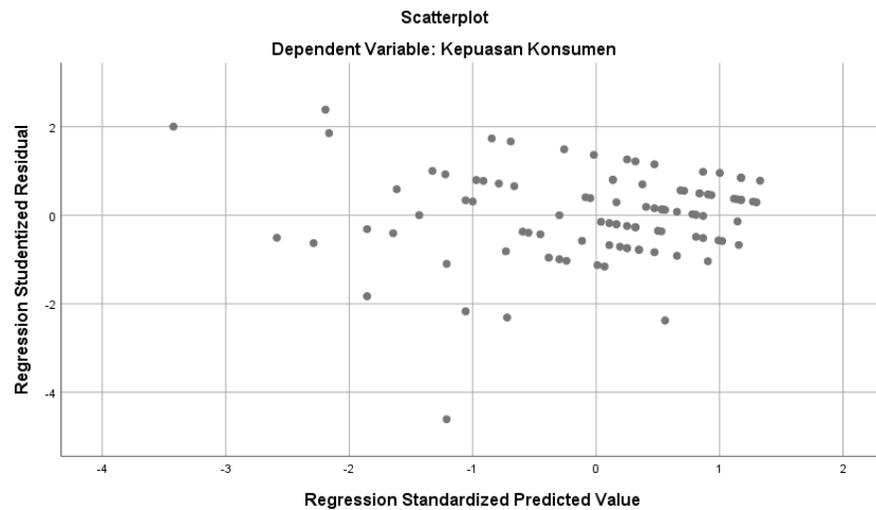
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,00758490
Most Extreme Differences	Absolute	,072
	Positive	,062
	Negative	-,072
Test Statistic		,072
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal. b. Calculated from data. c. Lilliefors Significance Correction. d. This is a lower bound of the true significance .		

Sumber: Output 25, 2023.

Berdasarkan tabel diatas hasil uji normalitas dapat diketahui nilai signifikan $0.200 > 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

4.1.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk memeriksa apakah terdapat perbedaan varians yang signifikan antara residual dalam model regresi di setiap pengamatan. Hasil uji heteroskedastisitas disajikan sebagai berikut:



Gambar 4. 4
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa titik data menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan titik membuat pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada hasil pengujian.

4.1.3.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji adanya korelasi antara variabel bebas (independen) dalam regresi. Hasil uji multikolinearitas sebagai berikut:

Tabel 4. 31
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Produk	,435	2,298
	Harga	,435	2,298

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output Spss 25, 2023.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil pengujian menunjukkan variabel Kualitas Produk dan Harga memiliki nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar 2,298, dan nilai *Tolerance* sebesar 0.435. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa semua memiliki angka VIF <10 dan memiliki nilai *Tolerance* >0.10, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut bebas dari asumsi multikolinearitas.

4.1.3.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui sebuah pengaruh antara variabel satu dengan variabel yang lain. Uji ini dapat dilihat melalui statistik d Durbin Watson (D-W). Berikut dibawah ini hasil uji autokorelasi yang dilakukan dalam penelitian:

Tabel 4. 32
Uji Autokorelasi

Model Summary ^b	
Model	Durbin-Watson
1	1,914
a. Predictors: (Constant), Harga X2, Kualitas Produk X1	
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen Y	

Sumber: Spss 25, 2023.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai DW sebesar 1.914. setelah dideteksi autokorelasi dengan cara membandingkan angka DW diatas maupun dibawah $-2/+2$ maka dapat disimpulkan bahwa DW ($-2 < 1.914 < +2$) yang berarti tidak terjadi autokorelasi.

4.1.3.5 Uji Regresi Linier Berganda

Hasil uji regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui hubungan fungsional ataupun variabel terikat yang digunakan untuk memprediksi perubahan variabel terikat positif maupun variabel terikat negatif. Berikut dibawah ini hasil dari uji regresi linier berganda yang dilakukan dalam penelitian:

Tabel 4. 33
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a	
		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	11,122	1,541
	Kualitas Produk X1	,136	,052
	Harga X2	,025	,102

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen Y

Sumber: Spss 25, 2023.

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan SPSS 25, maka data yang diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = 11,122 + 0,136 X_1 + 0,025 X_2 + e$$

Persamaan regresi diatas memperlihatkan hubungan antar variabel independen secara parsial, dari persamaan tersebut dapat ditarik kesimpulan:

1. Konstanta (a) sebesar 11,122 menyatakan bahwa jika variabel independen dianggap konstan, maka kepuasan konsumen adalah sebesar 11,122.
2. Koefisien regresi kualitas produk (X1) sebesar 0,136, hal ini menunjukkan apabila terjadi peningkatan kualitas produk sebesar 1 skor, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,136.

3. Nilai koefisien regresi Harga (X2) sebesar 0,025, hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel harga sebesar 1 skor, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,025.

4.1.3.6 Uji Korelasi

Uji korelasi ini digunakan untuk mempelajari hubungan antara variabel-variabel yang diamati. Yang bertujuan untuk menentukan tingkat keeratan hubungan, baik erat maupun lemah, serta apakah hubungan tersebut signifikan secara statistik. Hasil uji korelasi dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. 34
Hasil Uji Korelasi

		Correlations		
		Kualitas Produk X1	Harga X2	Kepuasan Konsumen Y
Kualitas Produk X1	Pearson Correlation	1	,752**	,403**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	98	98	98
Harga X2	Pearson Correlation	,752**	1	,318**
	Sig. (2-tailed)	,000		,001
	N	98	98	98
Kepuasan Konsumen Y	Pearson Correlation	,403**	,318**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	
	N	98	98	98

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

Sumber: Spss 25, 2023.

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh pada variabel Kualitas Produk nilai korelasi bernilai positif sebesar 0,403 terletak pada interval koefisien (0,40 - 0,599) artinya pada variabel kualitas produk memiliki hubungan yang sedang terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan pada variabel harga memiliki nilai korelasi sebesar 0,318 terletak pada interval koefisien (0,20 – 0,399) artinya pada variabel harga memiliki hubungan yang rendah terhadap kepuasan konsumen.

4.1.3.7 Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)

Uji koefisien determinasi (Uji R²) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi yang diberikan oleh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. Berikut hasil uji koefisien determinasi:

Tabel 4. 35
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,404 ^a	,163	,145

a. Predictors: (Constant), Harga X2, Kualitas Produk X1

Sumber: Spss 25,2023.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi (R²) 0,163 atau sebesar 16,3%. Hal ini berarti 16,3% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel

kualitas produk dan harga, sedangkan 83,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

4.1.4 Hasil Uji Hipotesis

4.1.4.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (uji t) bertujuan untuk mengetahui tingkat signifikan dari variabel kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen secara individu dengan taraf signifikan 5% atau (0,05). Untuk mencari t tabel dengan cara $df = n - k$ dengan taraf signifikansi 0,05 dimana (k) adalah jumlah variabel dan (n) adalah jumlah sampel. Nilai t tabel adalah $(98 - 2 = 96)$ maka dapat diperoleh t tabel adalah sebesar 1,984 dibawah ini hasil uji parsial dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. 36
Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a			t	Sig.
Model				
1	(Constant)		7,218	,000
	Kualitas Produk X1		2,646	,010
	Harga X2		,249	,804

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen Y

Sumber: Spss 25, 2023.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

1. Nilai t hitung sebesar 2,646 dimana t hitung lebih besar dari t tabel ($2,646 > 1,984$) dengan tingkat signifikan untuk kualitas produk (X1) adalah 0,010 yang berarti bahwa nilai tersebut lebih kecil dari nilai taraf signifikan 0,05 ($0,010 < 0,05$). Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, jadi H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Nilai t hitung sebesar 0,249 dimana t hitung lebih kecil dari t tabel ($0,249 < 1,984$) dengan tingkat signifikan untuk harga (X2) adalah 0,804 yang berarti bahwa nilai tersebut lebih besar dari nilai taraf signifikan 0,05 ($0,804 > 0,05$). Hal ini berarti bahwa tidak terdapat pengaruh dan tidak signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen, jadi H_0 diterima dan H_a ditolak.

4.1.4.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F dapat digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas berpengaruh atau tidak terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini ada dua variabel bebas dan satu variabel terikat dengan jumlah sampel 98. Maka $df_2 = 98 - 3 = 95$. Didapatkan F tabel sebesar 3,09. Hasil uji f dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. 37
Uji Simultan F

ANOVA ^a			
Model		F	Sig.
1	Regression	9,253	,000 ^b
	Residual		
	Total		
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen Y			
b. Predictors: (Constant), Harga X2, Kualitas Produk X1			

Sumber: Spss 25, 2023.

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa uji simultan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan F hitung dan F tabel dilihat bahwa F hitung sebesar 9,253 dimana ($9,253 > 3,09$). Hal ini berarti terdapat pengaruh secara bersama-sama (simultan) antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen.
2. Tingkat signifikan dalam penelitian ini adalah sebesar 0,000 dimana $0,000 < 0,05$ berarti signifikan.

Sehingga, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. H3 diterima dan H0 ditolak.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PS Cafe & Restaurant Di Rangkasbitung

Berdasarkan hasil tanggapan dari kuesioner yang dibagikan dalam penelitian kepada 98 responden dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki nilai t hitung 2,646 lebih besar dari t tabel 1,984 ($2,646 > 1,984$) dari nilai signifikan 0,010 lebih kecil dari 0,05 ($0,010 < 0,05$). Hasil penelitian ini adalah terdapat pengaruh dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena semakin produk itu memberikan kualitas yang baik kepada konsumen maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang didapatkan oleh konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Raisa Aprita Nur Maharani, Iskandar Ali (2022) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen.

Maka hasil akhir dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung.

4.2.2 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PS Cafe & Restaurant Di Rangkasbitung

Berdasarkan hasil tanggapan dari kuesioner yang dibagikan dalam penelitian kepada 98 responden dapat disimpulkan bahwa harga memiliki t hitung 0,249 lebih kecil dari 1,984 ($0,249 < 1,984$) dari nilai signifikan 0,804 lebih besar dari 0,05 ($0,804 > 0,05$). Hasil penelitian ini adalah tidak terdapat pengaruh dan tidak signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Penelitian Galih Ayu Prasasti, Putri Maisara (2022) yang menyatakan bahwa harga tidak terdapat pengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Maka hasil akhir dari penelitian ini adalah tidak terdapat pengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung.

4.2.3 Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PS Cafe & Restaurant Di Rangkasbitung

Dalam penelitian ini data yang dimiliki adalah dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 98 responden maka berdasarkan F hitung dan F tabel dilihat bahwa F hitung sebesar 9,253 dimana $9,253 > 3,09$ ($df_2 = 98 - 3 = 95$ didapatkan F tabel sebesar

3,09). Dan tingkat signifikan yang diperoleh adalah sebesar 0,000 dimana $0,000 < 0,05$. Hasil dari penelitian ini berarti terdapat pengaruh dan signifikan secara bersama-sama (simultan) antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aldi An Nurfalaha, Surti Zahra, Mohamad bayi Tabrani (2020) yang menyatakan bahwa secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas produk (X1) secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung.
2. Variabel harga (X2) secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung.
3. Variabel kualitas produk dan harga (X2) secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian, pembahasan dan kesimpulan maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung

Peneliti sarankan kepada perusahaan agar memperhatikan kedua variabel bebas yang diteliti yaitu kualitas produk dan harga. Berdasarkan hasil dari analisis pada variabel kualitas produk memiliki nilai positif sebesar 0,136 yang artinya ketika kualitas produk meningkat maka kepuasan konsumen akan meningkat. Pada variabel harga memiliki nilai positif sebesar 0,025 yang artinya ketika harga meningkat maka kepuasan konsumen meningkat. Karena pada variabel kualitas produk memiliki pengaruh dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung, maka dari itu perusahaan harus lebih meningkatkan lagi kebijakannya yang berhubungan dengan variabel kualitas produk.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan kepada peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi dasar untuk penelitian lebih lanjut mengenai kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen dengan objek berbeda ataupun penambahan variabel yang lain seperti strategi promosi, kualitas pelayanan, dan variabel bebas lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alvian, I. G. P. K. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen “Masalah.” *Performa*, 5(4), 295–302. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i4.1783>
- Aji, M. 2019. Manajemen Pemasaran Syariah Teori dan Praktik. UPP STIM YKPN
- Aprita Nur Maharani, R., & Ali Alam, I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Selama Pandemi Covid-19 Pada Kebab Salahuddin. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(4), 235–242. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i4.22>
- Daga, R. 2017. Citra Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan. Gowa, Global Research And Consulting Institut.
- Deviyanti M. (2021). Pengaruh Label Halal, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brand Kosmetik Wardah di Citra Cosmetic Sungguminasa. *Repository.Stienobel-Indonesia.Ac.Id*, 1–104. [http://repository.stienobel-indonesia.ac.id/bitstream/handle/123456789/427/SKRIPSI DEVIYANTI M %2017212211.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repository.stienobel-indonesia.ac.id/bitstream/handle/123456789/427/SKRIPSI_DEVIYANTI_M%2017212211.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Ghozali, Imam, 2021. Aplikasi Analisis Multivariate. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Handayani, S. L., & Syarifudin, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Layanan Transportasi Gojek. *Jurnal Dimensi*, 11(2), 298–313. <https://doi.org/10.33373/dms.v11i2.4115>
- Indrasari, Meithiana. 2019. Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya. Unitomo Press.
- Irwansyah, Listya d.k.k 2021. Perilaku Konsumen. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Kasmir, 2022. Metodologi Penelitian. Depok. Rajawali Pers.

- Keller, Kotler. 2021. *Intisari Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta. ANDI.
- Kuncoro, M. (2018). *Metode Kuantitatif*. Yogyakarta:YKPN
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14.
- Marpaung, B. (2020). *Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian*. 8(1), 29–38.
- Noor, Juliansyah. 2015. *Metodologi Penelitian*. Jakarta. Kencana.
- Nurfalah, A. A., Zahra, S., & Tabrani, M. B. (2020). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KEDAI KOPI MUSTAFA85 PANDEGLANG BANTEN (Studi Kasus Kedai Kopi Mustafa85 di Pandeglang Banten)*. 13(02). <https://doi.org/10.46306/jbbe.v13i2>
- Palelu, D. R. G., Tumbuan, W. J. F. T., & Jorie, R. J. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kamsia Boba Di Kota Lawang. *Emba*, 10(1), 68–77.
- Rufliansah, F. F., Hermani, A., Seno, D., Bisnis, D. A., & Diponegoro, U. (n.d.). *TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi pada Konsumen Rainbow Creative Semarang) Pendahuluan*. IX(Iv), 389–401.
- Sugiarto 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta. ANDI.
- Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Alfabeta.
- Suryani, 2021. *Customer Relationship Management (CRM) dalam Riset Pemasaran*. Tangerang Selatan. Pascal Book.
- Syahidin, S., & Adnan, A. (2022). Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 4(1), 20–32. <https://doi.org/10.55542/gpjer.v4i1.209>
- Tjiptono, Diana. 2020. *Pemasaran*. Yogyakarta. CV. ANDI OFFSET.

Zamora, R & W, Agung, Edwin 2023. *Perlindungan Konsumen dalam Persektif Pemasaran*. Yogyakarta. Absolute Media.

LAMPIRAN

SKOR JAWABAN KUALITAS PRODUK (X1)

Responden	Kualitas Produk (X1)										Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
1.	5	5	2	3	4	4	3	2	4	2	34
2.	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
3.	4	4	1	3	2	4	1	3	4	4	30
4.	5	4	5	2	4	4	5	4	5	4	42
5.	3	4	3	4	2	2	3	2	4	3	30
6.	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	37
7.	3	4	3	4	1	1	3	3	2	4	28
8.	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	41
9.	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	37
10.	5	5	2	4	2	1	2	2	2	1	26
11.	4	5	3	3	2	5	3	2	5	2	34
12.	4	4	5	4	4	3	3	2	4	4	37
13.	2	1	2	2	1	2	2	3	2	3	20
14.	5	4	5	3	4	2	5	2	4	4	38
15.	5	4	2	4	4	2	2	4	4	4	35
16.	5	5	4	5	4	5	4	2	3	2	39
17.	5	5	3	5	5	4	3	4	4	4	42
18.	5	5	3	4	3	2	3	2	4	3	34
19.	4	5	3	3	4	4	3	2	5	5	38
20.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
21.	4	5	5	4	4	4	5	4	4	3	42
22.	4	4	4	4	5	3	4	4	5	4	41
23.	4	4	3	2	2	2	3	3	4	4	31
24.	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	36

25.	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	35
26.	4	4	2	3	4	3	2	3	4	4	33
27.	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	35
28.	5	4	1	2	3	4	1	2	4	2	28
29.	5	4	1	3	4	2	1	2	4	5	31
30.	4	5	1	4	3	2	1	1	5	1	27
31.	4	5	4	4	5	3	3	5	2	2	37
32.	5	5	4	3	5	4	5	3	2	5	41
33.	5	4	5	3	2	4	2	5	4	5	39
34.	5	4	5	4	5	3	5	4	5	4	44
35.	4	5	3	5	4	5	4	3	5	4	42
36.	5	4	3	2	2	5	4	5	2	4	36
37.	5	4	5	3	5	4	5	3	4	5	43
38.	5	5	4	5	3	4	3	5	4	5	43
39.	5	5	4	3	4	4	5	3	5	4	42
40.	4	4	5	4	5	4	5	4	5	3	43
41.	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	47
42.	4	5	4	4	5	3	4	4	5	4	42
43.	5	5	5	4	4	4	5	3	5	4	44
44.	5	4	5	4	3	3	5	4	5	5	43
45.	4	5	4	3	5	4	4	5	3	5	42
46.	5	4	5	4	5	3	3	4	4	5	42
47.	5	5	4	3	5	2	5	4	5	4	42
48.	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	46
49.	5	4	5	2	1	4	3	2	2	4	32
50.	5	5	5	4	3	4	5	4	3	5	43
51.	5	3	4	4	4	2	4	3	3	4	36

52.	5	5	5	4	5	4	5	5	2	5	45
53.	5	5	5	4	3	2	5	5	5	5	44
54.	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
55.	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
56.	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	46
57.	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	48
58.	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	46
59.	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	48
60.	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
61.	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	48
62.	5	5	3	5	3	5	4	5	5	5	45
63.	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	48
64.	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	48
65.	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	46
66.	5	4	4	5	4	5	3	5	4	3	42
67.	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	47
68.	5	5	4	3	4	4	5	4	3	5	42
69.	5	4	3	5	5	4	3	5	5	4	43
70.	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	44
71.	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
72.	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	35
73.	4	3	4	4	4	3	2	3	4	4	35
74.	4	5	4	3	3	4	3	5	4	4	39
75.	4	4	3	5	4	5	3	4	5	3	40
76.	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	41
77.	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	47
78.	4	4	4	5	5	3	3	4	4	3	39

79.	5	4	3	5	4	5	4	4	5	5	44
80.	5	4	5	5	5	4	4	5	4	3	44
81.	5	5	5	5	4	3	5	4	3	5	44
82.	5	4	4	5	3	3	3	4	5	4	40
83.	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	46
84.	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	45
85.	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	47
86.	5	5	3	4	5	3	4	5	4	5	43
87.	4	3	5	4	5	3	4	5	4	5	42
88.	4	5	3	5	4	5	4	5	4	5	44
89.	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	47
90.	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
91.	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	46
92.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
93.	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
94.	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	45
95.	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
96.	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	46
97.	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
98.	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	45

SKOR JAWABAN HARGA (X2)

Responden	Harga (X2)					Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1.	2	4	1	2	4	13
2.	4	5	4	4	4	21
3.	3	2	4	3	4	16
4.	4	4	4	5	4	21
5.	4	3	4	2	3	16
6.	2	4	4	4	4	18
7.	3	2	2	4	4	15
8.	5	5	4	5	4	23
9.	3	4	4	4	4	19
10.	1	5	3	2	1	12
11.	4	2	4	5	2	17
12.	5	4	3	4	4	20
13.	4	3	2	3	3	15
14.	4	4	5	5	4	22
15.	4	3	4	4	4	19
16.	3	5	5	5	4	22
17.	4	4	4	4	4	20
18.	4	5	1	4	3	17
19.	1	4	3	4	5	17
20.	4	2	4	4	4	18
21.	5	5	4	4	4	22
22.	4	4	4	4	4	20
23.	4	3	4	4	4	19
24.	3	4	4	4	4	19

25.	4	3	4	3	3	17
26.	5	4	5	4	4	22
27.	4	2	4	3	4	17
28.	2	3	5	4	2	16
29.	2	4	3	4	5	18
30.	4	2	2	4	5	17
31.	5	5	5	5	4	24
32.	5	5	5	5	4	24
33.	5	4	5	5	5	24
34.	5	4	5	5	5	24
35.	5	4	4	4	4	21
36.	5	4	5	4	5	23
37.	5	4	4	5	5	23
38.	4	4	5	5	4	22
39.	5	4	4	5	4	22
40.	4	4	5	5	4	22
41.	5	5	4	4	4	22
42.	5	5	5	5	5	25
43.	5	5	5	5	5	25
44.	5	5	4	5	5	24
45.	5	5	5	5	5	25
46.	5	5	5	5	5	25
47.	5	4	4	4	5	22
48.	5	5	5	5	4	24
49.	5	3	5	4	3	20
50.	4	5	5	3	5	22
51.	5	3	4	5	4	21

52.	5	5	5	5	4	24
53.	5	4	5	5	5	24
54.	5	5	5	5	5	25
55.	5	5	4	5	5	24
56.	5	5	5	5	5	25
57.	5	5	5	5	5	25
58.	5	5	5	5	5	25
59.	5	5	5	5	5	25
60.	5	5	5	5	5	25
61.	5	5	4	5	5	24
62.	5	5	5	5	5	25
63.	5	5	5	5	5	25
64.	4	4	4	3	4	19
65.	5	5	4	5	5	24
66.	5	5	5	5	5	25
67.	4	4	4	4	5	21
68.	4	5	5	5	4	23
69.	5	5	5	5	5	25
70.	5	4	4	4	5	22
71.	5	5	5	5	5	25
72.	5	4	4	4	5	22
73.	4	4	4	4	4	20
74.	4	4	5	4	5	22
75.	4	5	5	5	4	23
76.	5	4	4	4	5	22
77.	5	5	5	5	5	25
78.	4	4	3	4	4	19

79.	5	4	5	4	5	23
80.	5	5	5	5	5	25
81.	5	5	4	5	3	22
82.	5	5	5	4	5	24
83.	5	4	5	5	4	23
84.	5	4	5	4	5	23
85.	5	4	5	5	5	24
86.	5	4	5	4	5	23
87.	5	5	3	4	3	20
88.	4	4	5	5	4	22
89.	5	4	3	5	4	21
90.	5	5	4	5	5	24
91.	5	5	5	5	5	25
92.	4	4	5	5	5	23
93.	5	5	5	4	4	23
94.	5	5	4	4	5	23
95.	5	5	4	4	4	22
96.	5	4	5	5	4	23
97.	4	3	5	4	3	19
98.	5	3	5	3	3	19

SKOR JAWABAN KEPUASAN KONSUMEN (Y)

Responden	Kepuasan Konsumen (Y)				Total
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	
1.	5	3	5	5	18
2.	5	5	5	5	20
3.	3	4	4	4	15
4.	4	5	5	5	19
5.	3	4	3	2	12
6.	3	3	3	3	12
7.	5	5	5	5	20
8.	5	4	4	4	17
9.	5	5	5	5	20
10.	4	3	3	4	14
11.	1	3	2	1	7
12.	5	4	4	5	18
13.	5	4	4	5	18
14.	4	4	4	4	16
15.	5	4	5	3	17
16.	3	4	4	4	15
17.	4	4	4	4	16
18.	3	3	4	4	14
19.	4	4	4	4	16
20.	5	5	5	5	20
21.	5	4	4	4	17
22.	4	4	5	5	18
23.	4	4	5	4	17
24.	5	5	5	5	20
25.	5	5	3	4	17
26.	4	4	5	5	18
27.	3	3	4	2	12

28.	5	5	5	4	19
29.	4	4	3	4	15
30.	3	4	4	3	14
31.	2	5	4	5	16
32.	2	5	3	5	15
33.	4	4	3	4	15
34.	5	4	4	4	17
35.	5	5	5	4	19
36.	2	4	4	5	15
37.	4	4	3	5	16
38.	5	5	5	5	20
39.	5	5	3	4	17
40.	5	4	4	4	17
41.	5	4	5	5	19
42.	4	4	3	5	16
43.	4	5	5	4	18
44.	4	5	5	5	19
45.	4	4	5	3	16
46.	4	5	3	5	17
47.	5	4	5	4	18
48.	5	5	5	4	19
49.	4	5	4	3	16
50.	5	3	5	4	17
51.	5	5	4	4	18
52.	5	5	4	5	19
53.	4	5	4	5	18
54.	5	5	5	5	20
55.	5	4	5	4	18
56.	4	4	5	5	18
57.	5	5	4	5	19

58.	5	5	5	5	20
59.	5	5	5	5	20
60.	4	5	5	5	19
61.	4	5	5	5	19
62.	4	5	5	5	19
63.	5	5	5	5	20
64.	5	5	5	5	20
65.	5	4	5	5	19
66.	5	5	5	5	20
67.	5	5	4	5	19
68.	4	3	4	5	16
69.	4	4	5	5	18
70.	5	5	5	5	20
71.	5	5	5	5	20
72.	4	5	4	5	18
73.	4	5	5	4	18
74.	4	4	4	5	17
75.	3	4	5	4	16
76.	3	4	4	4	15
77.	4	4	4	5	17
78.	2	4	4	5	15
79.	4	4	4	5	17
80.	4	3	3	3	13
81.	3	5	3	5	16
82.	4	5	5	4	18
83.	5	4	5	4	18
84.	5	4	4	5	18
85.	4	4	4	5	17
86.	5	3	4	4	16
87.	5	4	3	5	17

88.	4	4	5	5	18
89.	4	3	4	5	16
90.	5	5	5	4	19
91.	4	5	4	4	17
92.	5	5	4	5	19
93.	5	5	5	4	19
94.	4	4	4	4	16
95.	5	5	4	4	18
96.	5	4	3	5	17
97.	5	4	3	5	17
98.	4	5	4	5	18

KARAKTERISTIK RESPONDEN

No.	Jenis Kelamin	Kode	Usia	Kode	Pekerjaan	Kode
1.	P	2	17-25	1	Pelajar	1
2.	P	2	17-25	1	Pelajar	1
3.	P	2	17-25	1	Pelajar	1
4.	L	1	17-25	1	Pelajar	1
5.	P	2	17-25	1	Pelajar	1
6.	P	2	17-25	1	Pelajar	1
7.	P	2	17-25	1	Pelajar	1
8.	L	1	17-25	1	Wiraswasta	3
9.	L	1	17-25	1	Pelajar	1
10.	L	1	17-25	1	Pegawai Swasta	2
11.	P	2	17-25	1	Pegawai Swasta	2
12.	L	1	17-25	1	Pelajar	1
13.	L	1	17-25	1	Pegawai Swasta	2
14.	L	1	26-40	2	Wiraswasta	3
15.	P	2	17-25	1	Pelajar	1

16.	L	1	17-25	1	Pegawai Swasta	2
17.	P	2	17-25	1	Pelajar	1
18.	L	1	17-25	1	Pelajar	1
19.	L	1	26-30	2	Pegawai Swasta	2
20.	P	2	17-25	1	Pelajar	1
21.	L	1	17-25	1	Pelajar	1
22.	P	2	31-40	3	Pegawai Swasta	2
23.	P	2	17-25	1	Pelajar	1
24.	P	2	17-25	1	Lainnya	4
25.	P	2	17-25	1	Pelajar	1
26.	P	2	17-25	1	Pelajar	1
27.	P	2	17-25	1	Wiraswasta	3
28.	L	1	31-40	3	Lainnya	4
29.	P	2	31-40	3	Wiraswasta	3
30.	P	2	26-30	2	Pegawai Swasta	2
31.	P	2	26-30	2	Pegawai Swasta	2
32.	L	1	17-25	1	Pelajar	1
33.	P	2	17-25	1	Pegawai Swasta	2
34.	L	1	26-30	2	Wiraswasta	3
35.	P	2	17-25	1	Pelajar	1
36.	P	2	26-30	2	Pegawai Swasta	2
37.	P	2	26-30	2	Lainnya	4
38.	L	1	31-40	3	Pegawai Swasta	2
39.	P	2	31-40	3	Lainnya	4
40.	P	2	17-25	1	Pegawai Swasta	2
41.	L	1	26-30	2	Wiraswasta	3
42.	P	2	17-25	1	Pelajar	1
43.	P	2	17-25	1	Lainnya	4
44.	P	2	17-25	1	Pegawai Swasta	2
45.	P	2	31-40	3	Lainnya	4

46.	P	2	17-25	1	Pelajar	1
47.	L	1	26-30	2	Pegawai Swasta	2
48.	P	2	17-25	1	Pelajar	1
49.	P	2	26-30	2	Pegawai Swasta	2
50.	P	2	26-30	2	Pegawai Swasta	2
51.	P	2	17-25	1	Pelajar	1
52.	L	1	17-25	1	Pelajar	1
53.	L	1	17-25	1	Pelajar	1
54.	L	1	26-30	2	Pegawai Swasta	2
55.	P	2	26-30	2	Lainnya	4
56.	L	1	31-40	3	Pegawai Swasta	2
57.	L	1	26-30	2	Pegawai Swasta	2
58.	L	1	31-40	3	Pegawai Swasta	2
59.	L	1	17-25	1	Pegawai Swasta	2
60.	L	1	26-30	2	Pegawai Swasta	2
61.	L	1	17-25	1	Lainnya	4
62.	P	2	26-30	2	Lainnya	4
63.	L	1	17-25	1	Lainnya	4
64.	P	2	17-25	1	Lainnya	4
65.	P	2	17-25	1	Lainnya	4
66.	P	2	17-25	1	Lainnya	4
67.	P	2	26-30	2	Pegawai Swasta	2
68.	L	1	31-40	3	Lainnya	4
69.	L	1	31-40	3	Wiraswasta	3
70.	P	2	17-25	1	Lainnya	4
71.	P	2	17-25	1	Pegawai Swasta	2
72.	L	1	17-25	1	Pegawai Swasta	2
73.	L	1	17-25	1	Wiraswasta	3
74.	P	2	26-30	2	Lainnya	4
75.	L	1	26-30	2	Lainnya	4

76.	P	2	17-25	1	Lainnya	4
77.	L	1	26-30	2	Pegawai Swasta	2
78.	L	1	17-25	1	Wiraswasta	3
79.	P	2	17-25	1	Pelajar	1
80.	P	2	17-25	1	Pelajar	1
81.	L	1	17-25	1	Pelajar	1
82.	P	2	17-25	1	Pegawai Swasta	2
83.	P	2	17 - 25	1	Pegawai Swasta	2
84.	P	2	26 - 30	2	Wiraswasta	3
85.	L	1	17 - 25	1	Pegawai Swasta	2
86.	P	2	26 - 30	2	Pelajar	1
87.	P	2	26-30	2	Lainnya	4
88.	P	2	31 - 40	3	Wiraswasta	3
89.	P	2	17-25	1	Pelajar	1
90.	P	2	17 - 25	1	Pelajar	1
91.	P	2	26 - 30	2	Wiraswasta	3
92.	P	2	17 - 25	1	Pelajar	1
93.	P	2	17 - 25	1	Pegawai Swasta	2
94.	L	1	26 - 30	2	Pegawai Swasta	2
95.	L	1	26 - 30	2	Wiraswasta	3
96.	L	1	26 - 30	2	Pegawai Swasta	2
97.	P	2	17 - 25	1	Wiraswasta	3
98.	P	2	17 - 25	1	Pelajar	1

TABEL FREKUENSI KARAKTERISTIK RESPONDEN

JENIS KELAMIN RESPONDEN

		Jenis Kelamin			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Laki-laki	39	39,8	39,8	39,8
	Perempuan	59	60,2	60,2	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

USIA RESPONDEN

		Usia			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	17 - 25 tahun	60	61,2	61,2	61,2
	26 - 30 tahun	27	27,6	27,6	88,8
	31 - 40 tahun	11	11,2	11,2	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

PEKERJAAN RESPONDEN

		Pekerjaan			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Pelajar	33	33,7	33,7	33,7
	Pegawai Swasta	32	32,7	32,7	66,3
	Wiraswasta	14	14,3	14,3	80,6
	Lainnya	19	19,4	19,4	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

X1.6	Pearson Correlation	,492	,889**	,217	,339	,744*	1	,314	,595	,845*	,565	,762*
	Sig. (2-tailed)	,149	,001	,546	,338	,014		,377	,069	,002	,089	,010
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
X1.7	Pearson Correlation	,621	,437	,924**	,856**	,639*	,314	1	,343	,475	,385	,757*
	Sig. (2-tailed)	,055	,207	,000	,002	,047	,377		,331	,166	,272	,011
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
X1.8	Pearson Correlation	,442	,638*	,544	,506	,649*	,595	,343	1	,655*	,671*	,766**
	Sig. (2-tailed)	,201	,047	,104	,136	,043	,069	,331		,040	,034	,010
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
X1.9	Pearson Correlation	,703*	,695*	,438	,579	,676*	,845**	,475	,655*	1	,460	,817**
	Sig. (2-tailed)	,023	,026	,205	,079	,032	,002	,166	,040		,181	,004
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
X1.10	Pearson Correlation	,068	,670*	,527	,563	,599	,565	,385	,671*	,460	1	,715*
	Sig. (2-tailed)	,852	,034	,117	,091	,067	,089	,272	,034	,181		,020
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
TOTAL_X1	Pearson Correlation	,713*	,834**	,760*	,818**	,918**	,762*	,757*	,766**	,817*	,715*	1
	Sig. (2-tailed)	,021	,003	,011	,004	,000	,010	,011	,010	,004	,020	
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,926	10

TABEL UJI COBA VALIDITAS DAN RELIABILITAS HARGA (X2)

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,576	,327	,778**	,540	,765**
	Sig. (2-tailed)		,081	,357	,008	,107	,010
	N	10	10	10	10	10	10
X2.2	Pearson Correlation	,576	1	,678*	,639*	,778**	,938**
	Sig. (2-tailed)	,081		,031	,047	,008	,000
	N	10	10	10	10	10	10
X2.3	Pearson Correlation	,327	,678*	1	,509	,169	,725*
	Sig. (2-tailed)	,357	,031		,133	,640	,018
	N	10	10	10	10	10	10
X2.4	Pearson Correlation	,778**	,639*	,509	1	,458	,823**
	Sig. (2-tailed)	,008	,047	,133		,183	,003
	N	10	10	10	10	10	10
X2.5	Pearson Correlation	,540	,778**	,169	,458	1	,723*
	Sig. (2-tailed)	,107	,008	,640	,183		,018
	N	10	10	10	10	10	10
TOTAL_X2	Pearson Correlation	,765**	,938**	,725*	,823**	,723*	1
	Sig. (2-tailed)	,010	,000	,018	,003	,018	
	N	10	10	10	10	10	10

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,653	5

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,840	5

TABEL UJI COBA VALIDITAS DAN RELIABILITAS KEPUASAN KONSUMEN (Y)

		Correlations				
		Y1	Y2	Y3	Y4	TOTAL_Y
Y1	Pearson Correlation	1	,387	,737*	,773**	,845**
	Sig. (2-tailed)		,270	,015	,009	,002
	N	10	10	10	10	10
Y2	Pearson Correlation	,387	1	,663*	,467	,718*
	Sig. (2-tailed)	,270		,037	,174	,019
	N	10	10	10	10	10
Y3	Pearson Correlation	,737*	,663*	1	,890**	,957**
	Sig. (2-tailed)	,015	,037		,001	,000
	N	10	10	10	10	10
Y4	Pearson Correlation	,773**	,467	,890**	1	,918**
	Sig. (2-tailed)	,009	,174	,001		,000
	N	10	10	10	10	10
TOTAL_Y	Pearson Correlation	,845**	,718*	,957**	,918**	1
	Sig. (2-tailed)	,002	,019	,000	,000	
	N	10	10	10	10	10

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,884	4

TABEL UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,00758490
Most Extreme Differences	Absolute	,072
	Positive	,062
	Negative	-,072
Test Statistic		,072
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kualitas Produk	Harga	Kepuasan Konsumen
N		98	98	98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	41,01	21,59	17,27
	Std. Deviation	6,057	3,049	2,194
Most Extreme Differences	Absolute	,157	,186	,146
	Positive	,094	,132	,106
	Negative	-,157	-,186	-,146
Test Statistic		,157	,186	,146
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		LN_X1	LN_X2	LN_Y
N		98	98	98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	3,7014	3,0612	2,8390
	Std. Deviation	,16485	,15529	,14863
Most Extreme Differences	Absolute	,179	,209	,178
	Positive	,124	,155	,146
	Negative	-,179	-,209	-,178
Test Statistic		,179	,209	,178
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		LOG_X1	LOG_X2	LOG_Y
N		98	98	98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	1,6075	1,3294	1,2330
	Std. Deviation	,07160	,06744	,06455
Most Extreme Differences	Absolute	,179	,209	,178
	Positive	,124	,155	,146
	Negative	-,179	-,209	-,178
Test Statistic		,179	,209	,178
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

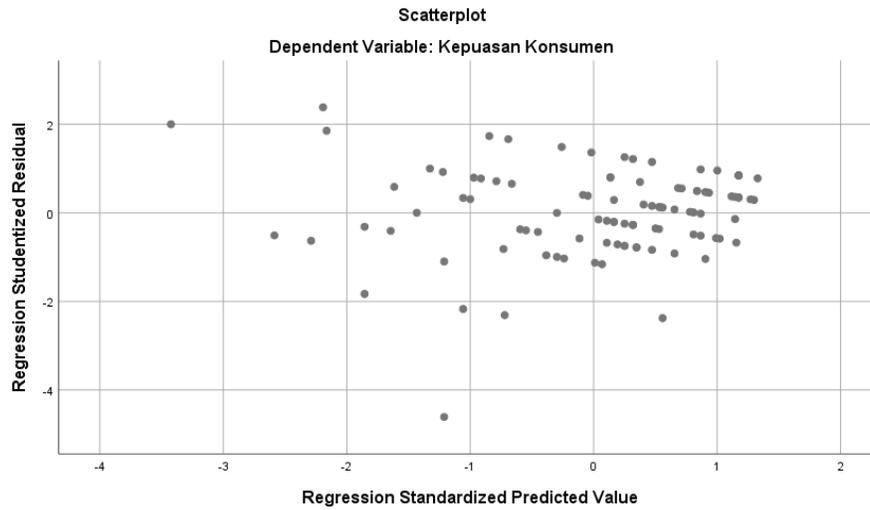
		SQRT_X1	SQRT_X2	SQRT_Y
N		98	98	98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	6,3848	4,6342	4,1456
	Std. Deviation	,49672	,34257	,28236
Most Extreme Differences	Absolute	,168	,198	,162
	Positive	,108	,143	,124
	Negative	-,168	-,198	-,162
Test Statistic		,168	,198	,162
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

TABEL UJI HETEROKEDASTISITAS



TABEL UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	11,122	1,541		7,218	,000		
	Kualitas Produk	,136	,052	,377	2,646	,010	,435	2,298
	Harga	,025	,102	,035	,249	,804	,435	2,298

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

TABEL UJI AUTOKORELASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,404 ^a	,163	,145	2,029	1,914

a. Predictors: (Constant), Harga X2, Kualitas Produk X1

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen Y

TABEL UJI ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	11,122	1,541		7,218	,000
	Kualitas Produk X1	,136	,052	,377	2,646	,010
	Harga X2	,025	,102	,035	,249	,804

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen Y

TABEL KORELASI SECARA PARSIAL

Correlations

		Kualitas Produk X1	Harga X2	Kepuasan Konsumen Y
Kualitas Produk X1	Pearson Correlation	1	,752**	,403**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	98	98	98
Harga X2	Pearson Correlation	,752**	1	,318**
	Sig. (2-tailed)	,000		,001
	N	98	98	98
Kepuasan Konsumen Y	Pearson Correlation	,403**	,318**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	
	N	98	98	98

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

TABEL KORELASI SECARA SIMULTAN

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			
						F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,404 ^a	,163	,145	2,029	,163	9,253	2	95	,000

a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Produk (X1)

TABEL KOEFISIEN DETERMINASI (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,404 ^a	,163	,145	2,029

a. Predictors: (Constant), Harga X2, Kualitas Produk X1

TABEL UJI t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,122	1,541		7,218	,000
	Kualitas Produk X1	,136	,052	,377	2,646	,010
	Harga X2	,025	,102	,035	,249	,804

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen Y

TABEL UJI F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	76,154	2	38,077	9,253	,000 ^b
	Residual	390,949	95	4,115		
	Total	467,102	97			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen Y

b. Predictors: (Constant), Harga X2, Kualitas Produk X1

KUESIONER
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA PS CAFE & RESTAURANT DI
RANGKASBITUNG

Kepada :

Yth. Bapak/Ibu/Sdr/i Responden

Assalamualaikum wr wb

Bapak/Ibu/Sdr/i yang saya hormati,

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir di Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas La Tansa Mashiro saya Risma Dwi Hendayanti (19111172) sedang melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung”

Saya bermaksud untuk memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk kami jadikan responden penelitian ini. Informasi yang Bapak/Ibu/Sdr/i merupakan bantuan yang sangat berarti dalam menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu kepada Bapak/Ibu/Sdr/i, saya sebagai peneliti mengharapkan :

1. Mengisi identitas responden yang sudah kami sediakan.
2. Bapak/Ibu/Sdr/i menjawab setiap pernyataan dengan sejujur-jujurnya, dan perlu diketahui jawabannya tidak berhubungan dengan benar atau salah.

Demikian ini disampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Hormat Saya,

Risma Dwi Hendayanti

KUESIONER DATA DEMOGRAFI

No. Responden :(diisi oleh peneliti)

I. Karakteristik Responden

1. Nama :
2. Usia : 17-25th 26-30th 31-40th
>40th
3. Jenis kelamin : Laki-laki Perempuan
4. Pekerjaan : Pelajar Pegawai swasta
 Wiraswasta Lainnya

TATA CARA PENGISIAN KUESIONER

1. Bapak/Ibu/Saudara/I sebagai konsumen diminta untuk memberikan tanggapan jawaban atas pernyataan sebagaimana yang ada dibawah ini.
2. Berikan jawaban hanya dengan menandai salah satu jawaban yang telah disediakan dibawah ini dengan tanda \surd (Ceklis).
3. Skala berikut dipakai untuk mendefinisikan pengukuran pilihan yaitu :
 - a. 5 untuk jawaban SS (Sangat Setuju)
 - b. 4 untuk jawaban S (Setuju)
 - c. 3 untuk jawaban RR (Ragu-Ragu)
 - d. 2 untuk jawaban TS (Tidak Setuju)
 - e. 1 untuk jawaban STS (Sangat Tidak Setuju)

No.	Variabel Kualitas Produk (X ₁) PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung					
	Pernyataan	5 SS	4 S	3 RR	2 TS	1 STS
1.	Saya merasa produk pada PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung memiliki bentuk penyajian yang menarik					
1.	Menurut saya kemasan makanan dan minuman di PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung terlihat sangat praktis dan modern					
3.	Menurut saya rasa makanan dan minuman di PS Cafe & Restaurant sesuai dengan selera konsumen					
4.	Saya merasa PS Cafe & Restaurant memiliki kualitas kerja yang baik dalam menghasilkan produknya					
5.	Saya merasa kualitas produk makanan dan minuman yang disajikan di PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung sesuai dengan harga					
6.	Menurut saya produk makanan dan minuman PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung memiliki ketahanan yang relatif lama					
7.	Menurut saya makanan dan minuman di PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung tidak berubah dari waktu ke waktu					
8.	Menurut saya produk PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung sangat mudah diperbaiki ketika produk rusak.					
9.	Menurut saya rasa produk PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung sudah sesuai dengan penampilan yang disajikan.					
10.	Menurut saya fungsi produk PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung sesuai dengan kebutuhan konsumen.					

No.	Variabel Harga (X ₂) PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung					
	Pernyataan	5 SS	4 S	3 RR	2 TS	1 STS
11.	Harga produk PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung terjangkau dengan pendapatan saya					

12.	Menurut saya harga sesuai dengan kualitas produk PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung					
13.	Saya merasa harga produk PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung dapat bersaing dengan produk lain					
14.	Saya merasa harga produk PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung sudah sepadan dengan manfaat yang didapatkan					
15.	Harga pada produk PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung membuat konsumen tertarik untuk mendapatkan produk tersebut					

		Variabel Kepuasan Konsumen (Y) PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung				
Pernyataaan		5	4	3	2	1
		SS	S	RR	TS	STS
16.	Saya merasa puas terhadap manfaat yang saya dapatkan pada produk PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung					
17.	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak PS Cafe & Restaurant Di Rangkasbitung					
18.	Saya merasa puas dengan produk yang ditawarkan oleh PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung					
19.	Saya merasa puas dengan pelayanan, harga serta rasa dari produk yang telah diberikan oleh PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung					

GAMBAR DOKUMENTASI PS CAFE & RESTAURANT DI RANGKASBITUNG



Penyebaran kuesioner kepada konsumen PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung.



Gedung PS Cafe & Restaurant di Rangkasbitung.

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

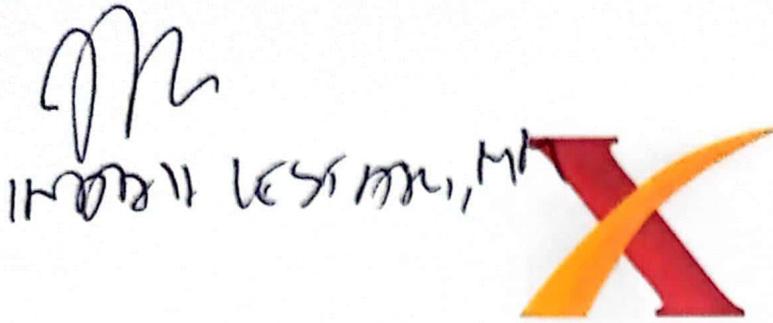
Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

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	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	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	3.93	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	3.93	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	3.93	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	3.93	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	3.93	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	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	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	3.92	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	3.92	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	3.92	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	3.92	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	3.92	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	3.92	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	3.92	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	3.91	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	3.91	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	3.91	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	3.91	3.06	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	3.91	3.06	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	3.91	3.06	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	3.91	3.06	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



Plagiarism Checker X Originality Report

Similarity Found: 4%

Date: Selasa, Agustus 15, 2023

Statistics: 695 words Plagiarized / 15858 Total words

Remarks: Low Plagiarism Detected - Your Document needs Optional Improvement.

PENDAHULUAN Latar Belakang Masalah Manusia pada dasarnya mempunyai kebutuhan yang sama, tetapi karena budaya maka kebutuhan itu ikut berbeda. Untuk mencukupi kebutuhannya, manusia menyesuaikan diri dengan prioritas yang tersedia. Kebutuhan manusia yang paling hakiki salah satunya adalah kebutuhan makanan dan minuman.

Masyarakat Indonesia saat ini dalam memenuhi kebutuhan pangan, mereka lebih memilih mengkonsumsi makanan siap saji. Karena mereka menganggap bahwa makanan siap saji lebih cepat dan dianggap sebagai makanan bergengsi di kalangan anak muda. Kini bisnis di Indonesia terutama bisnis kuliner sedang merasakan persaingan yang ketat untuk memenuhi kebutuhan primer manusia.

Menyebarnya bisnis kuliner juga terjadi di kota Rangkasbitung, terdapat beraneka ragam bisnis kuliner seperti kafe dan restoran, angkringan, rumah makan dan lainnya. Salah satunya yang saat ini sedang bersaing adalah bisnis kafe dan restoran. Restoran merupakan perusahaan yang menjual produk dan jasa yang dikenal tidak hanya sebagai tempat makan saja, namun juga dikenal karena produk dan pelayanan yang disajikan bahkan harga pun bisa menjadi penentu.

Semakin beragamnya restoran di Rangkasbitung hal ini menjadi daya tarik penulis untuk melakukan penelitian disalah satu kafe dan restoran yang berada di Rangkasbitung yaitu **PS Cafe & Restaurant**. Walaupun gedung dan fasilitas PS Cafe & Restaurant sangat mendukung akan tetapi jika tidak didukung dengan **kualitas produk dan harga** yang memuaskan, maka pelanggan akan tetap merasa tidak puas. Maka, dari uraian tersebut dapat disimpulkan betapa pentingnya arti **kualitas produk dan harga** bagi perusahaan restoran.



**SEKOLAH TINGGI
ILMU EKONOMI
LA TANSA MASHIRO**

Program Studi : S1 Manajemen - S1 Akuntansi - S2 Manajemen
Jl. Raya Soekarno - Hatta Rangkasbitung Lebak Banten 42317 Telp. 0252. 207163 Fax. 0252. 206794
E-mail : stie_latansamashiro@yahoo.com - website : latansamashiro.ac.id

Terakreditasi

No : 507 /EM.1.LT/2023
Hal : Permohonan Ijin Penelitian Skripsi

Kepada Yth.
Pemilik PS Café & Restaurant Rangkasbitung
Di
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dalam rangka menyelesaikan studinya, dengan ini kami hadapkan Mahasiswa kami :

Nama : **Risma Dwi Hendayanti**
NPM : 19111172
Tempat Tanggal lahir : Lebak, 05 Juli 2001
Program Studi : Manajemen
Semester : VIII (Delapan)
Konsentrasi Penelitian : Manajemen Pemasaran
Alamat : Kampung Bojongbarang RT.002 / RW.001 Desa Sudamanik
Kecamatan Cimarga Kabupaten Lebak

Yang bersangkutan bermaksud akan melaksanakan Peneiitian untuk kepentingan penyelesaian Skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen”**.

Kami sangat mengharapkan bantuan terhadap Mahasiswa tersebut sehingga data yang dibutuhkan dapat terkumpul.

Demikian surat ini kami buat, Atas bantuan dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Rangkasbitung, 28 Maret 2023

STIE La Tansa Mashiro

Ketua,^o



Dr. Hj. Zakiyya Tunnufus, S.E., M.M

NPP 22306740898004



PSCAFE & RESTAURANT

Jl. Soekarno Hatta Byapass Ruko Putra Segar Kosmetik Cijoro Lebak,
Rangkasbitung, Lebak Banten (0252)5550328

Nomor : 48/PS/II/2023
Hal : **Persetujuan Izin**

Kepada Yth :
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas La Tansa Mashiro
Di Tempat

Dengan Hormat,
Menindaklanjuti surat dari Universitas La Tansa Mashiro Nomor : 507/EM.1.LT/2023 tanggal 28 Maret 2023 perihal "Permohonan Ijin Penelitian Skripsi" dengan ini kami memberikan ijin untuk melakukan penelitian skripsi sesuai dengan surat permohonan saudara pada mahasiswa :

Nama	: Risma Dwi Hendayanti
NPM	: 19111172
Program Studi	: Manajemen
Semester	: VIII (Delapan)
Konsentrasi Penelitian	: Manajemen Pemasaran

Demikian pemberitahuan ini disampaikan, atas segala perhatiannya diucapkan terima kasih.

Rangkasbitung, 30 Maret 2023

PSCAFE & Restaurant

Alvin Marvian, S.T

Pemilik Usaha

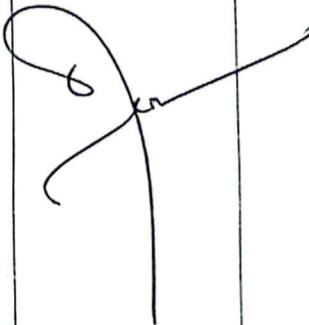
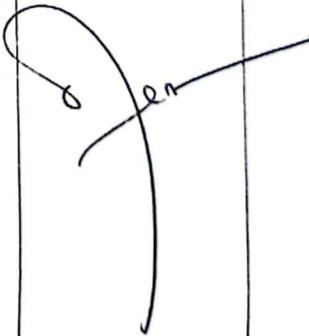
KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

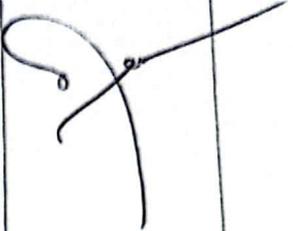
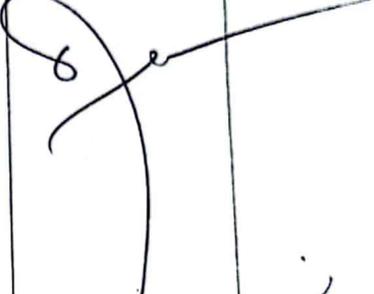
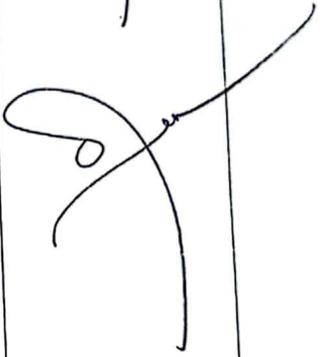
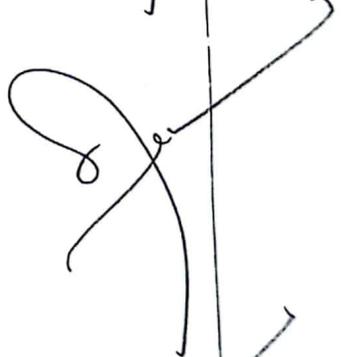
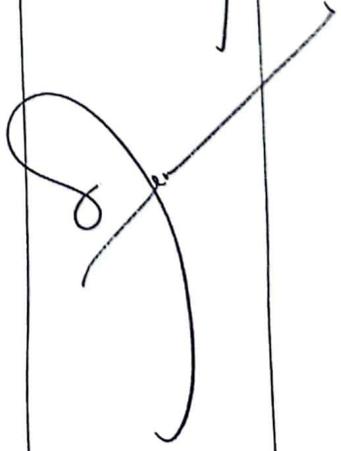
Nama : Risma Dwi Hendayanti
 NPM : 1911172
 Pembimbing I : Euis Ajizah, S.E., M.M
 Pembimbing II : D. Muhamad Yamin, S.T., M.M
 Judul penelitian : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Ps Cafe & Restaurant di Pangkasbitung.

Tgl	Catatan Pembimbing I	Paraf Pembimbing
16/05/2023	Bab I - Data pengualan (letter belakang) - Identifikasi masalah - Batasan masalah.	
17/05/2023	Konsultasi bab 2 (antar hubungan variabel).	
20/05/2023	Bab I (data pengualan dan data pembelian).	
27/05/2023	- Bab I (identifikasi masalah) kata-kata yang kurang tepat. - Bab II (dimensi dan indikator harus dari satu sumber) Penelitian terdahulu, tabel, judul gambar. - Bab III (tabel waktu penelitian, tabel populasi penelitian,)	
31/05/2023	- Bab III (instrumen penelitian, uji coba instrumen, uji korelasi, uji determinasi, revisi BAB IV tanggapan responden)	
02/07/2023	Revisi BAB IV dan V kesimpulan interpretasi, uji T uji F.	
24/07/2023	Revisi BAB V	
28/07/2023	Lengkapi Lampiran.	
20/07/2023		

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Risma Dwi Hendayani
 NPM : 19111172
 Pembimbing I : Euis Ajizah, S.E., M.M
 Pembimbing II : D. Muhamad Yamin, S.T., M.M
 Judul penelitian : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap
Keputusan Konsumen Pada PS Cafe & Restaurant
di Pangkasbitung.

Tgl	Catatan Pembimbing II	Paraf Pembimbing
19/05 2023	Bab I - Salah penulisan - kata ² yang kurang tepat	
26/05 2023	Bab II - Rapihkan tabel - Jarak antar kata.	
27/05 2023	Revisi Bab I, II dan III.	

Tgl	Catatan Pembimbing II	Paraf Pembimbing
29/05/2023	Revisi Bab III Penulisan. kata-kata yang kurang tepat.	
31/05/2023	Revisi Bab III.	
29/07/2023	Revisi Bab IV rapikan tabel.	
05/08/2023	Revisi Bab IV dan Bab V.	
11/08/2023	Revisi rapikan tabel.	

Catatan : Bimbingan Proposal Minimal 5 kali, Skripsi 5 Kali

KARTU KEIKUTSERTAAN SEMINAR PROPOSAL

Nama : Risma Dwi Hendayanti
 NPM : 19111172

Tgl	Judul (Catatan/Judul) Kegiatan	Paraf Panelis
26/2023/05	Pengaruh keberagaman produk dan store atmosphere terhadap keputusan pembelian pada Toko Barokah Teni kec. Mangrove kab. Lebak	f
26/2023/05	Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kayu di UD. Audi Kayu Alam Alam Tenjo Bogor.	f
26/2023/05	Pengaruh Digital Marketing dan kualitas produk terhadap minat beli pada live streaming Tiktok Masyarakat Pengkajeneh	f
27/2023/05	Pengaruh Return on Equity (ROE) dan Net Profit Margin (NPM) terhadap harga saham pada perusahaan industri sub sektor otomotif dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)	SPJ-
16/2023/06	Pengaruh Return on Equity (ROE) dan Earning Per Share (EPS) Terhadap Harga saham pada perusahaan barang konsumsi primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018 - 2022	SPJ-
16/2023/06	Analisis Pengaruh Struktur Modal dan Pertumbuhan Penghasilan Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Keuangan pada Perusahaan Retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode tahun 2018 - 2022)	SPJ-
16/2023/06	Pengaruh Risiko Kredit dan Risiko Likuiditas Terhadap Profitabilitas (ROA) pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018 - 2022.	SPJ-
16/2023/06	Pengaruh Brand Experience dan Brand Reputasi Terhadap Loyalitas Konsumen pada pengguna Apple iPhone di Kota Pangkasibung.	SPJ-
19/2023/06	Pengaruh Komitmen Organisasi dan Keterlibatan Kerja Terhadap Loyalitas Pegawai pada UPID Pengelolaan Jalan dan Jembatan Lebak DPUPP Provinsi Banten.	SPJ-
19/2023/06	Pengaruh Stress Kerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai pada post-csma's keselamatan jiwa dan kabupatn Serang.	SPJ-
19/2023/06	Pengaruh Disiplin dan Reward Terhadap Produktivitas Kerja karyawan pada PT Putra Persada Nusantara Pangkasibung.	SPJ-
19/2023/06	Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada outlet Elzetta Pangkasibung pasca pandemi covid-19	SPJ-
19/2023/06	Pengaruh Beban Kerja dan Pengembangan karir terhadap kepuasan kerja karyawan PT. Parkland world Indonesia.	SPJ-

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA DIRI

Nama	: Risma Dwi Hendayanti	
NP	: 19111172	
Program Studi	: Manajemen	
Tempat, tanggal lahir	: Lebak, 05-Juli-2001	
Nomor Telepon	: 083813652310	
E-mail	: rismadwihendayanti99@gmail.com	
Nama Orangtua		
1. Ayah	: Hendi	
2. Ibu	: Iis Ismayati	
Alamat	: Kp. Bojong Barang, Rt.002, Rw.001 Ds. Sudamanik, Kec. Cimarga, Kab. Lebak, Banten.	

RIWAYAT PENDIDIKAN

- | | |
|--------|--------------------------------------|
| 1. TK | : Al-Hidayah Leuwidamar (2006) |
| 2. SD | : MI Negeri 1 Lebak (2007 – 2013) |
| 3. SMP | : MTS Negeri 4 Lebak (2013 – 2016) |
| 4. SMA | : SMA Negeri 1 Cimarga (2016 – 2019) |