

# DERRICK

## PENGARUH KUALITAS KEMASAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI AMATI COFFEE BATAM

 Yayasan Vitka

---

### Document Details

Submission ID

trn:oid::7704:79083454

Submission Date

Jan 13, 2025, 2:14 PM GMT+7

Download Date

Jan 13, 2025, 2:17 PM GMT+7

File Name

Proyek Akhir Derrick Final.docx

File Size

1.7 MB

84 Pages

12,780 Words

67,731 Characters

# 42% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

## Top Sources

- 29%  Internet sources
- 23%  Publications
- 38%  Submitted works (Student Papers)

## Integrity Flags

### 0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

## Top Sources

29%  Internet sources  
23%  Publications  
38%  Submitted works (Student Papers)

## Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

|                                                                               |                 |     |
|-------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----|
| 1                                                                             | Submitted works |     |
| vitka on 2024-12-23                                                           |                 | 3%  |
| 2                                                                             | Submitted works |     |
| vitka on 2022-12-28                                                           |                 | 2%  |
| 3                                                                             | Submitted works |     |
| vitka on 2024-12-23                                                           |                 | 1%  |
| 4                                                                             | Submitted works |     |
| vitka on 2024-12-19                                                           |                 | 1%  |
| 5                                                                             | Internet        |     |
| repositori.uin-alauddin.ac.id                                                 |                 | 1%  |
| 6                                                                             | Internet        |     |
| repository.ar-raniry.ac.id                                                    |                 | 1%  |
| 7                                                                             | Internet        |     |
| digilibadmin.unismuh.ac.id                                                    |                 | <1% |
| 8                                                                             | Internet        |     |
| jmas.unbari.ac.id                                                             |                 | <1% |
| 9                                                                             | Internet        |     |
| eprints.stiei-kayutangi-bjm.ac.id                                             |                 | <1% |
| 10                                                                            | Publication     |     |
| Avelius Dominggus Sore, Irma Tripurwanti, Anna Marganingsih. "PENGARUH KUA... |                 | <1% |
| 11                                                                            | Submitted works |     |
| Higher Education Commission Pakistan on 2024-02-18                            |                 | <1% |

|    |                 |                                             |     |
|----|-----------------|---------------------------------------------|-----|
| 12 | Internet        | lms-paralel.esaunggul.ac.id                 | <1% |
| 13 | Submitted works | vitka on 2024-12-06                         | <1% |
| 14 | Submitted works | Yayasan Vitka on 2022-11-22                 | <1% |
| 15 | Internet        | repo.uniska-kediri.ac.id                    | <1% |
| 16 | Submitted works | vitka on 2023-04-12                         | <1% |
| 17 | Submitted works | vitka on 2022-03-22                         | <1% |
| 18 | Internet        | repository.uin-suska.ac.id                  | <1% |
| 19 | Internet        | repository.untag-sby.ac.id                  | <1% |
| 20 | Submitted works | Universitas Respati Indonesia on 2020-10-08 | <1% |
| 21 | Internet        | core.ac.uk                                  | <1% |
| 22 | Internet        | etheses.uin-malang.ac.id                    | <1% |
| 23 | Internet        | www.coursehero.com                          | <1% |
| 24 | Submitted works | IAIN Purwokerto on 2024-09-05               | <1% |
| 25 | Internet        | eprints.unpam.ac.id                         | <1% |

|    |                 |                                                                                 |     |
|----|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 26 | Internet        | eprints.uny.ac.id                                                               | <1% |
| 27 | Internet        | journal.stieamkop.ac.id                                                         | <1% |
| 28 | Submitted works | vitka on 2022-12-20                                                             | <1% |
| 29 | Submitted works | University of Muhammadiyah Malang on 2021-01-15                                 | <1% |
| 30 | Submitted works | vitka on 2022-12-15                                                             | <1% |
| 31 | Submitted works | vitka on 2023-01-12                                                             | <1% |
| 32 | Publication     | Ferdiansyah Pramudya, Ridho Riadi Akbar. "Pengaruh Brand Image dan E-Service... | <1% |
| 33 | Submitted works | Glasgow Caledonian University on 2024-08-11                                     | <1% |
| 34 | Submitted works | Universitas Putera Batam on 2019-06-19                                          | <1% |
| 35 | Submitted works | Universitas Wiraraja on 2024-01-19                                              | <1% |
| 36 | Internet        | journal.untar.ac.id                                                             | <1% |
| 37 | Submitted works | Universitas Putera Batam on 2018-11-26                                          | <1% |
| 38 | Internet        | jurnal.stiepas.ac.id                                                            | <1% |
| 39 | Submitted works | Universitas PGRI Palembang on 2024-06-28                                        | <1% |

|    |                 |                                                       |     |
|----|-----------------|-------------------------------------------------------|-----|
| 40 | Internet        | digilib.uin-suka.ac.id                                | <1% |
| 41 | Internet        | adiksi.akt-unmul.id                                   | <1% |
| 42 | Internet        | repository.pelitabangsa.ac.id                         | <1% |
| 43 | Submitted works | vitka on 2024-12-02                                   | <1% |
| 44 | Submitted works | vitka on 2024-07-04                                   | <1% |
| 45 | Submitted works | Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang on 2019-07-31 | <1% |
| 46 | Submitted works | vitka on 2024-07-04                                   | <1% |
| 47 | Submitted works | vitka on 2024-12-18                                   | <1% |
| 48 | Submitted works | Universitas Putera Batam on 2018-12-04                | <1% |
| 49 | Internet        | journal.uinmataram.ac.id                              | <1% |
| 50 | Submitted works | vitka on 2023-01-06                                   | <1% |
| 51 | Submitted works | Universitas Putera Batam on 2021-03-15                | <1% |
| 52 | Internet        | artikelpendidikan.id                                  | <1% |
| 53 | Internet        | ejournal.stkipjb.ac.id                                | <1% |

|    |                 |                                                                                    |     |
|----|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 54 | Internet        | eprints.walisongo.ac.id                                                            | <1% |
| 55 | Internet        | wisuda.unissula.ac.id                                                              | <1% |
| 56 | Submitted works | University of Wollongong on 2024-02-16                                             | <1% |
| 57 | Internet        | repository.upi.edu                                                                 | <1% |
| 58 | Submitted works | Universitas Muhammadiyah Surakarta on 2014-02-16                                   | <1% |
| 59 | Publication     | Hera Oktadiana, Myrza Rahmanita, Rina Suprina, Pan Junyang. "Current Issues in ... | <1% |
| 60 | Submitted works | Pondicherry University on 2023-08-21                                               | <1% |
| 61 | Internet        | library.uir.ac.id                                                                  | <1% |
| 62 | Submitted works | vitka on 2022-12-30                                                                | <1% |
| 63 | Submitted works | Universitas Pamulang on 2024-12-09                                                 | <1% |
| 64 | Submitted works | Universitas Putera Batam on 2024-01-24                                             | <1% |
| 65 | Internet        | pt.scribd.com                                                                      | <1% |
| 66 | Internet        | repository.yudharta.ac.id                                                          | <1% |
| 67 | Internet        | stieamkop.ac.id                                                                    | <1% |

|    |                 |                                                                                      |     |
|----|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 68 | Publication     | Ananda Tyas Saoutri, Tristiana Rijanti. "Pengaruh Kompensasi, Motivasi Dan Ling...   | <1% |
| 69 | Submitted works | Universitas Bina Darma on 2022-10-01                                                 | <1% |
| 70 | Internet        | conference.binadarma.ac.id                                                           | <1% |
| 71 | Internet        | idr.uin-antasari.ac.id                                                               | <1% |
| 72 | Submitted works | vitka on 2022-10-20                                                                  | <1% |
| 73 | Submitted works | Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia on 2024-06-27                               | <1% |
| 74 | Publication     | Sofhianti Ardini, Srie Kuntari. "Comparison Of Discovery Learning and Reciprocal ... | <1% |
| 75 | Submitted works | Universitas Diponegoro on 2024-02-25                                                 | <1% |
| 76 | Internet        | library.universitaspertamina.ac.id                                                   | <1% |
| 77 | Internet        | repository.radenintan.ac.id                                                          | <1% |
| 78 | Internet        | www.ejournal.unma.ac.id                                                              | <1% |
| 79 | Submitted works | Management Development Institute Of Singapore on 2012-12-10                          | <1% |
| 80 | Publication     | Nahdiyah Sakina, Sri Nurmawati, Yuni Sarawati, Ahmad Walid. "EVALUASI PEMBE...       | <1% |
| 81 | Publication     | Surihanto. "Pengaruh Motivasi Spiritual dan Kualitas Pelatihan Terhadap Kinerja ...  | <1% |

|    |                 |                                                                                     |     |
|----|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 82 | Internet        | repository.uinjkt.ac.id                                                             | <1% |
| 83 | Submitted works | undira on 2024-08-26                                                                | <1% |
| 84 | Publication     | Pratiwi Pribadi Putri, Emron Edison. "Pengaruh Travel Motivation dan Perceived V... | <1% |
| 85 | Submitted works | Universitas Putera Batam on 2024-07-17                                              | <1% |
| 86 | Submitted works | Universitas Samudra on 2022-05-24                                                   | <1% |
| 87 | Submitted works | vitka on 2022-09-14                                                                 | <1% |
| 88 | Submitted works | Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia on 2015-03-20                                | <1% |
| 89 | Publication     | Prasetyo Nurhidayat, Sonia Melati Indah, Ayu Vebiola, Sandri Atmanegara, Ana N...   | <1% |
| 90 | Submitted works | Universitas Putera Batam on 2024-01-27                                              | <1% |
| 91 | Submitted works | vitka on 2025-01-10                                                                 | <1% |
| 92 | Submitted works | Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia on 2024-11-16                              | <1% |
| 93 | Submitted works | Universitas Diponegoro on 2023-01-31                                                | <1% |
| 94 | Internet        | journal.formosapublisher.org                                                        | <1% |
| 95 | Internet        | etheses.uingusdur.ac.id                                                             | <1% |

|     |                 |                                                                                        |     |
|-----|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 96  | Internet        | repository.unisba.ac.id:8080                                                           | <1% |
| 97  | Internet        | 123docz.net                                                                            | <1% |
| 98  | Submitted works | Boston University on 2019-05-02                                                        | <1% |
| 99  | Publication     | Zakiah Zakiyah. "Karakteristik Tes Prestasi Bahasa Inggris sebelum Covid-19", Ju...    | <1% |
| 100 | Submitted works | vitka on 2023-11-21                                                                    | <1% |
| 101 | Publication     | Fikia Siti Meisaroh, Rusdi Hidayat Nugroho, Sonja Andarini, Lia Nirawati. "Analisis... | <1% |
| 102 | Submitted works | Universitas Muria Kudus on 2024-11-10                                                  | <1% |
| 103 | Submitted works | Universitas Putera Batam on 2024-01-27                                                 | <1% |
| 104 | Publication     | Yopi Handrianto, Nurul Robiatul Latifa. "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Klai...    | <1% |
| 105 | Internet        | eprints.umpo.ac.id                                                                     | <1% |
| 106 | Publication     | Agustini Tanjung, Rahmat Hidayat. "Influence of word of mouth location and atm...      | <1% |
| 107 | Publication     | Eka Wahyu Hidayati. "Penggunaan Media Puzzle Konstruksi Terhadap Hasil Belaj...        | <1% |
| 108 | Publication     | Jeli Nata Liyas. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien Rawat I...      | <1% |
| 109 | Publication     | Sonia Roitman, Deden Rukmana. "Routledge Handbook of Urban Indonesia", Rou...          | <1% |

|     |                 |                                                                                   |     |
|-----|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 110 | Internet        | repository.unmuhpnk.ac.id                                                         | <1% |
| 111 | Submitted works | vitka on 2024-06-11                                                               | <1% |
| 112 | Publication     | Etik Nugrahawati, Mulyanto. "Penerapan Kompetensi Manajerial Kepala Sekolah...    | <1% |
| 113 | Submitted works | Program Pascasarjana Universitas Negeri Yogyakarta on 2024-11-14                  | <1% |
| 114 | Submitted works | Universitas Diponegoro on 2022-11-29                                              | <1% |
| 115 | Submitted works | Universitas Putera Batam on 2024-07-11                                            | <1% |
| 116 | Internet        | e-campus.iainbukittinggi.ac.id                                                    | <1% |
| 117 | Internet        | e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id                                            | <1% |
| 118 | Internet        | eprints.ums.ac.id                                                                 | <1% |
| 119 | Internet        | repository.usd.ac.id                                                              | <1% |
| 120 | Submitted works | Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia on 2015-07-07                              | <1% |
| 121 | Submitted works | Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2021-02-19            | <1% |
| 122 | Publication     | Ilmiati Ilmiati, Madschen Sia Mei Ol Siska Selvija Tambun, Muhammad Ari Kurnia... | <1% |
| 123 | Submitted works | Multimedia University on 2016-10-05                                               | <1% |

|     |                 |                                                                                   |     |
|-----|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 124 | Publication     | Nurudin. "Anteseden dan Konsekuensi Masalah Product Uniquenesss pada UKM...       | <1% |
| 125 | Submitted works | Universitas Merdeka Malang on 2021-08-25                                          | <1% |
| 126 | Submitted works | Universitas Putera Batam on 2018-11-29                                            | <1% |
| 127 | Internet        | library.binus.ac.id                                                               | <1% |
| 128 | Internet        | repo.undiksha.ac.id                                                               | <1% |
| 129 | Submitted works | vitka on 2023-04-12                                                               | <1% |
| 130 | Publication     | Aditya Pratama Nugroho, Adelia Sandra Swastika Putri, Liyandri Rasbina Tariga...  | <1% |
| 131 | Publication     | Baiq Reinelda Tri Yunarni, Lalu Hendra Maniza, Sulhan Hadi. "Pelatihan Pengema... | <1% |
| 132 | Submitted works | Konsorsium Turnitin Relawan Jurnal Indonesia on 2024-05-13                        | <1% |
| 133 | Submitted works | Submitted on 1691803836498                                                        | <1% |
| 134 | Submitted works | Universitas Diponegoro on 2024-06-09                                              | <1% |
| 135 | Submitted works | Universitas Muria Kudus on 2016-09-15                                             | <1% |
| 136 | Submitted works | Universitas Pelita Harapan                                                        | <1% |
| 137 | Submitted works | Universitas Sains Alquran on 2024-07-22                                           | <1% |

|     |                 |                                                                                 |     |
|-----|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 138 | Submitted works | Universitas Sebelas Maret on 2021-07-19                                         | <1% |
| 139 | Internet        | eprints3.upgris.ac.id                                                           | <1% |
| 140 | Internet        | rama.unimal.ac.id                                                               | <1% |
| 141 | Internet        | www.isellercommerce.com                                                         | <1% |
| 142 | Publication     | Asrie, Nina. "Tingkat Kepuasan Orang Tua Terhadap Implementasi Program Waji..." | <1% |
| 143 | Publication     | Cahyono, Thomas Mulat. "Antesenden dan Konsekuen Kebutuhan Berprestasi", U...   | <1% |
| 144 | Submitted works | Sriwijaya University on 2023-01-05                                              | <1% |
| 145 | Submitted works | Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya on 2019-11-19                              | <1% |
| 146 | Submitted works | Universitas Andalas on 2024-03-01                                               | <1% |
| 147 | Submitted works | Universitas Diponegoro on 2023-02-17                                            | <1% |
| 148 | Submitted works | Universitas Diponegoro on 2024-05-06                                            | <1% |
| 149 | Submitted works | Universitas Muria Kudus on 2018-08-30                                           | <1% |
| 150 | Submitted works | Universitas Negeri Manado on 2022-11-23                                         | <1% |
| 151 | Submitted works | Universitas Putera Batam on 2024-01-23                                          | <1% |

|     |                 |                                                                                    |     |
|-----|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 152 | Internet        | ejournal.iainkendari.ac.id                                                         | <1% |
| 153 | Internet        | fr.scribd.com                                                                      | <1% |
| 154 | Submitted works | iGroup on 2014-05-12                                                               | <1% |
| 155 | Submitted works | vitka on 2022-04-11                                                                | <1% |
| 156 | Publication     | Dwi Gemina, Siti Robiatul Adawiyah, Yulianingsih Yulianingsih. "Kepuasan Pelang... | <1% |
| 157 | Publication     | Evi Husniati Sya'idah. "Pengaruh Brand Equity terhadap Keputusan Pembelian", J...  | <1% |
| 158 | Publication     | Rian Fajar Sidik, Jajuk Hermawati, Soni Kurniawan. "Pengaruh Komitmen Organisas... | <1% |
| 159 | Publication     | Salma, Umi Nurul. "Peran Social Media Marketing, Islamic Service Quality dan Cu... | <1% |
| 160 | Publication     | Suryawardana, Edy. "Peningkatan Kinerja Pasar Ekonomi Kreatif Berbasis Masalah...  | <1% |
| 161 | Submitted works | Universitas International Batam on 2019-09-25                                      | <1% |
| 162 | Submitted works | Universitas Muria Kudus on 2016-04-09                                              | <1% |
| 163 | Submitted works | Universitas Pelita Harapan on 2024-12-02                                           | <1% |
| 164 | Submitted works | Universitas Putera Batam on 2018-11-29                                             | <1% |
| 165 | Internet        | docplayer.info                                                                     | <1% |

|     |                 |                                                                                  |     |
|-----|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 166 | Internet        | ejournal.asaindo.ac.id                                                           | <1% |
| 167 | Internet        | id.printing-suppliers.com                                                        | <1% |
| 168 | Internet        | idoc.tips                                                                        | <1% |
| 169 | Internet        | integrasolusi.com                                                                | <1% |
| 170 | Internet        | laopinion.com                                                                    | <1% |
| 171 | Submitted works | stie-pembangunan on 2023-11-10                                                   | <1% |
| 172 | Submitted works | vitka on 2023-01-07                                                              | <1% |
| 173 | Internet        | 123dok.com                                                                       | <1% |
| 174 | Publication     | Kiki Fatmala, Endi Rahman, Zulvia K. Abdussamad. "Pengaruh Kualitas Pelayanan... | <1% |
| 175 | Publication     | Kusworo, Edi. "Pengaruh Empathy Terhadap Minat Kunjungan Ulang Melalui Cust...   | <1% |
| 176 | Publication     | Mayranti Andra Mariza, M. Khoiri. "Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Prom...    | <1% |
| 177 | Publication     | Reza Gustiani Ratu, Ce Gunawan. "THE EFFECT OF EMOTIONAL ADVERTISING AND...      | <1% |
| 178 | Submitted works | Universitas Andalas on 2024-11-06                                                | <1% |
| 179 | Submitted works | Universitas Diponegoro on 2024-01-26                                             | <1% |

|     |                 |                                               |     |
|-----|-----------------|-----------------------------------------------|-----|
| 180 | Submitted works | Universitas Diponegoro on 2024-02-21          | <1% |
| 181 | Submitted works | Universitas Diponegoro on 2024-02-22          | <1% |
| 182 | Submitted works | Universitas Diponegoro on 2024-05-27          | <1% |
| 183 | Submitted works | Universitas Diponegoro on 2024-06-11          | <1% |
| 184 | Submitted works | Universitas Diponegoro on 2024-09-11          | <1% |
| 185 | Submitted works | Universitas Hang Tuah Surabaya on 2023-02-10  | <1% |
| 186 | Submitted works | Universitas International Batam on 2017-11-09 | <1% |
| 187 | Submitted works | Universitas Kristen Duta Wacana on 2024-10-21 | <1% |
| 188 | Submitted works | Universitas Putera Batam on 2019-11-05        | <1% |
| 189 | Internet        | dspace.uir.ac.id                              | <1% |
| 190 | Internet        | eprints.iain-surakarta.ac.id                  | <1% |
| 191 | Internet        | lib.ibs.ac.id                                 | <1% |
| 192 | Internet        | pascasarjanafe.untan.ac.id                    | <1% |
| 193 | Internet        | repositori.usu.ac.id                          | <1% |

|     |                 |                                                                                       |     |
|-----|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 194 | Internet        | repository.btp.ac.id                                                                  | <1% |
| 195 | Submitted works | vitka on 2024-11-26                                                                   | <1% |
| 196 | Submitted works | IAIN Tulungagung on 2020-07-09                                                        | <1% |
| 197 | Submitted works | Universitas Bhayangkara Jakarta Raya on 2024-10-09                                    | <1% |
| 198 | Submitted works | Universitas Diponegoro on 2024-07-19                                                  | <1% |
| 199 | Submitted works | Universitas Muhammadiyah Buton on 2024-11-27                                          | <1% |
| 200 | Submitted works | Universitas Muria Kudus on 2024-04-20                                                 | <1% |
| 201 | Submitted works | Universitas Muria Kudus on 2024-11-14                                                 | <1% |
| 202 | Submitted works | vitka on 2024-12-27                                                                   | <1% |
| 203 | Submitted works | Binus University International on 2020-07-11                                          | <1% |
| 204 | Publication     | Gulnoria, Revy Amyneva. "Pengaruh Akuntabilitas Islam dan Transparansi Terha...       | <1% |
| 205 | Submitted works | Mountain Lakes High School on 2024-01-12                                              | <1% |
| 206 | Publication     | Nadila Octa Nuraini, Tania Adialita. "Analisis Harga Dan Cita Rasa terhadap Loyali... | <1% |
| 207 | Submitted works | Universitas Brawijaya on 2021-04-29                                                   | <1% |

|     |                 |                                                |     |
|-----|-----------------|------------------------------------------------|-----|
| 208 | Submitted works | Universitas Muria Kudus on 2024-11-13          | <1% |
| 209 | Submitted works | Universitas Pendidikan Indonesia on 2019-12-14 | <1% |
| 210 | Submitted works | Universitas Putera Batam on 2020-12-02         | <1% |
| 211 | Submitted works | Universitas Putera Batam on 2024-01-22         | <1% |
| 212 | Submitted works | Universitas Terbuka on 2020-09-01              | <1% |
| 213 | Internet        | id.scribd.com                                  | <1% |
| 214 | Submitted works | vitka on 2022-08-08                            | <1% |

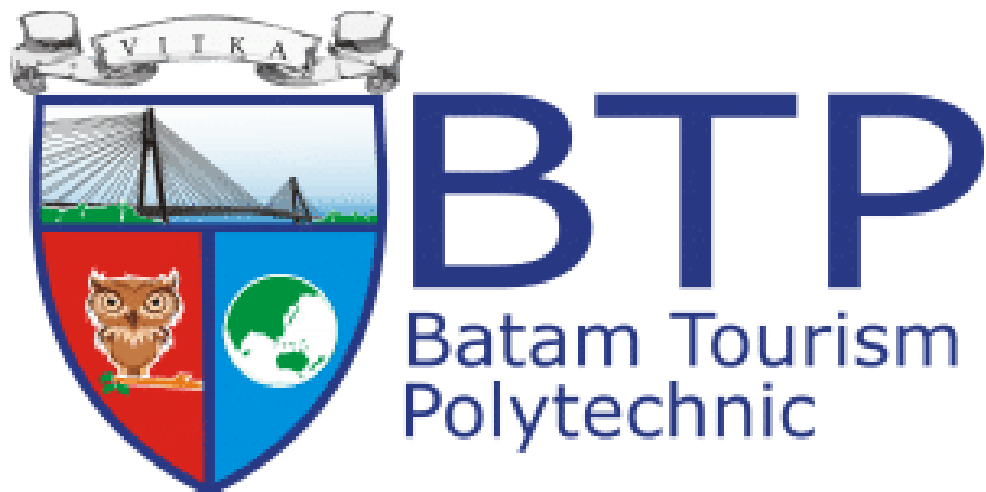
**PENGARUH KUALITAS KEMASAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN DI AMATI COFFEE BATAM**

**PROYEK AKHIR**



**OLEH  
DERRICK  
2021020038**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN TATA HIDANGAN  
POLITEKNIK PARIWISATA BATAM  
2024**



13

**PENGARUH KUALITAS KEMASAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN DI AMATI COFFEE BATAM**

**PROYEK AKHIR**

Diajukan kepada  
Politeknik Pariwisata Batam  
untuk memenuhi salah satu persyaratan  
dalam menyelesaikan program Diploma IV  
Manajemen Tata Hidangan

**OLEH**

**DERRICK**

**2021020038**

2

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN TATA HIDANGAN  
POLITEKNIK PARIWISATA BATAM**

**2024**

### **Lembar Persetujuan Pembimbing**

Proyek akhir oleh Derrick ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Batam,

Pembimbing,

(Wahyudi Ilham S.I.Kom.MM.Par)  
NIDN. 1013118406

Proyek akhir oleh Derrick ini telah dipertahankan di depan dewan penguji

Pada tanggal

Dewan Penguji

Dr. Rezki Alhamdi, S.Par , M.M.Par  
NIDN: 1030089101

Ketua

Dailami, S.Pd.I.,M.Pd  
NIDN: 1005038002

Anggota

Wahyudi Ilham S.I.Kom.MM.Par  
NIDN. 1013118406

Anggota

Mengesahkan,  
Direktur

Mengetahui,  
Ketua Program studi

Siska Amelia Maldin, M.Pd  
NIDN: 1002089002

Dr. Rezki Alhamdi, S.Par , M.M.Par  
NIDN: 1030089101

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah

Nama : Derrick

NIM : 2021020038

Program Studi : Manajemen Tata Hidangan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa proyek akhir yang saya tulis ini benar –benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi/ falsifikasi/ fabrikasi, baik sebagian ataupun seluruhnya.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa seminar proyek akhir ini hasil plagiasi/ falsifikasi/ fabrikasi, baik sebagian ataupun seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Batam, Januari 2025

Yang membuat pernyataan

Derrick

## ABSTRAK

Derrick, 2024. Pengaruh Kualitas Kemasan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Amati Coffee. Proyek Akhir Program Studi Manajemen Tata Hdangan Politeknik Pariwisata Batam. Pembimbing: Wahyudi Ilham S.I.Kom.MM.Par

Pentingnya memperhatikan kualitas kemasan bukan hanya untuk menjaga keberlanjutan bisnis, tetapi juga untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan (Istiqomah, 2022) Restoran yang mampu memenuhi harapan dan kebutuhan - kebutuhan pelanggan melalui kemasan yang menarik dan berkualitas tidak hanya menciptakan pelanggan yang loyal, tetapi juga membangun reputasi positif di komunitas lokal. Fokus pada kualitas kemasan bukan hanya merupakan strategi bisnis yang cerdas, tetapi juga merupakan prinsip mendasar dalam menjalankan restoran yang sukses dan berkelanjutan. Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Kemasan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Amati Coffee.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan model regresi sederhana. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Amati Coffee Batam. Ukuran sampel yang diambil sebanyak 100 responden yang ditentukan dengan rumus *slovin*. Data dikumpulkan dengan kuesioner dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan analisis deskriptif dan regresi. Adapun beberapa analisis yang digunakan seperti uji validitas, realibilitas, uji normalitas, uji t dan koefisien determinasi

Berdasarkan tabel hasil uji t yang sudah peneliti lakukan dapat disimpulkan nilai  $t_{tabel}$  yang digunakan dalam penelitian ini adalah 1,290 dan  $t_{hitung}$  yang didapatkan sebanyak 1,290 ( $3,421 > 1,290$ ) Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka terdapat pengaruh antara variabel kualitas kemasan terhadap variabel kepuasan pelanggan secara parsial. Dari analisis dapat dilihat bahwa kualitas kemasan memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan sebesar 70,7%, sedangkan sisanya sebesar 29,3% dipengaruhi faktor lain.

**Kata Kunci:** Kualitas Kemasan, Kepuasan Pelanggan, Coffee

### ABSTRACT

Derrick, 2024. *The Effect of Packaging Quality on Customer Satisfaction at Amati Coffee. Final Project of the Catering Management Study Program, Batam Tourism Polytechnic.* Supervisor: Wahyudi Ilham S.I.Kom.MM.Par

The importance of paying attention to packaging quality is not only to maintain business sustainability, but also to build long-term relationships with customers (Istiqomah, 2022) Restaurants that are able to meet customer expectations and needs through attractive and quality packaging not only create loyal customers, but also build a positive reputation in the local community. Focusing on packaging quality is not only a smart business strategy, but also a fundamental principle in running a successful and sustainable restaurant. The formulation of the problem in this study is to determine the Effect of Packaging Quality on Customer Satisfaction at Amati Coffee.

This research is a descriptive study with a simple regression model. The population in this study were visitors to Amati Coffee Batam. The sample size taken was 100 respondents which was determined by the Slovin formula. Data was collected by questionnaire and documentation. Data analysis was carried out using descriptive and regression analysis. There are several analyzes used such as validity test, reliability test, normality test, t test and coefficient of determination

Based on the table of t test results that the researcher has done, it can be concluded that the t table value used in this study is 1.290 and the t count obtained is 1.290 ( $3.421 > 1.290$ ) So it can be concluded that  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted, then there is an influence between the packaging quality variable and the customer satisfaction variable partially. From the analysis it can be seen that packaging quality has an influence on the customer satisfaction variable of 70.7%, while the remaining 29.3% is influenced by other factors.

**Keywords:** Packaging Quality, Customer Satisfaction, Coffee

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan rahmat dan karunia-Nya, Penulis dapat menyelesaikan proyek akhir berjudul “Pengaruh Kualitas Kemasan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Amati Coffee” proyek akhir ini ini dibuat dan diajukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar S. Tr.Par (Sarjana Terapan Pariwisata) pada jurusan Tata Hidangan di Batam Tourism Polytechnic. Selama penelitian proyek akhir ini, penulis banyak menerima bantuan dan dukungan sehingga dapat menyelesaikan proyek akhir ini. Oleh karena itu, Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Siska Amelia Maldin, M.Pd, selaku Pjs Direktur Politeknik Pariwisata Batam
2. Bapak Dr. Rezki Alhamdi, S.Par, M.M.Par selaku penguji I dan Ketua Program Studi Manajemen Tata Hidangan Politeknik Pariwisata Batam.
3. Bapak Dailami, S.Pd.I.,M.Pd selaku dosen penguji II yang telah memberikan saran dan masukan untuk proyek akhir ini.
4. Bapak Wahyudi Ilham S.I.Kom.MM.Par selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, ilmu dan solusi semasa pengerjaan proyek akhir ini.
5. Seluruh dosen dan staf Batam Tourism Polytechnic yang telah memberikan pengetahuan selama masa perkuliahan.
6. Seluruh teman-teman Angkatan yang telah memberikan motivasi, semangat, masukan, kritik dan saran selama masa pengerjaan proyek akhir ini hingga selesai.

3 Di dalam penelitian penelitian ini, penulis telah berusaha semaksimal mungkin, walaupun demikian penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna. Akhir kata penulis berharap semoga proyek akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Batam, Januari 2025

Derrick

## DAFTAR ISI

|                                             |             |
|---------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN SAMPUL</b> .....                 |             |
| <b>LEMBAR LOGO</b> .....                    | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....                  | <b>iii</b>  |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....  | <b>iv</b>   |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....              | <b>v</b>    |
| <b>PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN</b> .....  | <b>vi</b>   |
| <b>ABSTRAK</b> .....                        | <b>vii</b>  |
| <b>ABSTRACT</b> .....                       | <b>viii</b> |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                 | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                     | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                   | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                  | <b>xiv</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                | <b>xv</b>   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....              | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang .....                    | 1           |
| 1.2 Ruang Lingkup .....                     | 4           |
| 1.3 Rumusan Masalah .....                   | 4           |
| 1.4 Tujuan Penelitian.....                  | 4           |
| 1.5 Manfaat Penelitian.....                 | 5           |
| 1.6 Definsi Istilah .....                   | 6           |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....          | <b>7</b>    |
| 2.1 Kualitas Kemasan.....                   | 7           |
| 2.2 Kepuasan Pelanggan .....                | 10          |
| 2.3 Kajian empiris .....                    | 12          |
| 2.4 Kerangka Berfikir .....                 | 15          |
| 2.5 Hipotesis.....                          | 16          |
| <b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN</b> ..... | <b>17</b>   |
| 3.1 Desain Penelitian .....                 | 17          |
| 3.2 Populasi dan Sampel .....               | 17          |
| 3.3 Operasional Sampel.....                 | 19          |

|    |                                          |                                         |           |
|----|------------------------------------------|-----------------------------------------|-----------|
| 2  | 3.3.1                                    | Operasioanlisasi Variabel .....         | 21        |
|    | 3.3.2                                    | Skala Pengukuran Variabel .....         | 20        |
|    | 3.3.3                                    | Jenis Data .....                        | 22        |
|    | 3.4                                      | Metode Pengumpulan Data .....           | 22        |
|    | 3.4.1                                    | Kuesioner .....                         | 22        |
|    | 3.4.2                                    | Wawancara .....                         | 23        |
|    | 3.4.3                                    | Observasi Dokumen .....                 | 24        |
|    | 3.5                                      | Teknik Analisis Data .....              | 24        |
|    | 3.5.1                                    | Analisis Deskriptif .....               | 24        |
|    | 3.5.2                                    | Uji Validitas dan Reliabilitas .....    | 25        |
| 28 | 1.                                       | Uji Validitas .....                     | 25        |
|    | 2.                                       | Uji Reabilitas .....                    | 25        |
|    | 3.5.3                                    | Uji Asumsi Klasik .....                 | 26        |
|    | 1.                                       | Uji Normalitas .....                    | 26        |
| 2  | 3.5.4                                    | Analisis Regresi Linear Sederhana ..... | 26        |
|    | 1.                                       | Uji T .....                             | 27        |
| 87 | 2.                                       | Determinasi Koefisien .....             | 27        |
|    | 3.6                                      | Tempat dan Waktu Penelitian .....       | 28        |
| 81 | <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b> |                                         | <b>29</b> |
|    | 4.1                                      | Hasil penelitian .....                  | 29        |
|    | 4.2                                      | Pembahasan .....                        | 40        |
|    | <b>BAB V PENUTUP .....</b>               |                                         | <b>42</b> |
|    | 4.1                                      | Kesimpulan .....                        | 42        |
|    | 4.2                                      | Saran .....                             | 42        |
|    | <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>              |                                         | <b>44</b> |

**DAFTAR TABEL**

| <b>Tabel</b>                                                 | <b>Halaman</b> |
|--------------------------------------------------------------|----------------|
| Tabel 1.1 Data Jumlah Pengunjung di Amati Coffee Batam ..... | 3              |
| Tabel 2.1 Kajian Empiris .....                               | 13             |
| Tabel 3.1 Data pengunjung .....                              | 18             |
| Tabel 3.2 Definisi Operasional .....                         | 20             |
| Tabel 3.3 Skala <i>Likert</i> .....                          | 21             |
| Tabel 3.3 Klarifikasi TCR.....                               | 21             |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Jenis Kelamin .....        | 32             |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Usia.....                  | 33             |
| Tabel 4.3 Gambaran Variabel Kualitas Kemasan .....           | 33             |
| Tabel 4.4 Gambaran Variabel Kepuasan Pelanggan.....          | 34             |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....                           | 36             |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Reabilitas .....                         | 37             |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas .....                         | 38             |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....            | 39             |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Determinasi .....                        | 41             |

## DAFTAR GAMBAR

| Gambar                                                             | Halaman |
|--------------------------------------------------------------------|---------|
| Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Industri F&B dalam PDB Nasional..... | 1       |
| Gambar 1.2 Kemasan Minuman Amati Coffee Batam .....                | 2       |
| Gambar 4.1 Kemasan MakananAmati Coffee Batam.....                  | 31      |
| Gambar 4.2 Kemasan Minuman Amati Coffee Batam .....                | 31      |
| Gambar 4.3 Stuktur Organisasi Amati Coffee Batam.....              | 32      |

128

**DAFTAR LAMPIRAN**

| <b>Lampiran</b>                                | <b>Halaman</b> |
|------------------------------------------------|----------------|
| Lampiran 1 Surat Pengantar BTP .....           | 49             |
| Lampiran 2 Surat Balasan .....                 | 50             |
| Lampiran 3 Kuesioner Penelitian.....           | 51             |
| Lampiran 4 Master Data.....                    | 53             |
| Lampiran 5 Output SPSS .....                   | 56             |
| Lampiran 6 Dokumentasi Tempat Penelitian ..... | 68             |
| Lampiran 7 Riwayat Hidup .....                 | 69             |

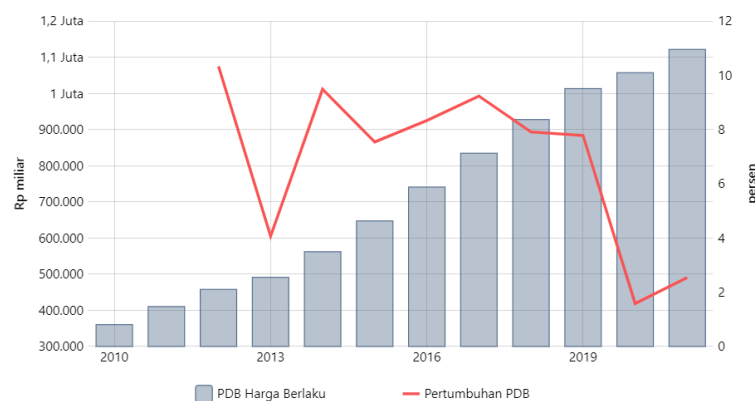
95

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Saat ini, industri makanan dan minuman atau yang biasa disebut dengan *Food And Beverages* telah semakin berkembang di Indonesia. Data menunjukkan bahwa setelah pandemi COVID-19 berakhir, nilai pertumbuhan industri ini meningkat sebesar 2,54% setiap tahunnya secara konstan (Katadata, 2021). Selain itu, nilai Produk Domestik Bruto yang mencapai Rp1.12 kuadriliun menjadikan industri makanan dan minuman memiliki peran sebesar 6.61% dari seluruh Produk Domestik Bruto Nasional.



**Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Industri F&B Dalam PDB Nasional**

Sumber: Katadata.co.id (2021)

*Coffee shop* merupakan salah satu tombak utama dalam industri makanan dan minuman nasional, yang tidak hanya menyediakan layanan kuliner kepada masyarakat, tetapi juga menciptakan pengalaman gastronomi yang memuaskan bagi pelanggan. Namun, di balik keragaman menu dan layanan yang ditawarkan, penting untuk diingat bahwa kebersihan dan sanitasi

makanan memegang peranan yang krusial dalam menjaga reputasi dan integritas sebuah restoran (Muhammad, 2022)

Restoran atau usaha kuliner yang dikenal karena penggunaan kemasan yang berkualitas tinggi cenderung mendapatkan preferensi dari konsumen. Mereka menjadi pilihan utama bagi pelanggan yang ingin merasa nyaman dan percaya bahwa produk yang mereka konsumsi disajikan dengan cara yang aman dan bertanggung jawab. Faktor ini secara langsung mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam memilih produk atau layanan, di mana restoran dengan reputasi penggunaan kemasan yang solid memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan (Kurniawati et al., 2019)

Seperti yang kita ketahui, saat ini kita berada dalam fase perkembangan 4.0 dan hampir memasuki era 5.0, yang menandakan bahwa zaman semakin maju dan berkembang pesat. Hal ini menyadarkan saya bahwa media sosial kini memainkan peran yang sangat besar dalam berbagai aspek kehidupan, salah satunya dalam bidang promosi.

Dengan adanya perkembangan ini, saya menyadari bahwa kualitas kemasan dapat memberikan daya Tarik yang signifikan untuk menarik pelanggan yang melihat promosi produk melalui media sosial. Oleh karena itu, saya semakin tertarik untuk membahas pengaruh kualitas kemasan terhadap kepuasan pelanggan di Amati Coffee Batam.

Pelayanan yang ramah, efisien, dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan merupakan elemen penting dalam menciptakan pengalaman yang menyenangkan di restoran. Lingkungan restoran yang nyaman, bersih, dan

teratur juga dapat memberikan dampak positif pada persepsi pelanggan terhadap kualitas dan profesionalisme restoran, termasuk dalam hal pengemasan produk (Indah, 2022)



**Gambar 1.2 Kemasan Minuman Amati Coffee Batam**

Sumber : Amati Coffee Batam, 2024

**Tabel 1.1 Data Jumlah Pengunjung di Amati Coffee Batam**

| Bulan     | Jumlah Pengunjung |
|-----------|-------------------|
| Mei       | 372               |
| Juni      | 415               |
| Juli      | 505               |
| Agustus   | 105               |
| September | 140               |
| Oktober   | 325               |

Sumber: Diolah Amati Coffee Batam, 2024

Berdasarkan tabel 1.1 data jumlah pengunjung di Amati Coffee Batam, dapat diuraikan bahwa jumlah pengunjung mengalami perkembangan. Pentingnya memperhatikan kualitas kemasan bukan hanya untuk menjaga keberlanjutan bisnis, tetapi juga untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan (Istiqomah, 2022) Restoran yang mampu memenuhi harapan dan kebutuhan - kebutuhan pelanggan melalui kemasan yang menarik dan berkualitas tidak hanya menciptakan pelanggan yang loyal, tetapi juga

membangun reputasi positif di komunitas lokal. Fokus pada kualitas kemasan bukan hanya merupakan strategi bisnis yang cerdas, tetapi juga merupakan prinsip mendasar dalam menjalankan restoran yang sukses dan berkelanjutan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul "Pengaruh Kualitas Kemasan terhadap Kepuasan Pelanggan di Amati Coffee Batam.

## 1.2 Batasan Masalah

Penelitian ini memiliki beberapa batasan. Pertama, penelitian hanya akan berfokus pada kualitas kemasan, dan kepuasan pelanggan. Kedua, penelitian ini hanya akan difokuskan pada pengunjung Amati Coffee

## 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang sebelumnya, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apakah kemasan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Amati Coffee?

## 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut: Untuk mengetahui apakah kemasan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Amati Coffee?

## 1.5 Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menjadi kontribusi bagi penulis dalam memperluas pemahaman mereka tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan di industri kuliner, serta implikasinya dalam manajemen restoran.

### 2. Manfaat Bagi Institusi

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dan acuan untuk memperkuat kurikulum atau program pelatihan di bidang manajemen restoran, khususnya dalam konteks kualitas kemasan dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan.

### 3. Manfaat Bagi Tempat Penelitian

Amati Coffee Batam akan mendapatkan wawasan berharga tentang persepsi pengunjung terhadap kualitas kemasan dan pelayanan di restoran mereka, yang dapat membantu dalam meningkatkan standar kemasan dan kualitas layanan.

## 1.6 Definisi Istilah

### 1. Kualitas Kemasan

Kualitas kemasan merujuk pada aspek fisik dan fungsional kemasan makanan yang meliputi desain, bahan, dan kemampuan kemasan dalam melindungi produk dari kerusakan dan kontaminasi. Kualitas kemasan juga mencakup daya tarik visual yang dapat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap produk.

### 2. Kepuasan Pelanggan

Tingkat kepuasan pelanggan adalah evaluasi keseluruhan pelanggan terhadap pengalaman mereka saat menikmati layanan di Amati Coffee Batam. Ini

mencakup penilaian mereka terhadap berbagai aspek, termasuk kualitas makanan, kemasan, pelayanan, dan lingkungan restoran.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Teori Kualitas Kemasan

##### 2.1.1. Definisi Kualitas Kemasan

Kualitas kemasan dapat didefinisikan sebagai karakteristik fisik dan fungsional dari kemasan yang digunakan untuk menyimpan dan menyajikan makanan. Ini mencakup berbagai aspek seperti desain, bahan, keamanan, dan kemampuan kemasan dalam melindungi produk dari kerusakan, kontaminasi, dan kehilangan kesegaran. Kualitas kemasan yang baik tidak hanya memastikan makanan tetap dalam kondisi optimal selama penyimpanan dan pengiriman, tetapi juga memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan, meningkatkan daya tarik visual, dan menciptakan pengalaman positif saat menyajikan produk. Dengan demikian, kemasan yang berkualitas tinggi berkontribusi pada kepuasan pelanggan dan membangun kepercayaan terhadap produk yang disajikan oleh restoran. Sedangkan, Kualitas kemasan adalah sebagai karakteristik yang mencakup desain, bahan, dan fungsi kemasan yang digunakan untuk melindungi produk makanan selama penyimpanan dan distribusi (Agus, 2023) Kualitas kemasan tidak hanya berperan dalam menjaga kesegaran dan keamanan makanan, tetapi juga memberikan informasi penting kepada konsumen, serta meningkatkan daya tarik visual produk. Dengan demikian, kemasan yang berkualitas baik diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan kepercayaan terhadap produk yang disajikan oleh restoran (Sundaygara, 2023)

131 Kualitas kemasan adalah karakteristik fisik dan fungsional dari kemasan yang digunakan untuk menyimpan dan menyajikan makanan, mencakup aspek desain, bahan, keamanan, dan kemampuan dalam melindungi produk dari kerusakan, kontaminasi, dan kehilangan kesegaran. Kualitas kemasan yang baik berfungsi tidak hanya untuk menjaga kesegaran dan keamanan makanan, tetapi juga untuk memberikan informasi yang jelas kepada konsumen, meningkatkan daya tarik visual, dan menciptakan pengalaman positif saat menyajikan produk. Dengan demikian, kemasan yang berkualitas tinggi berkontribusi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan membangun kepercayaan terhadap produk yang disajikan oleh restoran (Zulsam, 2024)

### 2.1.2. Tujuan Kualitas Kemasan

90 Tujuan dari kemasan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah untuk melindungi produk makanan selama penyimpanan dan distribusi, serta untuk meningkatkan pengalaman konsumen. Kemasan yang berkualitas dapat menjaga kesegaran dan keamanan makanan, serta memberikan informasi penting kepada konsumen mengenai produk tersebut. Selain itu, kemasan yang menarik secara visual dapat meningkatkan daya tarik produk dan mendorong keputusan pembelian. Dengan demikian, kemasan yang efektif tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai alat pemasaran yang dapat berkontribusi pada kepuasan pelanggan dan membangun loyalitas terhadap merek (Tamba, 2022)

### 2.1.3. Indikator Kualitas Kemasan

64 Indikator kualitas kemasan adalah ukuran atau parameter yang digunakan untuk

mengevaluasi tingkat keamanan, kebersihan, dan daya tarik kemasan produk makanan. beberapa indikator kualitas kemasan meliputi beberapa aspek penting (Melia, 2023)

1. Bahan Kemasan yang digunakan berkualitas tinggi.

Bahan kemasan yang berkualitas tinggi adalah material yang memiliki ketahanan, keamanan, dan kemampuan melindungi produk dengan baik. Ciri-cirinya meliputi : Ketahanan, perlindungan, kesesuaian dan estetika.

2. Kemampuan kemasan yang dirancang untuk melindungi produk dari kerusakan fisik.

Kemasan yang dirancang untuk melindungi produk dari kerusakan fisik memiliki kemampuan untuk menyerap benturan, guncangan, atau tekanan selama pengiriman dan penyimpanan. Ini mencakup penggunaan bahan seperti karton tebal, plastik kuat, atau busa untuk memberikan lapisan pelindung yang mengurangi risiko produk rusak, pecah, atau tergores. Tujuannya adalah menjaga produk tetap utuh dan aman sampai sampai ke konsumen.

3. Desain kemasan yang menarik dan fungsional dapat meningkatkan daya tarik pada konsumen.

Desain kemasan yang menarik dan fungsional dapat meningkatkan daya tarik konsumen dengan memperhatikan aspek visual, warna, dan tampilan yang estetis, serta kemudahan penggunaan. Kemasan yang baik tidak hanya melindungi produk, tetapi juga menarik perhatian, memudahkan konsumen saat digunakan, dan menciptakan kesan positif terhadap merek.

#### 4. Fungsi pengemasan sebagai alat pemasaran.

Kemasan berfungsi sebagai alat pemasaran dengan menarik perhatian konsumen, menyampaikan informasi produk, dan memperkuat citra merek. Desain kemasan yang menarik dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan menciptakan kesan positif terhadap produk (Melia, 2023)

## 2.2. Teori Kepuasan Pelanggan

### 2.2.1. Definisi Kepuasan Pelanggan

Definisi kepuasan pelanggan adalah tingkat kepuasan atau kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan setelah mereka berinteraksi dengan produk, layanan, atau merek tertentu. Ini mencakup persepsi pelanggan terhadap kualitas produk atau layanan yang diterima, pengalaman mereka selama proses pembelian atau penggunaan, serta sejauh mana produk atau layanan tersebut memenuhi atau melebihi harapan mereka. Kepuasan pelanggan juga dapat mencakup aspek emosional, seperti kebahagiaan, kepuasan, atau kepercayaan yang dirasakan oleh pelanggan terhadap merek atau perusahaan (Rohiman et al., 2022)

Kepuasan pelanggan adalah respons atau tanggapan positif yang diberikan oleh pelanggan setelah mereka mengukur atau mengevaluasi pengalaman mereka dengan produk atau layanan tertentu. Hal ini mencakup tingkat kepuasan atau ketidakpuasan yang dirasakan pelanggan berdasarkan pemenuhan ekspektasi, kebutuhan, dan harapan mereka terhadap produk atau layanan tersebut. Kepuasan pelanggan juga mencakup aspek relasional, di mana hubungan antara pelanggan dan perusahaan dapat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan dan loyalitas mereka terhadap merek

(Purwianti, 2022)

Dengan kata lain, kepuasan pelanggan adalah ukuran atau penilaian dari sejauh mana pelanggan merasa puas atau terpenuhi setelah berinteraksi dengan produk, layanan, atau merek tertentu. Ini mencakup perasaan positif atau kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan berdasarkan pengalaman mereka dalam menggunakan produk atau layanan tersebut, serta sejauh mana produk atau layanan tersebut memenuhi atau melebihi harapan mereka. Dalam konteks ini, kepuasan pelanggan dapat dianggap sebagai refleksi dari kualitas dan nilai yang diberikan oleh suatu produk atau layanan, serta kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggannya.

### 2.2.2. Tujuan Kepuasan Pelanggan

Tujuan kepuasan pelanggan adalah untuk membangun dan memelihara hubungan yang positif antara perusahaan dan pelanggannya dengan meningkatkan loyalitas pelanggan, meningkatkan reputasi perusahaan, dan meningkatkan penjualan serta pendapatan. Dengan memastikan bahwa pelanggan merasa puas dengan produk atau layanan yang mereka terima, perusahaan dapat mengurangi biaya akuisisi pelanggan baru, mendorong inovasi produk, dan menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang terlibat. Dengan demikian, kepuasan pelanggan bukan hanya tentang memenuhi harapan pelanggan saat ini, tetapi juga tentang membangun fondasi untuk pertumbuhan dan kesuksesan jangka panjang perusahaan (Putri et al., 2021)

### 2.2.3. Indikator Kepuasan Pelanggan

Beberapa aspek atau indikator dari kepuasan pelanggan.

### 1. Kualitas Produk atau Layanan

76 Kepuasan pelanggan sangat bergantung pada apakah produk atau layanan memenuhi harapan mereka. Hal ini melibatkan daya tahan, performa, dan kesesuaian dengan deskripsi. Jika kualitas produk tinggi, pelanggan cenderung lebih puas dan loyal.

### 2. Harga dan Nilai (*Value for Money*)

174 Harga produk atau layanan harus sesuai dengan kualitas yang diberikan.  
130 Pelanggan merasa puas jika mereka mendapatkan nilai yang sebanding, atau bahkan melebihi, uang yang mereka keluarkan.

### 3. Pengalaman Pembelian dan Pelayanan

Kemudahan dan kenyamanan dalam berinteraksi dengan perusahaan, seperti ramahnya staf, kesederhanaan proses transaksi, dan layanan yang responsif, sangat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

### 4. Kepuasan terhadap Kemasan dan Penyajian

Kesan awal pelanggan sering ditentukan oleh penampilan fisik produk, seperti desain, bahan, dan keamanan kemasan. Kemasan yang menarik dan praktis memberi nilai tambah bagi pengalaman pelanggan.

### 5. Loyalitas Pelanggan

137 Loyalitas diukur melalui kecenderungan pelanggan untuk membeli ulang produk atau menggunakan kembali layanan. Tingkat kepuasan yang tinggi biasanya tercermin dari tingginya loyalitas pelanggan terhadap merek.

### 2.3.Kajian Empiris

Amati Coffee Batam, kemasan yang menarik dan fungsional berperan penting dalam meningkatkan pengalaman pelanggan. Kemasan yang dirancang dengan baik dapat menciptakan citra profesional dan meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas produk. Selain itu, kemasan yang ramah lingkungan juga menjadi nilai tambah yang semakin diperhatikan oleh pelanggan, yang dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk memilih dan membeli produk. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan hubungan yang kuat antara kualitas kemasan dan kepuasan pelanggan di Amati Coffee, sehingga memberikan wawasan bagi manajemen untuk meningkatkan aspek kemasan sebagai bagian dari strategi pemasaran dan pelayanan (Syahputri, 2023)

**Tabel 2. 1 Peneliti Terdahulu**

| Peneliti dan Tahun | Judul Penelitian                                                                                                     | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                   | Fokus Penelitian                                       |
|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| (Purwianti, 2022)  | Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan terhadap Rubeka Coffee Shop                                              | Hasil penelitian menunjukkan bahwa product quality, service quality dan physical environment memiliki hubungan positif signifikan terhadap customer satisfaction. Sedangkan trust tidak signifikan terhadap customer satisfaction. | Kepuasan pelanggan                                     |
| (Tamba, 2022)      | Pengaruh Kemasan, Kualitas Dan Harga Produk Susu Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan PT. Dwimitra Usaha Global | Hasil penelitian adalah kemasan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kemasan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan                     | Variabel Kemasan, Kualitas dan harga terhadap kepuasan |

|                  |                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                           |
|------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
|                  |                                                                                                                                                                                                                    | pelanggan, kualitas tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.                                                                                                                                                                                             |                                           |
| (Andriani, 2024) | Pengaruh Kualitas Produk, Kemasan, Dan Variasi Menu Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Umkm Sambel Pawon Mbah Tun Di Kota Kediri                                                                                      | Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel kemasan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel variasi menu secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, serta variabel kualitas produk, kemasan, dan variasi menu secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.                                         | Kualitas produk, kemasan dan variasi menu |
| (Melia, 2023)    | Pengaruh Harga, Kemasan Produk, Kualitas Produk, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Diintervensi Oleh Variabel Kepuasan Konsumen Pada Toko Virsya Jajanan Oleh - Oleh Khas Trenggalek | Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa Harga memberikan pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, Harga tidak memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian, Kemasan produk tidak memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen, Kemasan produk tidak memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian, Kualitas produk tidak memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen, Kualitas produk memberikan pengaruh positif terhadap keputusan | Harga, kemasan produk, kualitas produk    |

8

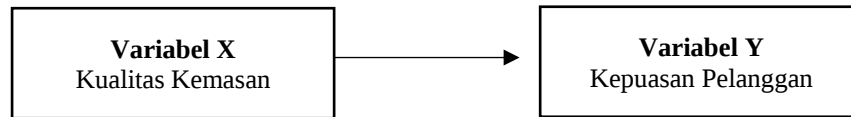
|                      |                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                           |
|----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
|                      |                                                                                                                            | <p>pembelian, Store atmosphere memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, Store atmosphere memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian, Kepuasan konsumen memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian, Kepuasan konsumen memberikan peran dalam memediasi harga terhadap keputusan pembelian, Kepuasan konsumen tidak memberikan peran dalam memediasi kemasan produk terhadap keputusan pembelian, Kepuasan konsumen tidak memberikan peran dalam memediasi kualitas produk terhadap keputusan pembelian, Kepuasan konsumen tidak memberikan peran dalam memediasi store atmosphere terhadap keputusan pembelian Pada Toko Virsya Jajanan Oleh-Oleh Khas Trenggalek.</p> |                                                           |
| (Wahyuningsih, 2021) | <p>Pengaruh Desain Kemasan, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Kopi Lain Hati di Surabaya</p> | <p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pengaruh DesainKemasan, Kualitas Produk, dan Presepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadapKeputusan Pembelian dibuktikan dalam uji t, kemudian hasil dalam uji F ketiga variabelsecara bersama – sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <p>Desain kemasan, kualitas produk dan persepsi harga</p> |

19

19

## 2.5 Kerangka Berpikir

Kerangka Berpikir dalam penelitian ini digambarkan seperti dibawah ini:



**Gambar 2.1 Kerangka Berpikir**

Sumber : Diolah Peneliti, 2024

## 2.6 Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H0: Kualitas kemasan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Amati Coffee.

H1: Kualitas kemasan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Amati Coffee.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1.Desain Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif dan beberapa sudut pandang. Hasilnya, ada variabel independen (variabel yang memengaruhi) dan dependen (variabel yang dipengaruhi). Artinya, teknik penelitian yang berlandaskan pada positivisme dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dikenal sebagai metode penelitian kuantitatif. Teknik-teknik ini biasanya melibatkan pengambilan sampel secara acak, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019b)

#### 3.2.Populasi dan Sampel

Menggunakan sampel dan populasi dalam investigasi ini, di mana:

##### 3.2.1 Populasi

Populasi mengacu pada seluruh kelompok peserta dalam sebuah penelitian, yang dapat mencakup semua individu, objek, atau apa pun yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data. Subjek dari penelitian ini adalah pengunjung Amati Coffee Batam, total jumlah pengunjung dari bulan Januari sampai bulan Juni berjumlah 1.862 orang, maka populasi dari penelitian ini sejumlah dimana populasi pengunjung berjumlah 1.862 orang.

**Tabel 3.1 Data Jumlah Pengunjung di Amati Coffee Batam**

| Bulan    | Jumlah Pengunjung |
|----------|-------------------|
| Januari  | 372               |
| Februari | 415               |
| Maret    | 505               |
| April    | 105               |
| Mei      | 140               |
| Juni     | 325               |

Sumber: Diolah Amati Coffee Batam, 2024

Berdasarkan tabel 3.1 data jumlah pengunjung di Amati Coffee Batam, dapat diuraikan bahwa jumlah pengunjung mengalami jumlah yang tidak tetap.

### 3.2.2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki karakteristik mirip dengan populasi itu tersendiri (Sugiyono, 2016). Maka dari itu ketika peneliti melakukan penelitian perlu memperhatikan beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan supaya dalam melakukan pencarian informasi dapat menghasilkan informasi yang representatif sehingga penelitian yang dilakukan dapat valid (Ahyar dkk., 2020). Dalam penelitian ini akan menggunakan teknik *purposive sampling* yang dimana paling mengetahui dan memahami dengan objek penelitian terkait. Teknik yang digunakan untuk mengukur jumlah sampel dari populasi menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan :

$n$  = Jumlah sampel yang diperlukan

$N$  = Jumlah populasi

$e$  = Tingkat kesalahan sampel (*margin error*)

Jumlah sampel yang didapatkan dengan populasi sebanyak 1.862 dengan menggunakan margin error 10% adalah sebesar 99, 99 yang dibulatkan menjadi 100 sampel.

### Rumusan Hasil Sampel

$n$  = Jumlah sampel yang diperlukan

$N = 1.862$

$e = 100$

$$n = \frac{1862}{1 + 1.862(100)^2} = 100$$

## 3.3. Operasional Variabel

### 3.3.1. Operasional Variabel Penelitian

Suatu item, sifat, atribut, nilai, atau karakteristik dari individu atau kegiatan yang berbeda satu sama lain yang diidentifikasi oleh peneliti dengan maksud untuk mempelajarinya dan memperoleh kesimpulan disebut sebagai variabel penelitian. dengan maksud untuk menyelidiki dan menghasilkan kesimpulan, seperti yang ditentukan oleh peneliti (Purwanto, 2019). Variabel penelitian dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:

#### 1. Variabel Independen

Variabel bebas dan variabel yang mempengaruhi adalah nama lain dari variabel independen. Cara lain untuk memikirkan variabel bebas adalah sebagai suatu kondisi atau nilai yang, jika ada, akan mempengaruhi (memodifikasi) kondisi atau nilai lain. Yang merupakan

variable independen dalam penelitian ini adalah X *Kualitas Kemasan*

## 2. Variabel Dependen

Variabel dependen, atau yang dikenal dalam ilmu pengetahuan, adalah variabel yang dipengaruhi oleh perubahan pada variabel lain. Jika perubahan ini tidak dapat dipisahkan dari minat atau topik utama peneliti, maka variabel ini memenuhi syarat sebagai bahan penelitian. Yang merupakan variable dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y) di Amati Coffee Batam

**Tabel 3.2 Definisi Operasional**

| Variabel                      | Definisi Variabel                                                                                                                                                                                                                                                           | Indikator                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Kualitas Kemasan</b>       | Kualitas kemasan didefinisikan sebagai elemen penting dalam pemasaran yang berfungsi untuk menarik perhatian konsumen, melindungi produk dan memberikan informasi yang relevan. Desain kemasan harus mampu menciptakan kesan positif yang mempengaruhi keputusan pembelian. | a. Bahan Kemasan yang digunakan berkualitas tinggi.<br>b. Kemampuan kemasan yang dirancang untuk melindungi produk dari kerusakan fisik.<br>c. Desain kemasan yang menarik dan fungsional dapat meningkatkan daya tarik pada konsumen.<br>d. Fungsi pengemasan sebagai alat pemasaran. |
| <b>Kepuasan Pelanggan (Y)</b> | Definisi kepuasan pelanggan menurut Azlan bin Hamzah & Farid Shamsudin (2020) adalah tingkat kepuasan atau kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan setelah mereka berinteraksi dengan produk, layanan, atau merek tertentu.                                                  | a. Kualitas Produk atau Layanan<br>b. Harga dan Nilai ( <i>Value for Money</i> )<br>c. Pengalaman Pembelian dan Pelayanan<br>d. Kepuasan terhadap Kemasan dan Penyajian<br>e. Loyalitas Pelanggan                                                                                      |

Sumber: Peneliti, 2024

### 3.3.2. Skala Pengukuran Variabel

Untuk menetapkan panjang dan pendeknya interval dalam unit pengukuran, digunakan skala pengukuran. Data kuantitatif akan dihasilkan oleh alat pengukur ketika menggunakan skala pengukuran. Analisis statistik digunakan untuk mengidentifikasi apakah data sesuai

untuk digunakan setelah prosedur pengukuran menghasilkan data kuantitatif dalam bentuk angka. Untuk mengukur skala Likert, lima kategori diberi bobot yang berbeda. Nilai-nilai ini digunakan untuk mengevaluasi reabilitas dan validitas suatu alat serta untuk menemukan hasil penelitian dalam model regresi (Sugiyono, 2014).

**Tabel 3.2 Skala Likert**

| No | Keterangan                | Skala |
|----|---------------------------|-------|
| 1. | Sangat Tidak Setuju / STS | 1     |
| 2. | Tidak Setuju / TS         | 2     |
| 3. | Cukup Setuju / CS         | 3     |
| 4. | Setuju / S                | 4     |
| 5. | Sangat Setuju / SS        | 5     |

Sumber: Diolah Peneliti (2024)

Tabel 3.2 menunjukkan Skala Likert yang digunakan untuk mengukur tingkat kesetujuan responden. Skala ini terdiri dari 5 tingkatan, yaitu:

Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1, Tidak Setuju (TS) dengan skor 2, Cukup Setuju (CS) dengan skor 3, Setuju (S) dengan skor 4, dan Sangat Setuju (SS) dengan skor 5. Untuk mengetahui tingkatan capaian responden (TCR) digunakan rumus sebagai berikut:

**Tabel 3.3 Klarifikasi TCR**

| Persentasi Pencapaian | Skor                |
|-----------------------|---------------------|
| 80% - 100%            | Sangat Setuju       |
| 60% - 79,99%          | Setuju              |
| 40% - 59,99%          | Netral              |
| 20% - 39,99%          | Tidak Setuju        |
| 0% - 19,99%           | Sangat Tidak Setuju |

Sumber: (Riduwan, 2013)

Tabel 3.3 mengklasifikasikan tingkat pencapaian berdasarkan persentase ke dalam lima kategori, yaitu Sangat Setuju (80-100%), Setuju (60-79,99%),

Netral (40-59,99%), Tidak Setuju (20-39,99%), dan Sangat Tidak Setuju (0-19,00%).

### 3.3.3. Jenis Data

Data kuantitatif adalah data yang digunakan untuk investigasi ini. Hal ini benar karena data disajikan dalam bentuk angka yang menggambarkan ukuran dari variabel asli. Berikut daftar variasi data yang digunakan dalam penelitian ini:

#### 1. Data Primer

Menggunakan informasi responden dari kuesioner penelitian sebagai data primer untuk penelitian ini, yaitu sekitar pengaruh kualitas kemasan terhadap kepuasan pelanggan Amati Coffee Batam. Data primer diperoleh dari pengunjung Amati Coffee Batam yang bersedia menjadi responden dan menyelesaikan survei/kuesioner.

#### 2. Data Sekunder

Penelitian ini menggunakan data sekunder secara online yang dikumpulkan di Amati Coffee Batam.

### 3.4. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang umum digunakan untuk mengumpulkan informasi kuantitatif, khususnya

#### 3.4.1 Kuesioner

Menurut Sugiyono (2014) mendefinisikan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data di mana peneliti menyediakan daftar pertanyaan atau

pernyataan tertulis bagi responden untuk menjawab. Dalam penelitian ini, kuesioner didistribusikan langsung kepada responden.

#### 3.4.2 Wawancara

Menurut Sugiyono (2016) menyatakan bahwa wawancara adalah metode umum untuk mengumpulkan informasi ketika peneliti bertujuan untuk mengidentifikasi masalah yang membutuhkan penyelidikan lebih lanjut atau ketika mereka perlu mendapatkan informasi yang lebih mendalam dari responden. Peneliti menggunakan wawancara semi-terstruktur sebagai jenis wawancara dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono (2019), wawancara semi-terstruktur lebih bebas daripada wawancara terstruktur, dan tujuan dari wawancara ini adalah untuk mengidentifikasi masalah secara lebih terbuka dengan meminta pendapat dan perspektif narasumber.

#### 3.4.3 Observasi

Pengamatan (observasi) dilakukan dengan pengamatan secara langsung pelaksanaan kegiatan dari sebuah permasalahan yang ingin diteliti kebenarannya. Menurut Sugiyono (2017), observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Menurut Nasution dalam Sugiyono (2019) menyatakan observasi adalah akar dari semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan atau peneliti dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta tentang kenyataan yang didapatkan melalui observasi. Data itu biasanya dikumpulkan dengan bantuan berbagai alat yang canggih, sehingga dari benda-benda yang sangat

kecil maupun yang sangat jauh dapat diobservasi dengan jelas. lapangan.

#### 3.4.4 Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2019), dokumentasi terdiri dari catatan peristiwa masa lalu. Dokumen dapat berupa tulisan, gambar, atau karya besar yang dibuat oleh seseorang. Data yang digunakan dalam penelitian mencakup informasi yang mendukung temuan peneliti dari pengamatan dan wawancara yang berkaitan dengan bentuk pesan verbal dan nonverbal. Selain itu, dokumen tersebut juga mencakup hambatan yang dihadapi peneliti. Berdasarkan penjelasan ahli, dapat disimpulkan bahwa metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pengumpulan dokumen atau foto serta lampiran yang berguna sebagai informasi dalam penelitian ini.

### 3.5 Analisis Data

#### 3.5.1. Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif melibatkan penggunaan metode statistik untuk menggambarkan dan menganalisis data yang relevan dalam upaya memahami pola dan karakteristik produk, pasar, dan konsumen. Analisis ini memberikan gambaran tentang data yang diamati tanpa membuat kesimpulan atau generalisasi yang lebih lanjut.

Dalam pemasaran, Analisis deskriptif dapat melibatkan penggunaan tabel, grafik, dan ukuran tendensi sentral seperti mean, median, dan modus. Tujuannya adalah untuk menyajikan informasi yang mudah

dipahami dan relevan tentang produk, perilaku konsumen, segmentasi pasar, preferensi pelanggan, atau tren pasar tertentu.

### 3.5.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

#### 1. Uji Validitas

Validitas pertanyaan atau item dalam kuesioner atau instrumen penelitian diuji dengan mendistribusikannya kepada sekelompok panelis. Apakah pertanyaan atau item tersebut konsisten dengan konstruk atau variabel yang akan diuji dan dievaluasi oleh panelis. Uji validitas dilakukan untuk menentukan keandalan instrumen. Hal ini menunjukkan bahwa apa yang benar-benar diukur oleh instrumen dapat diukur dengan menggunakan instrumen tersebut. Jika data yang terkumpul dari instrumen sesuai dengan data yang sesungguhnya terjadi pada item yang diteliti, maka hasil tersebut dianggap asli. Jika nilai korelasi  $R$  hitung  $> R$  tabel, maka kuesioner tersebut sah. Nilai  $R$  tabel diambil dari tingkat signifikansi  $\alpha$  sebesar 5% dari jumlah sampel.

#### 2. Uji Reliabilitas

Penggunaan uji reliabilitas memungkinkan verifikasi ketergantungan instrumen. Jika data konsisten dari waktu ke waktu, maka data tersebut dapat diandalkan. Program komputer *SPSS for Windows versi 25.0* digunakan untuk membantu uji reliabilitas dalam investigasi ini. Kriteria untuk mengevaluasi reliabilitas adalah sebagai berikut:

- Suatu instrumen memiliki reliabilitas yang tinggi atau dapat

diandalkan jika nilai koefisien reliabilitas ( $\alpha$ ) lebih besar dari 0,6.

- Instrumen yang diuji tidak dapat diandalkan jika nilai koefisien reliabilitas ( $\alpha$ ) lebih kecil dari 0,6.

### 3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan dalam langkah awal analisis penelitian ini. Sebelum melanjutkan dengan analisis data yang terkumpul, uji asumsi tradisional dijalankan sebagai uji prasyarat untuk melakukan penelitian lebih lanjut terhadap fakta-fakta yang terkumpul (Setiawan, 2020).

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data dari variabel dependen dan independen, yang akan digunakan untuk pengujian hipotesis, berdistribusi normal atau tidak digunakan untuk pengujian hipotesis, khususnya apakah data dari variabel dependen dan independen berdistribusi normal atau tidak (Setiawan, 2020). Tujuan dari uji normalitas adalah untuk menunjukkan bahwa data Normalitas data dapat diuji dengan menggunakan uji Histogram dan uji *Normal P-P Plot of Regresion Standarized Residual*.

### 3.5.4 Uji Regresi Linear Sederhana

Menurut (Team Dosen Universitas Esa Unggul, 2020) dalam buku pengantar berjudul Uji Regresi Dengan SPSS, pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat diukur dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Dua hal dapat menyebabkan pengambilan keputusan dalam uji regresi linier sederhana:

Keterangan:

X = Variabel independen

Y = Variabel dependen

a = Bilangan konstanta

b = Koefisien Regresi

### 1) Membandingkan nilai signifikansi dengan nilai probabilitas

0.05

- Jika nilai signifikansi  $<0.05$ , artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.
- Jika nilai signifikansi  $>0.05$ , artinya variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

### 2) Membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel

- Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.
- Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , artinya variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y. Sebelum memulai melakukan uji regresi linier sederhana menggunakan program SPSS, asumsi-asumsi di atas harus dipahami terlebih dahulu.

### 1. Uji T

Uji T (T-test) adalah salah satu uji statistik yang digunakan untuk menguji perbedaan rata-rata antara dua kelompok atau dua variabel. Uji T membantu menentukan apakah perbedaan yang

ditemukan antara dua kelompok tersebut signifikan secara statistik atau bisa saja terjadi karena kebetulan.

## 2. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R$ ), yang adalah kuadrat dari koefisien korelasi, adalah angka yang menunjukkan seberapa besar kemampuan variabel  $X$  untuk memengaruhi variabel  $Y$ . Koefisien determinasi yang lebih besar menunjukkan seberapa baik kemampuan variabel  $X$  untuk menjelaskan variabel  $Y$  (Astuti, 2020).

Keterangan

$R$ : Koefisien Determinasi

$n$ : Jumlah Sampel

$b$ : Koefisien Regresi

$X$ : Variabel Independen

$Y$ : Variabel Dependen

## 3.6 Tempat dan Waktu Penelitian

Lingkungan, tempat, atau wilayah yang telah dipilih peneliti untuk bertindak sebagai subjek penelitian dalam rangka mengumpulkan data yang diperlukan dikenal sebagai lokasi penelitian. Studi ini akan dilakukan pada rentan jangka waktu dua bulan, yaitu September dan Oktober 2024 dengan beralokasi di Amati Coffee Batam yang terletak pada Jl. Raja H. Fisabilillah, Sungai Panas, Batam Centre Front Of Grand Sidney Hotel, Batam City, Kepulauan Riau. Penelitian direkap di kampus Politeknik Pariwisata Batam.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil

##### 4.1.1 Gambaran Perusahaan Amati Coffee Batam

Amati Coffee merupakan salah satu coffee shop dengan konsep kedai kopi yang nyaman dan mengundang yang terletak di jantung komunitas telah berdiri sejak 27 november 2018. Misi kami sederhana: menciptakan Kopi Amati di mana para pecinta kopi dapat berkumpul untuk menikmati dan merasa seperti di rumah sendiri dengan minuman yang luar biasa, suguhan lezat, dan keramahmatan yang hangat. Dengan semangat terhadap kualitas dan komitmen terhadap keunggulan, kami berusaha untuk menjadi lebih dari sekedar kafe – kami bertujuan untuk menjadi tempat berkumpul tercinta dimana kenangan tercipta. Berlokasi di area yang strategis untuk para pengunjung untuk bekerja atau sekedar menikmati Kopi. Cabang pertama berada di Tiban dan cabang kedua terletak di area strategis di tengah kota Batam Center. Memiliki fasilitas akses Wifi gratis, peralatan presentasi lengkap, mushola, indoor & outdoor area dan easy parkir. Amati Coffe Batam memiliki slogan #kembalikarenacerita yang menjadi slogan unggulan di Amati Coffee Batam. Kami juga menawarkan *package meeting* atau *wedding* mendukung moment konsumen.

#### 4.1.2 Kemasan Amati Coffee Batam

Kemasan makanan Amati Coffee biasanya digunakan untuk customers yang takeaway dan customers yang memesan dengan aplikasi pemesanan makanan, berikut tampilannya :



Sumber: Amati Coffee, 2024

#### Gambar 4.1 Kemasan Makanan Amati Coffee

Bahan yang digunakan kemasan berbahan kertas memiliki tampilan yang menarik dengan berbagai opsi cetakan, warna, dan gaya yang sesuai dengan identitas Amati Coffee. Terdapat lapisan pelindung (seperti PE coating atau laminasi) yang menjaga kebocoran minyak atau cairan.



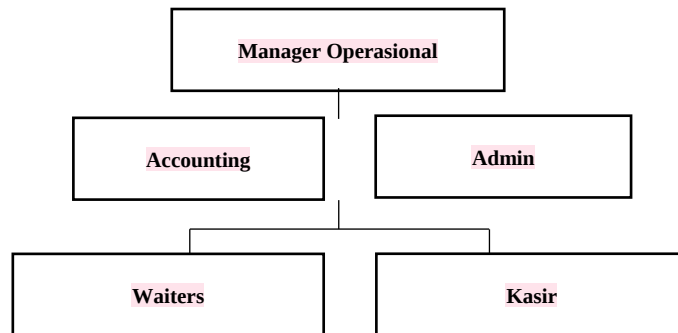
Sumber: Amati Coffee, 2024

#### Gambar 4.2 Kemasan Minuman Amati Coffee

Kemasan plastic minuman dirancang tahan terhadap tekanan, sehingga lebih aman untuk membawa minuman tanpa risiko mudah rusak atau bocor.

Banyak kemasan plastik yang transparan, memberikan tampilan menarik untuk minuman

#### 4.1.3 Stuktur Organisasi



**Gambar 4.3 Stuktur Organisasi Amati Coffee Batam**

#### 4.1.4 Gambaran Karakteristik Responden

**Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| Karakteristik Produsen | Frekuensi  | Persentase (%) |
|------------------------|------------|----------------|
| <b>Jenis Kelamin</b>   |            |                |
| Laki-laki              | 52         | 52%            |
| Perempuan              | 48         | 48%            |
| <b>Jumlah</b>          | <b>100</b> | <b>100%</b>    |

Sumber: Olahan Peneliti 2024

Berdasarkan hasil data yang diolah dari total angket penelitian, identifikasi responden yang menjadi sampel pada penelitian ini berjenis kelamin laki-laki sebanyak 52 orang atau sebesar 52%. Sedangkan untuk responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 48 orang atau sebesar 48%. Dari data tersebut dapat disimpulkan sebagian besar responden yang berekunjung Amati Coffee berjenis kelamin laki-laki.

**Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

| Karakteristik Produsen | Frekuensi  | Persentase (%) |
|------------------------|------------|----------------|
| <b>Umur</b>            |            |                |
| 18 - 25                | 30         | 30%            |
| 26 - 35                | 51         | 51%            |
| 36 - 45                | 19         | 19%            |
| <b>Jumlah</b>          | <b>100</b> | <b>100%</b>    |

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan hasil data yang diolah dari total angket penelitian, identifikasi responden yang menjadi sampel pada penelitian ini responden yang berusia antara 18-25 tahun sebanyak 30 orang atau sebesar 30%, responden yang berusia antara 26-45 tahun sebanyak 51 orang atau sebesar 51%, responden yang berusia antara 36 - 45 tahun sebanyak 19 orang atau sebesar 19%.

#### 4.1.5 Gambaran Variabel

**Tabel 4.3 Gambaran Variabel Kualitas Kemasan**

| No.                       | Pernyataan                                                                                  | SS | S  | KS | TS | STS | Persen | Kategori |
|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|----|----|-----|--------|----------|
| Variabel Kualitas Kemasan |                                                                                             |    |    |    |    |     |        |          |
|                           |                                                                                             |    |    |    |    |     |        |          |
| 1                         | Kemasan produk Amati Coffee melindungi isi dari kerusakan selama penyimpanan dan pengiriman | 27 | 36 | 34 | 3  | 0   | 36%    | Setuju   |
| 2                         | Saya merasa yakin bahwa kemasan menjaga kebersihan dan higienitas produk.                   | 27 | 39 | 27 | 7  | 0   | 39%    | Setuju   |
| 3                         | Kemasan ini mudah dibuka dan digunakan                                                      | 32 | 40 | 21 | 7  | 0   | 40%    | Setuju   |
| 4                         | Kemasan dilengkapi dengan fitur yang memudahkan saya menyimpan sisa produk                  | 27 | 36 | 34 | 3  | 0   | 36%    | Setuju   |
| 5                         | Tampilan kemasan menarik perhatian saya                                                     | 27 | 38 | 29 | 6  | 0   | 38%    | Setuju   |

|   |                                                                                    |    |    |    |    |   |     |               |
|---|------------------------------------------------------------------------------------|----|----|----|----|---|-----|---------------|
|   | untuk membeli produk Amati Coffee                                                  |    |    |    |    |   |     |               |
| 6 | Desain kemasan mencerminkan identitas Amati Coffee yang jelas.                     | 27 | 34 | 36 | 27 | 0 | 36% | Kurang Setuju |
| 7 | Bahan kemasan terasa kokoh dan berkualitas tinggi.                                 | 27 | 38 | 29 | 6  | 0 | 38% | Setuju        |
| 8 | Fitur atau desain pada kemasan ini berbeda dibandingkan produk coffeshop yang lain | 12 | 40 | 39 | 9  | 0 | 40% | Setuju        |

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pernyataan Fitur atau desain pada kemasan ini berbeda dibandingkan produk coffeshop yang lain merupakan pernyataan tertinggi dengan persentase 40% dengan kategori setuju.

**Tabel 4.4 Gambaran Variabel Kualitas Kemasan**

| No.                         | Pernyataan                                                                 | SS | S  | KS | TS | STS | Persen | Kategori |
|-----------------------------|----------------------------------------------------------------------------|----|----|----|----|-----|--------|----------|
| Variabel Kepuasan Pelanggan |                                                                            |    |    |    |    |     |        |          |
|                             |                                                                            |    |    |    |    |     |        |          |
| 1                           | Produk di Amati Coffee memenuhi harapan dan kebutuhan saya                 | 26 | 40 | 27 | 7  | 0   | 40%    | Setuju   |
| 2                           | Produk Amati Coffee berkualitas dan memiliki rasa yang enak                | 28 | 44 | 22 | 6  | 0   | 44%    | Setuju   |
| 3                           | Harga produk Amati coffe dianggap sebanding dengan kualitas yang diterima. | 21 | 47 | 25 | 7  | 0   | 47%    | Setuju   |
| 4                           | Saya merasa mendapatkan nilai yang memuaskan dari uang yang dibayarkan.    | 28 | 44 | 22 | 6  | 0   | 44%    | Setuju   |
| 5                           | Desain dan kualitas kemasan memengaruhi pengalaman positif pelanggan       | 21 | 47 | 25 | 7  | 0   | 47%    | Setuju   |

|    |                                                                       |    |    |    |    |   |     |        |
|----|-----------------------------------------------------------------------|----|----|----|----|---|-----|--------|
| 6  | Produk Amati coffe dipercaya memberikan kualitas yang baik            | 10 | 41 | 37 | 12 | 0 | 41% | Setuju |
| 7  | Amati coffe menunjukkan integritas dalam menangani masalah pelanggan. | 21 | 47 | 25 | 7  | 0 | 47% | Setuju |
| 8  | Desain dan kualitas kemasan memengaruhi pengalaman positif pelanggan. | 26 | 40 | 27 | 7  | 0 | 40% | Setuju |
| 9  | Saya akan membeli lagi produk Amati Coffee                            | 26 | 40 | 27 | 7  | 0 | 40% | Setuju |
| 10 | Saya bersedia merekomendasikan produk Amati Coffee kepada orang lain. | 28 | 44 | 22 | 6  | 0 | 44% | Setuju |

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa ada 3 pernyataan tertinggi yaitu Harga produk Amati coffe dianggap sebanding dengan kualitas yang diterima, Harga produk Amati coffe dianggap sebanding dengan kualitas yang diterima, Amati coffe menunjukkan integritas dalam menangani masalah pelanggan dengan persentase 47% dengan kategori setuju.

#### 4.1.6 Analisis Data

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji tingkat keaslian instrumen masing-masing variabel. Untuk menguji validitas menggunakan perhitungannya menggunakan bantuan SPSS versi 26 *for windows*. Berikut Hasil output yang diperoleh dari uji validitas variabel Kualitas Kemasan (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y) :

**Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Kuesioner**

| Variabel               | Kode  | r-hitung             | r-tabel | Keterangan |
|------------------------|-------|----------------------|---------|------------|
|                        |       | (Sig. 2<br>(tailed)) |         |            |
| Kualitas Kemasan (X)   | X1.1  | 0,956                | 0,197   | Valid      |
|                        | X1.2  | 0,83                 |         |            |
|                        | X1.3  | 0,799                |         |            |
|                        | X1.4  | 0,956                |         |            |
|                        | X1.5  | 0,956                |         |            |
|                        | X1.6  | 0,956                |         |            |
|                        | X1.7  | 0,956                |         |            |
|                        | X1.8  | 0,830                |         |            |
| Kepuasan Pelanggan (Y) | X2.1  | 0,947                |         |            |
|                        | X2.2  | 0,914                |         |            |
|                        | X2.3  | 0,858                |         |            |
|                        | X2.4  | 0,858                |         |            |
|                        | X2.5  | 0,914                |         |            |
|                        | X2.6  | 0,583                |         |            |
|                        | X2.7  | 0,914                |         |            |
|                        | X2.8  | 0,947                |         |            |
|                        | X2.9  | 0,947                |         |            |
|                        | X2.10 | 0,858                |         |            |

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Dari hasil data pengujian di atas, Nilai responden dalam uji kuesioner ini sebanyak  $n = 18$  dan nilai  $r_{tabel} = 0,197$ . kuisisioner yang berisi 3 variabel ini terdiri dari 9 indikator yang telah diisi oleh 100 responden dalam penelitian ini. Dari hasil perhitungan validitas pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa terdapat variabel Kualitas Kemasan (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y) dinyatakan valid.

## 2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas ialah pengujian lanjutan dari uji validitas, untuk melihat konsistensi hasil pengujian (Sugiyono, 2019) Metode yang digunakan untuk

menunjukkan apakah alat ukur reliabel atau tidak dengan menggunakan nilai *Cronbach Alpha*. Untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak dengan menggunakan batasan 0,6. Jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 maka dikatakan instrumen penelitian reliabel, sebaliknya jika nilai *Cronbach Alpha* < 0,6 maka instrumen dikatakan tidak reliabel.

**Tabel 4.6 Uji Reliabilitas**

| Variabel           | Cronbach's Alpha |
|--------------------|------------------|
| Kualitas Kemasan   | 0,950            |
| Kepuasan Pelanggan | 0,971            |

Sumber: Olah data peneliti, 2024

Berdasarkan hasil tabel di atas menunjukkan nilai *cronbach's alpha* pada semua variabel lebih besar dari 0,60. Dapat disimpulkan bahwa item-item pertanyaan guna memperoleh data dari responden dinyatakan reliabel.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah prosedur statistik untuk menentukan apakah suatu data atau sampel mengikuti distribusi normal. Distribusi normal adalah asumsi penting dalam banyak metode analisis statistik, seperti uji-t, dan ANOVA.

Pengujian normalitas menggunakan *Komogorov Smirnov* karena sampel 100.

Apabila nilai *p-value* > 0,05 maka data tersebut diasumsikan data tersebut berdistribusi normal. Berdasarkan tabel hasil uji normalitas diatas dengan menggunakan uji *Komogorov Smirnov* menunjukkan bahwa residual data yang peneliti ambil telah berdistribusi secara normal dikarenakan nilai 0,200 > 0,05

(Ahyar et al., 2020) Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data Kualitas Kemasan (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y) berdistribusi secara normal.

**Tabel 4.7 Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|                                  |                | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N                                |                | 100                     |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | 0,0000000               |
|                                  | Std. Deviation | 7,28153598              |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | 0,072                   |
|                                  | Positive       | 0,042                   |
|                                  | Negative       | -0,072                  |
| Test Statistic                   |                | 0,072                   |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | .200 <sup>c,d</sup>     |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Olahan Peneliti, 2024

**a. Analisis Regresi Linear Sederhana**

Analisis regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Analisis regresi bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel kepuasan kerja dengan produktivitas kerja.

**Tabel 4.8 Hasil SPSS Analisis Regresi Linear Sederhana**

| Coefficients <sup>a</sup> |                             |            |                           |       |       |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
| Model                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |       | Sig.  |
|                           | B                           | Std. Error | Beta                      | t     |       |
| 1 (Constant)              | 25,414                      | 3,843      |                           | 6,613 | 0,000 |
| Skor Kualitas Kemasan     | 0,420                       | 0,123      | 0,327                     | 3,421 | 0,001 |

a. Dependent Variable: Skot Kepuasan Pelanggan

Sumber : Olahan Peneliti, 2024

#### b. Uji Hipotesis

Pengujian adanya pengaruh antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) memerlukan pengujian hipotesis atau pengujian signifikansi. Uji hipotesis akan membawa pada kesimpulan untuk menerima atau menolak hipotesis. Pengujian hipotesis berfungsi untuk melakukan generalisasi pada keadaan populasi penelitian. Pengujian hipotesis berkenaan dengan penggunaan ukuran-ukuran statistik untuk menilai parameter populasinya. Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji hipotesis parsial atau uji T.

##### 1) Uji T

Pengujian hipotesis secara parsial dilakukan dengan menggunakan rumus uji t. Pengujian hipotesis dengan uji t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual terhadap variabel dependen, kriteria pengujian hipotesis penelitian adalah sebagai berikut :

1) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

2) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel independen dan variabel dependen.

Dari hasil pengolahan SPSS di atas didapat nilai t-hitung sebesar 1,290. Dengan  $\alpha = 0,10$  dan derajat kebebasan t-tabel dengan menggunakan *degree of freedom*:

$$\begin{aligned} df &= n - 2 \text{ (dimana } n = \text{jumlah sampel)} \\ &= 100 - 2 \\ &= 98 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel hasil uji t di atas dapat disimpulkan nilai  $t_{tabel}$  yang digunakan dalam penelitian ini adalah 1,290 dan  $t_{hitung}$  yang didapatkan sebanyak 1,290 ( $3,421 > 1,290$ ) Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka terdapat pengaruh antara variabel kualitas kemasan terhadap variabel kepuasan pelanggan secara parsial.

### 3) Uji Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien merupakan alat untuk mengukur tingkat kecocokan atau kesempurnaan model regresi (Riana, 2012). Menurut Priyatno (2013), angka akan diubah ke bentuk persen yang artinya persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel

dependen. Koefisien determinasi memiliki nilai antara 0 sampai dengan 1.

**Tabel 4.9 Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ )**

**Model Summary<sup>b</sup>**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .327 <sup>a</sup> | 0,707    | 0,098             | 7,319                      |

a. Predictors: (Constant), Skor Kualitas Kemasan

b. Dependent Variable: Skot Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah peneliti dengan SPSS 26, 2024

Dari hasil pengolahan SPSS di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi adalah sebesar 0,707. Dari analisis di atas dapat dilihat bahwa kualitas kemasan memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan sebesar 70,7%, sedangkan sisanya sebesar 29,3% dipengaruhi faktor lain.

## 4.2 Pembahasan

### 4.2.1 Pengaruh Kualitas Kemasan terhadap Kepuasan Pelanggan Amati Coffee Batam

Berdasarkan tabel hasil uji t yang sudah peneliti lakukan dapat disimpulkan nilai  $t_{tabel}$  yang digunakan dalam penelitian ini adalah 1,290 dan  $t_{hitung}$  yang didapatkan sebanyak 1,290 ( $3,421 > 1,290$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka terdapat pengaruh antara variabel kualitas kemasan terhadap variabel kepuasan pelanggan secara parsial. Dari analisis dapat dilihat bahwa kualitas kemasan memiliki pengaruh terhadap

25

variabel kepuasan pelanggan sebesar 70,7%, sedangkan sisanya sebesar 29,3% dipengaruhi faktor lain.

Kualitas kemasan memengaruhi bagaimana konsumen menilai nilai produk secara keseluruhan. Jika kemasan memiliki desain menarik, bahan berkualitas, atau fitur fungsional, pelanggan akan memandang produk sebagai sesuatu yang bernilai lebih tinggi, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan mereka. Pelanggan sering memiliki ekspektasi tertentu tentang kemasan saat membeli produk, terutama di industri seperti coffee shop yang berfokus pada gaya hidup dan pengalaman. Ketika kemasan sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi mereka (misalnya, kemasan aman, praktis, dan estetik), mereka merasa puas. Kemasan dengan kualitas tinggi, misalnya material yang aman dan ramah lingkungan, meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk. Hal ini berdampak langsung pada tingkat kepuasan, karena kepercayaan adalah faktor inti dalam keputusan pembelian (Rizkiawan, 2023)

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan tabel hasil uji t yang sudah peneliti lakukan dapat disimpulkan nilai  $t_{\text{tabel}}$  yang digunakan dalam penelitian ini adalah 1,290 dan  $t_{\text{hitung}}$  yang didapatkan sebanyak 1,290 ( $3,421 > 1,290$ ) Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka terdapat pengaruh antara variabel kualitas kemasan terhadap variabel kepuasan pelanggan secara parsial. Dari analisis dapat dilihat bahwa kualitas kemasan memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan sebesar 70,7%, sedangkan sisanya sebesar 29,3% dipengaruhi faktor lain.

#### 5.2 Saran

Saran yang bisa disampaikan dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

##### 1. Meningkatkan Fungsionalitas Kemasan

Kemasan yang mudah dibuka dan mudah dibawa akan sangat disukai oleh pelanggan yang sering membeli kopi untuk dibawa pulang atau dinikmati di tempat. Pelanggan juga akan lebih puas jika kemasan mudah digunakan untuk berbagai keperluan, seperti kemasan yang bisa disesuaikan atau memiliki fitur praktis (misalnya, kemasan yang bisa digunakan kembali).

##### 2. Memperhatikan Aspek Keberlanjutan

Untuk pelanggan yang lebih sadar lingkungan, Amati Coffee Batam bisa lebih mengedepankan penggunaan bahan kemasan yang ramah lingkungan

160

seperti bahan daur ulang. Memastikan bahwa kemasan produk tidak hanya aman untuk pelanggan, tetapi juga tidak merusak lingkungan, akan meningkatkan loyalitas pelanggan, terutama di kalangan konsumen muda yang semakin peduli dengan isu lingkungan.

### 3. Kampanye Pemasaran yang Menyoroti Kualitas Kemasan

161

Amati Coffee Batam dapat menggunakan aspek kemasan ini dalam strategi pemasaran mereka untuk menarik lebih banyak pelanggan. Misalnya, mempromosikan kemasan ramah lingkungan atau desain kemasan unik yang menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih menyenangkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus, P. (2023). Pelatihan dan Pendampingan Pengembangan Produk Kemasan sebagai Inovasi Produk PT Kopie Humble Indonesia. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 217–223.
- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Hardani, S. P., MS, N. H. A., GC, B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., & Ustiawaty, J. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu Group.
- Andriani. (2024). Pengaru Kualitas Produk, Kemasan dan Variasi Menu Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UMKM Sambel Pawon Mbah Tun di Kota Kediri. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 5(5), 1–10.
- Astuti, Y. T. (2020). *Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Shopee. (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau)*. Universitas Islam Riau Pekanbaru.
- Indah, Y. (2022). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen terhadap Produk Ramah Lingkungan Dari Coffee Shop Di Kota Batam. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 4(3), 347–376. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i3.2617>
- Istiqomah, N. (2022). Analisis Pengetahuan Konsumen tentang Green Marketing pada Produk Kopi Work Coffee Indonesia. *Jurnal AGRINIKA*, 6(2), 176–190.
- Kurniawati, T., Irawan, B., & Prasodjo, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pizza Hut Cabang Jember. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2),

147. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v6i2.11159>

11 Melia, N. (2023). Pengaruh Harga, Kemasan Produk, Kualitas Produk dan Store Atmospheree terhadap Kepuasan Pembelian Konsumen yang diintervensi oleh Variabel Kepuasan Konsumen pada Toko Virsy Jajanan oleh-oelh Khas trenggalek. *Jurnal Manajemen Dan Sains*, 8(1), 976–989. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1060>

176 Muhammad, A. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Coffeshop dalam Mempertahankan Penjualan di Era New Normal Covid.-19. *Comurcium*, 06(01), 116–124.

94 Purwanto, N. (2019). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Teknodik*. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>

67 Purwianti, L. (2022). Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan terhadap Rubeka Coffee Shop. *YUME : Journal of Management*, 5(2), 100–111. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.3456>

35 Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 1267–1283. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>

Riduwan. (2013). *Dasar-dasar Statistik*. Alfabeta.

19 Rizkiawan, F. (2023). Pengaruh Desain Kemasan, Kualitas produk dan Persepsi Harga Terhdap Keputusan Pembelian Kopi Lain Hati di Surabaya. *Sosial Pariwisata 2020*, 2(1).

38 Rohiman, I., Riadi, F., Adinata, U. W. S., & Suherman, A. R. (2022). Pengaruh

Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Acman: Accounting and Management Journal*, 2(1), 66–74. <https://doi.org/10.55208/aj.v2i1.30>

24 Setiawan, P. E. P. (2020). Analisis Pengaruh Perubahan Harga Komoditas Kopi dan Perubahan Kurs Valuta Asing Terhadap Return Saham Perusahaan Kopi Yang Go Public pada tahun 2014-2019. *Jurnal Manajemen UNIKA Soegijapranata Semarang*, 20–26.

18 Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Manajemen* (5th ed.). Alfabeta.

Sugiyono. (2019a). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.

Sugiyono. (2019b). *Metode penelitian pendidikan:(pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)* (Sutopo (ed.); Kedua). Alfabeta.

78 Sundaygara, C. (2023). Upaya Peningkatan Kualitas Kemasan Produk Kopi Bubuk Asli Gunung Kawi Berbasis Teknologi Tepat Guna. *Jurnal PARAHITA ABDIMAS Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 1–6.

92 Syahputri, A. Z. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.

36 Tamba, M. (2022). Pengaruh Kemasan , Kualitas Dan Harga Produk Susu Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan PT . Dwimitra Usaha Global. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 1(3), 117–126.

114 Team Dosen Universitas Esa Unggul. (2020). *Uji Regresi Dengan SPSS*. Universitas Esa Unggul.

Wahyuningsih, D. H. (2021). Kepuasan karyawan ditinjau dari kompensasi dan

penghargaan di Fod and Beverages Department Harper Hotel Mangkubumi Yogyakarta By Aston. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 16(2).

Zulsam, V. (2024). Pengembangan Desain Kemasan Produk Minuman Coffee Menggunakan Metode Kansei Engineering. *Kohesi: Jurnal Multidisiplin Saintek*, 4(1).

168

**Lampiran 1 Surat Pengantar BTP**

|                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                 |                                                                                                      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                               | <b>POLITEKNIK PARIWISATA BATAM</b><br>Jl. Gajah Mada, The Vitka City Complex<br>Tiban, Batam, Kepulauan Riau 29425<br>Indonesia | Telp + 62 778 354 0889<br>Email: info@btp.ac.id<br><a href="https://btp.ac.id">https://btp.ac.id</a> |
| Batam, 07 Januari 2025                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                 |                                                                                                      |
| No                                                                                                                                                                                             | : 004/D/ADAK-BTP/I/2025                                                                                                         |                                                                                                      |
| Perihal                                                                                                                                                                                        | : Permohonan Observasi Proyek Akhir                                                                                             |                                                                                                      |
| Kepada Yth:                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                 |                                                                                                      |
| Bapak/Ibu Pimpinan                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                 |                                                                                                      |
| Amati Coffee Batam                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                 |                                                                                                      |
| Di, Tempat                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                 |                                                                                                      |
| Dengan Hormat,                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                 |                                                                                                      |
| Dalam rangka penyusunan Proyek Akhir sebagai syarat kelulusan, mahasiswa Program Studi Manajemen Tata Hidangan Batam Tourism Polytechnic akan melakukan kunjungan observasi dengan keterangan: |                                                                                                                                 |                                                                                                      |
| Nama                                                                                                                                                                                           | : Derrick                                                                                                                       |                                                                                                      |
| NIM                                                                                                                                                                                            | : 2021020038                                                                                                                    |                                                                                                      |
| Judul PA                                                                                                                                                                                       | : Pengaruh Kualitas Kemasan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Amati Coffee Batam                                                   |                                                                                                      |
| Besar harapan kami pihak Manajemen Amati Coffee Batam dapat mempersilakan mahasiswa tersebut melakukan Observasi.                                                                              |                                                                                                                                 |                                                                                                      |
| Demikianlah surat permohonan ini kami buat. Atas perhatian dan kerjasama yang Bapak/Ibu berikan, kami ucapkan terima kasih.                                                                    |                                                                                                                                 |                                                                                                      |
| Hormat kami,                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                 |                                                                                                      |
|                                                                                                             |                                                                                                                                 |                                                                                                      |
| <b>Dr. Agung Edy Wibowo, SE., M.Si</b><br>Wakil Direktur I Batam Tourism Polytechnic                                                                                                           |                                                                                                                                 |                                                                                                      |

## Lampiran 2 Surat Balasan

### SURAT KETERANGAN

Kepada Yth,  
Batam Tourism Polytecnic  
Di Tempat

Dengan Hormat,

Berdasarkan Surat Permohonan Izin observasi dan Pengambilan data penelitian Kepada Mahasiswa yang bersangkutan dibawah ini.

Nama : Derrick

NIM : 2021020038

Program Studi : Manajemen Tata Hidangan

Judul PA : Pengaruh Kualitas Kemasan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Amati Coffee.

Dengan ini kami sampaikan bahawa mahasiswa tersebut diatas dapat kami terima untuk melakukan observasi dan pengambilan data yang akan dilakukan di Amati Coffe Batam guna menyelesaikan Proyek Akhir dan diharapkan hasil Proyek Akhir bisa digunakan sebagaimana mestinya.

Demikian surat keterangan ini saya buat saya ucapkan terima kasih.

Hormat kami,



Adityo

### Lampiran 3 Kuesioner Penelitian

#### KUESIONER PENELITIAN

### PENGARUH KUALITAS KEMASAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI AMATI COFFEE

Yth. Sdr,

Perkenalkan nama saya Derrick, Mahasiswa Politeknik Pariwisata Batam jurusan Manajemen Tata Hidangan. Mohon waktunya untuk mengisi kuesioner terlampir untuk keperluan Proyek Akhir saya yang berjudul " Pengaruh Kualitas Kemasan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Amati Coffee". Sdr cukup memilih jawaban dengan memberikan (V) ceklis ke jawaban yang menurut anda sesuai dengan anda. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert dengan rentang nilai 1 sampai 5.

5 : Sangat Setuju (SS)

4 : Setuju (S)

3 : Netral (N)

2 : Tidak Setuju (TS)

1 : Sangat Tidak Setuju (STS)

Jawaban anda dijamin kerahasiannya, data hanya untuk kepentingan akademik.

Jenis Kelamin :

Umur :

#### PENGAWASAN KERJA

| NO | PERTANYAAN                                                                                   | SS | S | N | TS | STS |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|---|----|-----|
| 1  | Kemasan produk Amati Coffee melindungi isi dari kerusakan selama penyimpanan dan pengiriman. |    |   |   |    |     |
| 2  | Saya merasa yakin bahwa kemasan menjaga kebersihan dan higienitas produk.                    |    |   |   |    |     |
| 3  | Kemasan ini mudah dibuka dan digunakan                                                       |    |   |   |    |     |

|   |                                                                                    |  |  |  |  |  |
|---|------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| 4 | Kemasan dilengkapi dengan fitur yang memudahkan saya menyimpan sisa produk         |  |  |  |  |  |
| 5 | Tampilan kemasan menarik perhatian saya untuk membeli produk Amati Coffee          |  |  |  |  |  |
| 6 | Desain kemasan mencerminkan identitas Amati Coffee yang jelas.                     |  |  |  |  |  |
| 7 | Bahan kemasan terasa kokoh dan berkualitas tinggi.                                 |  |  |  |  |  |
| 8 | Fitur atau desain pada kemasan ini berbeda dibandingkan produk coffeshop yang lain |  |  |  |  |  |

## KEPUASAN PELANGGAN

| NO | PERTANYAAN                                                                 | SS | S | TS | STS |
|----|----------------------------------------------------------------------------|----|---|----|-----|
| 1  | Produk di Amati Coffee memenuhi harapan dan kebutuhan saya                 |    |   |    |     |
| 2  | Produk Amati Coffee berkualitas dan memiliki rasa yang enak                |    |   |    |     |
| 3  | Harga produk Amati coffe dianggap sebanding dengan kualitas yang diterima. |    |   |    |     |
| 4  | Saya merasa mendapatkan nilai yang memuaskan dari uang yang dibayarkan.    |    |   |    |     |
| 5  | Kemudahan dalam proses pemesanan atau pembelian.                           |    |   |    |     |
| 6  | Produk Amati coffe dipercaya memberikan kualitas yang baik                 |    |   |    |     |
| 7  | Amati coffe menunjukkan integritas dalam menangani masalah pelanggan.      |    |   |    |     |
| 8  | Desain dan kualitas kemasan memengaruhi pengalaman positif pelanggan.      |    |   |    |     |
| 9  | Saya akan membeli lagi produk Amati Coffee                                 |    |   |    |     |

|    |                                                                       |  |  |  |  |
|----|-----------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|
| 10 | Saya bersedia merekomendasikan produk Amati Coffee kepada orang lain. |  |  |  |  |
|----|-----------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|

#### Lampiran 4 Master Data

| KUALITAS KEMASAN (X) |   |   |   |   |   |   |   |   |     |  | KEPUASAN PELANGGAN (Y) |   |   |   |   |   |   |   |   |    |     |
|----------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|-----|--|------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|-----|
| No                   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | JML |  | 1                      | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | JML |
| 1                    | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 30  |  | 5                      | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3  | 43  |
| 2                    | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32  |  | 4                      | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4  | 40  |
| 3                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40  |  | 5                      | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5  | 48  |
| 4                    | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 21  |  | 2                      | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3  | 23  |
| 5                    | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 25  |  | 3                      | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 30  |
| 6                    | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 26  |  | 3                      | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 30  |
| 7                    | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 37  |  | 4                      | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5  | 43  |
| 8                    | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 33  |  | 5                      | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4  | 43  |
| 9                    | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40  |  | 5                      | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5  | 48  |
| 10                   | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 30  |  | 4                      | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4  | 36  |
| 11                   | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40  |  | 5                      | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5  | 50  |
| 12                   | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32  |  | 4                      | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4  | 40  |
| 13                   | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 16  |  | 2                      | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2  | 20  |
| 14                   | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32  |  | 4                      | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4  | 40  |
| 15                   | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 34  |  | 3                      | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5  | 36  |
| 16                   | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 26  |  | 3                      | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3  | 35  |
| 17                   | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40  |  | 5                      | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5  | 48  |
| 18                   | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32  |  | 4                      | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4  | 40  |
| 19                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24  |  | 3                      | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 30  |
| 20                   | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32  |  | 4                      | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4  | 40  |
| 21                   | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40  |  | 5                      | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5  | 49  |
| 22                   | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 28  |  | 3                      | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3  | 36  |
| 23                   | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32  |  | 3                      | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4  | 36  |
| 24                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24  |  | 3                      | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 30  |
| 25                   | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32  |  | 4                      | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4  | 40  |
| 26                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24  |  | 3                      | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 30  |
| 27                   | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32  |  | 4                      | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4  | 40  |
| 28                   | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40  |  | 5                      | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5  | 49  |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 29 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 30 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 31 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 |   | 33 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 43 |
| 32 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |   | 32 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 43 |
| 33 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 |   | 38 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 48 |
| 34 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 |   | 19 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 35 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |   | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 36 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |   | 26 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 37 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 |   | 35 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 20 |
| 38 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |   | 33 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 39 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 |   | 38 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 36 |
| 40 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 |   | 28 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 35 |
| 41 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |   | 40 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |   | 32 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 43 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |   | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 44 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |   | 32 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 49 |
| 45 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 |   | 30 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 46 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 |   | 29 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 47 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 |   | 38 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 43 |
| 48 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |   | 32 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 43 |
| 49 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |   | 24 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 48 |
| 50 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |   | 32 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 51 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |   | 39 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 52 | 3 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 |   | 30 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 53 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |   | 31 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 20 |
| 54 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |   | 24 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 43 |
| 55 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |   | 32 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 48 |
| 56 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |   | 24 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 57 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |   | 32 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 58 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |   | 39 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 59 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 |   | 30 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 20 |
| 60 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |   | 24 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 61 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 |   | 33 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 36 |
| 62 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |   | 32 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 63 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 |   | 38 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 64 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 |   | 19 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 65 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |   | 25 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 66 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |   | 26 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 49 |
| 67 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 |   | 35 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 38 |

|     |   |   |   |   |   |   |   |   |    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 68  | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 33 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 69  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 38 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 43 |
| 70  | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 28 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 43 |
| 71  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 48 |
| 72  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 36 |
| 73  | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 16 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 74  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 75  | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 30 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 20 |
| 76  | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 29 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 77  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 38 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 36 |
| 78  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 35 |
| 79  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 80  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 36 |
| 81  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 39 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 82  | 3 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 30 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 83  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 31 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 84  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 85  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 49 |
| 86  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 87  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 88  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 39 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 43 |
| 89  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 30 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 43 |
| 90  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 48 |
| 91  | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 33 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 36 |
| 92  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 93  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 38 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 94  | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 19 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 20 |
| 95  | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 25 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 96  | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 26 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 36 |
| 97  | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 35 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 35 |
| 98  | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 33 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 99  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 38 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 100 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 28 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |

## Lampiran 5 Output

### Karakteristik Responden

#### Jenis Kelamin

|       |           | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Laki-laki | 52        | 52,0    | 52,0          | 52,0               |
|       | Perempuan | 48        | 48,0    | 48,0          | 100,0              |
|       | Total     | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

#### Usia

|       |               | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 18 - 25 tahun | 30        | 30,0    | 30,0          | 30,0               |
|       | 26 - 35 tahun | 51        | 51,0    | 51,0          | 81,0               |
|       | 36 - 45 tahun | 19        | 19,0    | 19,0          | 100,0              |
|       | Total         | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

### Variabel Penelitian

#### 1bahan

|       |    | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|----|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | TS | 3         | 3,0     | 3,0           | 3,0                |
|       | N  | 34        | 34,0    | 34,0          | 37,0               |
|       | S  | 36        | 36,0    | 36,0          | 73,0               |
|       | SS | 27        | 27,0    | 27,0          | 100,0              |

|       |     |       |       |
|-------|-----|-------|-------|
| Total | 100 | 100,0 | 100,0 |
|-------|-----|-------|-------|

**2bahan**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | TS    | 7         | 7,0     | 7,0           | 7,0                |
|       | N     | 27        | 27,0    | 27,0          | 34,0               |
|       | S     | 39        | 39,0    | 39,0          | 73,0               |
|       | SS    | 27        | 27,0    | 27,0          | 100,0              |
|       | Total | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

**1kemampuan**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | TS    | 7         | 7,0     | 7,0           | 7,0                |
|       | N     | 21        | 21,0    | 21,0          | 28,0               |
|       | S     | 40        | 40,0    | 40,0          | 68,0               |
|       | SS    | 32        | 32,0    | 32,0          | 100,0              |
|       | Total | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

**2kemampuan**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | TS    | 3         | 3,0     | 3,0           | 3,0                |
|       | N     | 34        | 34,0    | 34,0          | 37,0               |
|       | S     | 36        | 36,0    | 36,0          | 73,0               |
|       | SS    | 27        | 27,0    | 27,0          | 100,0              |
|       | Total | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

**1desain**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | TS    | 6         | 6,0     | 6,0           | 6,0                |
|       | N     | 29        | 29,0    | 29,0          | 35,0               |
|       | S     | 38        | 38,0    | 38,0          | 73,0               |
|       | SS    | 27        | 27,0    | 27,0          | 100,0              |
|       | Total | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

**2desain**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | TS    | 3         | 3,0     | 3,0           | 3,0                |
|       | N     | 34        | 34,0    | 34,0          | 37,0               |
|       | S     | 36        | 36,0    | 36,0          | 73,0               |
|       | SS    | 27        | 27,0    | 27,0          | 100,0              |
|       | Total | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

**1fungsi**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | TS    | 6         | 6,0     | 6,0           | 6,0                |
|       | N     | 29        | 29,0    | 29,0          | 35,0               |
|       | S     | 38        | 38,0    | 38,0          | 73,0               |
|       | SS    | 27        | 27,0    | 27,0          | 100,0              |
|       | Total | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

**2fungsi**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | TS    | 9         | 9,0     | 9,0           | 9,0                |
|       | N     | 39        | 39,0    | 39,0          | 48,0               |
|       | S     | 40        | 40,0    | 40,0          | 88,0               |
|       | SS    | 12        | 12,0    | 12,0          | 100,0              |
|       | Total | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

**1kualitas produk**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | TS    | 7         | 7,0     | 7,0           | 7,0                |
|       | N     | 27        | 27,0    | 27,0          | 34,0               |
|       | S     | 40        | 40,0    | 40,0          | 74,0               |
|       | SS    | 26        | 26,0    | 26,0          | 100,0              |
|       | Total | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

**2kualitas produk**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | TS    | 6         | 6,0     | 6,0           | 6,0                |
|       | N     | 22        | 22,0    | 22,0          | 28,0               |
|       | S     | 44        | 44,0    | 44,0          | 72,0               |
|       | SS    | 28        | 28,0    | 28,0          | 100,0              |
|       | Total | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

**1harga dan nilai**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | TS    | 7         | 7,0     | 7,0           | 7,0                |
|       | N     | 25        | 25,0    | 25,0          | 32,0               |
|       | S     | 47        | 47,0    | 47,0          | 79,0               |
|       | SS    | 21        | 21,0    | 21,0          | 100,0              |
|       | Total | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

**2harga dan nilai**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | TS    | 6         | 6,0     | 6,0           | 6,0                |
|       | N     | 22        | 22,0    | 22,0          | 28,0               |
|       | S     | 44        | 44,0    | 44,0          | 72,0               |
|       | SS    | 28        | 28,0    | 28,0          | 100,0              |
|       | Total | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

**1pengalaman pembelian**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | TS    | 7         | 7,0     | 7,0           | 7,0                |
|       | N     | 25        | 25,0    | 25,0          | 32,0               |
|       | S     | 47        | 47,0    | 47,0          | 79,0               |
|       | SS    | 21        | 21,0    | 21,0          | 100,0              |
|       | Total | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

**2kualitas produk**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | TS    | 12        | 12,0    | 12,0          | 12,0               |
|       | N     | 37        | 37,0    | 37,0          | 49,0               |
|       | S     | 41        | 41,0    | 41,0          | 90,0               |
|       | SS    | 10        | 10,0    | 10,0          | 100,0              |
|       | Total | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

**1kepuasan penyajian dan kemasan**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | TS    | 7         | 7,0     | 7,0           | 7,0                |
|       | N     | 25        | 25,0    | 25,0          | 32,0               |
|       | S     | 47        | 47,0    | 47,0          | 79,0               |
|       | SS    | 21        | 21,0    | 21,0          | 100,0              |
|       | Total | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

**2kepuasan penyajian dan kemasan**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | TS    | 7         | 7,0     | 7,0           | 7,0                |
|       | N     | 27        | 27,0    | 27,0          | 34,0               |
|       | S     | 40        | 40,0    | 40,0          | 74,0               |
|       | SS    | 26        | 26,0    | 26,0          | 100,0              |
|       | Total | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

## 1loyalitas pelanggan

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | TS    | 7         | 7,0     | 7,0           | 7,0                |
|       | N     | 27        | 27,0    | 27,0          | 34,0               |
|       | S     | 40        | 40,0    | 40,0          | 74,0               |
|       | SS    | 26        | 26,0    | 26,0          | 100,0              |
|       | Total | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

## 2loyalitas pelanggan

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | TS    | 6         | 6,0     | 6,0           | 6,0                |
|       | N     | 22        | 22,0    | 22,0          | 28,0               |
|       | S     | 44        | 44,0    | 44,0          | 72,0               |
|       | SS    | 28        | 28,0    | 28,0          | 100,0              |
|       | Total | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

## Uji Validitas Kualitas Kemasan

## Correlations

|        |                     | 1bahan | 2bahan | 1kemasan | 2kemasan | 1desain | 2desain | 1fungsi | 2fungsi | Skor Kualitas Kemasan |
|--------|---------------------|--------|--------|----------|----------|---------|---------|---------|---------|-----------------------|
| 1bahan | Pearson Correlation | 1      | .638** | .614**   | 1.000**  | .740**  | 1.000** | .740**  | .423**  | .891**                |
|        | Sig. (2-tailed)     |        | 0,000  | 0,000    | 0,000    | 0,000   | 0,000   | 0,000   | 0,000   | 0,000                 |
|        | N                   | 100    | 100    | 100      | 100      | 100     | 100     | 100     | 100     | 100                   |

|            |                      |         |        |        |         |         |         |         |        |        |
|------------|----------------------|---------|--------|--------|---------|---------|---------|---------|--------|--------|
| 2bahan     | Pears on Correlation | .638**  | 1      | .740** | .638**  | .899**  | .638**  | .899**  | .666** | .891** |
|            | Sig. (2-tailed)      | 0,000   |        | 0,000  | 0,000   | 0,000   | 0,000   | 0,000   | 0,000  | 0,000  |
|            | N                    | 100     | 100    | 100    | 100     | 100     | 100     | 100     | 100    | 100    |
| 1kemampuan | Pears on Correlation | .614**  | .740** | 1      | .614**  | .712**  | .614**  | .712**  | .512** | .805** |
|            | Sig. (2-tailed)      | 0,000   | 0,000  |        | 0,000   | 0,000   | 0,000   | 0,000   | 0,000  | 0,000  |
|            | N                    | 100     | 100    | 100    | 100     | 100     | 100     | 100     | 100    | 100    |
| 2kemampuan | Pears on Correlation | 1,000** | .638** | .614** | 1       | .740**  | 1,000** | .740**  | .423** | .891** |
|            | Sig. (2-tailed)      | 0,000   | 0,000  | 0,000  |         | 0,000   | 0,000   | 0,000   | 0,000  | 0,000  |
|            | N                    | 100     | 100    | 100    | 100     | 100     | 100     | 100     | 100    | 100    |
| 1desain    | Pears on Correlation | .740**  | .899** | .712** | .740**  | 1       | .740**  | 1,000** | .550** | .929** |
|            | Sig. (2-tailed)      | 0,000   | 0,000  | 0,000  | 0,000   |         | 0,000   | 0,000   | 0,000  | 0,000  |
|            | N                    | 100     | 100    | 100    | 100     | 100     | 100     | 100     | 100    | 100    |
| 2desain    | Pears on Correlation | 1,000** | .638** | .614** | 1,000** | .740**  | 1       | .740**  | .423** | .891** |
|            | Sig. (2-tailed)      | 0,000   | 0,000  | 0,000  | 0,000   | 0,000   |         | 0,000   | 0,000  | 0,000  |
|            | N                    | 100     | 100    | 100    | 100     | 100     | 100     | 100     | 100    | 100    |
| 1fungsi    | Pears on Correlation | .740**  | .899** | .712** | .740**  | 1,000** | .740**  | 1       | .550** | .929** |
|            | Sig. (2-tailed)      | 0,000   | 0,000  | 0,000  | 0,000   | 0,000   | 0,000   |         | 0,000  | 0,000  |
|            | N                    | 100     | 100    | 100    | 100     | 100     | 100     | 100     | 100    | 100    |
| 2fungsi    | Pears on             | .423**  | .666** | .512** | .423**  | .550**  | .423**  | .550**  | 1      | .657** |

|                       |                     |        |        |        |        |        |        |        |        |       |
|-----------------------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|
|                       | Correlation         |        |        |        |        |        |        |        |        |       |
|                       | Sig. (2-tailed)     | 0,000  | 0,000  | 0,000  | 0,000  | 0,000  | 0,000  | 0,000  | 0,000  | 0,000 |
|                       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100   |
| Skor Kualitas Kemasan | Pearson Correlation | .891** | .891** | .805** | .891** | .929** | .891** | .929** | .657** | 1     |
|                       | Sig. (2-tailed)     | 0,000  | 0,000  | 0,000  | 0,000  | 0,000  | 0,000  | 0,000  | 0,000  |       |
|                       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100   |

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

### Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

#### Correlations

|                   |                     | 1kualit as produk | 2kualit as produk | 1harga dan nilai | 2harga dan nilai | 1peng alaman pembel ian | 2kualit as produk | 1kepuasan penyajian dan kemas an | 2kepuasan penyajian dan kemas an | 1loyalitas pelan ggan | 2loyalitas pelan ggan | Skor Kepuasan Pelan ggan |
|-------------------|---------------------|-------------------|-------------------|------------------|------------------|-------------------------|-------------------|----------------------------------|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|--------------------------|
| 1kualit as produk | Pearson Correlation | 1                 | .776**            | .848**           | .776**           | .848**                  | .507**            | .848**                           | 1.000**                          | 1.000**               | .776**                | .942**                   |
|                   | Sig. (2-tailed)     |                   | 0,000             | 0,000            | 0,000            | 0,000                   | 0,000             | 0,000                            | 0,000                            | 0,000                 | 0,000                 | 0,000                    |
|                   | N                   | 100               | 100               | 100              | 100              | 100                     | 100               | 100                              | 100                              | 100                   | 100                   | 100                      |
| 2kualit as produk | Pearson Correlation | .776**            | 1                 | .733**           | 1.000**          | .733**                  | .406**            | .733**                           | .776**                           | .776**                | 1.000**               | .891**                   |
|                   | Sig. (2-tailed)     | 0,000             |                   | 0,000            | 0,000            | 0,000                   | 0,000             | 0,000                            | 0,000                            | 0,000                 | 0,000                 | 0,000                    |
|                   | N                   | 100               | 100               | 100              | 100              | 100                     | 100               | 100                              | 100                              | 100                   | 100                   | 100                      |
| 1harga dan nilai  | Pearson Correlation | .848**            | .733**            | 1                | .733**           | 1.000**                 | .584**            | 1.000**                          | .848**                           | .848**                | .733**                | .933**                   |
|                   | Sig. (2-tailed)     | 0,000             | 0,000             |                  | 0,000            | 0,000                   | 0,000             | 0,000                            | 0,000                            | 0,000                 | 0,000                 | 0,000                    |
|                   | N                   | 100               | 100               | 100              | 100              | 100                     | 100               | 100                              | 100                              | 100                   | 100                   | 100                      |

|                                 |                      |         |         |         |         |         |        |         |         |         |         |        |
|---------------------------------|----------------------|---------|---------|---------|---------|---------|--------|---------|---------|---------|---------|--------|
| 2harga dan nilai                | Pears on Correlation | .776**  | 1.000** | .733**  | 1       | .733**  | .406** | .733**  | .776**  | .776**  | 1.000** | .891** |
|                                 | Sig. (2-tailed)      | 0,000   | 0,000   | 0,000   |         | 0,000   | 0,000  | 0,000   | 0,000   | 0,000   | 0,000   | 0,000  |
|                                 | N                    | 100     | 100     | 100     | 100     | 100     | 100    | 100     | 100     | 100     | 100     | 100    |
| 1pengalaman pembelian           | Pears on Correlation | .848**  | .733**  | 1.000** | .733**  | 1       | .584** | 1.000** | .848**  | .848**  | .733**  | .933** |
|                                 | Sig. (2-tailed)      | 0,000   | 0,000   | 0,000   | 0,000   |         | 0,000  | 0,000   | 0,000   | 0,000   | 0,000   | 0,000  |
|                                 | N                    | 100     | 100     | 100     | 100     | 100     | 100    | 100     | 100     | 100     | 100     | 100    |
| 2kualitas produk                | Pears on Correlation | .507**  | .406**  | .584**  | .406**  | .584**  | 1      | .584**  | .507**  | .507**  | .406**  | .613** |
|                                 | Sig. (2-tailed)      | 0,000   | 0,000   | 0,000   | 0,000   | 0,000   |        | 0,000   | 0,000   | 0,000   | 0,000   | 0,000  |
|                                 | N                    | 100     | 100     | 100     | 100     | 100     | 100    | 100     | 100     | 100     | 100     | 100    |
| 1kepuasan penyajian dan kemasan | Pears on Correlation | .848**  | .733**  | 1.000** | .733**  | 1.000** | .584** | 1       | .848**  | .848**  | .733**  | .933** |
|                                 | Sig. (2-tailed)      | 0,000   | 0,000   | 0,000   | 0,000   | 0,000   | 0,000  |         | 0,000   | 0,000   | 0,000   | 0,000  |
|                                 | N                    | 100     | 100     | 100     | 100     | 100     | 100    | 100     | 100     | 100     | 100     | 100    |
| 2kepuasan penyajian dan kemasan | Pears on Correlation | 1.000** | .776**  | .848**  | .776**  | .848**  | .507** | .848**  | 1       | 1.000** | .776**  | .942** |
|                                 | Sig. (2-tailed)      | 0,000   | 0,000   | 0,000   | 0,000   | 0,000   | 0,000  | 0,000   |         | 0,000   | 0,000   | 0,000  |
|                                 | N                    | 100     | 100     | 100     | 100     | 100     | 100    | 100     | 100     | 100     | 100     | 100    |
| 1loyalitas pelanggan            | Pears on Correlation | 1.000** | .776**  | .848**  | .776**  | .848**  | .507** | .848**  | 1.000** | 1       | .776**  | .942** |
|                                 | Sig. (2-tailed)      | 0,000   | 0,000   | 0,000   | 0,000   | 0,000   | 0,000  | 0,000   | 0,000   |         | 0,000   | 0,000  |
|                                 | N                    | 100     | 100     | 100     | 100     | 100     | 100    | 100     | 100     | 100     | 100     | 100    |
| 2loyalitas pelanggan            | Pears on Correlation | .776**  | 1.000** | .733**  | 1.000** | .733**  | .406** | .733**  | .776**  | .776**  | 1       | .891** |
|                                 | Sig. (2-tailed)      | 0,000   | 0,000   | 0,000   | 0,000   | 0,000   | 0,000  | 0,000   | 0,000   | 0,000   |         | 0,000  |
|                                 | N                    | 100     | 100     | 100     | 100     | 100     | 100    | 100     | 100     | 100     | 100     | 100    |

|                                       |                                |            |            |            |            |        |            |        |        |        |        |     |
|---------------------------------------|--------------------------------|------------|------------|------------|------------|--------|------------|--------|--------|--------|--------|-----|
|                                       | tailed<br>)                    |            |            |            |            |        |            |        |        |        |        |     |
|                                       | N                              | 100        | 100        | 100        | 100        | 100    | 100        | 100    | 100    | 100    | 100    | 100 |
| Skot<br>Kepua<br>san<br>Pelang<br>gan | Pears<br>on<br>Corre<br>lation | .942<br>** | .891<br>** | .93<br>3** | .89<br>1** | .933** | .613<br>** | .933** | .942** | .942** | .891** | 1   |
|                                       | Sig.<br>(2-<br>tailed<br>)     | 0,00<br>0  | 0,00<br>0  | 0,0<br>00  | 0,0<br>00  | 0,000  | 0,00<br>0  | 0,000  | 0,000  | 0,000  | 0,000  |     |
|                                       | N                              | 100        | 100        | 100        | 100        | 100    | 100        | 100    | 100    | 100    | 100    | 100 |

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

### Uji Reabilitas Kualitas Kemasan

#### Reliability Statistics

|                     |            |
|---------------------|------------|
| Cronbach's<br>Alpha | N of Items |
| 0,950               | 8          |

### Uji Reabilitas Kepuasan Pelanggan

#### Reliability Statistics

|                     |            |
|---------------------|------------|
| Cronbach's<br>Alpha | N of Items |
| 0,971               | 10         |

## Hasil uji Normalitas

## One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

|                                  |                | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N                                |                | 100                     |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | 0,0000000               |
|                                  | Std. Deviation | 7,28153598              |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | 0,072                   |
|                                  | Positive       | 0,042                   |
|                                  | Negative       | -0,072                  |
| Test Statistic                   |                | 0,072                   |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | .200 <sup>c,d</sup>     |

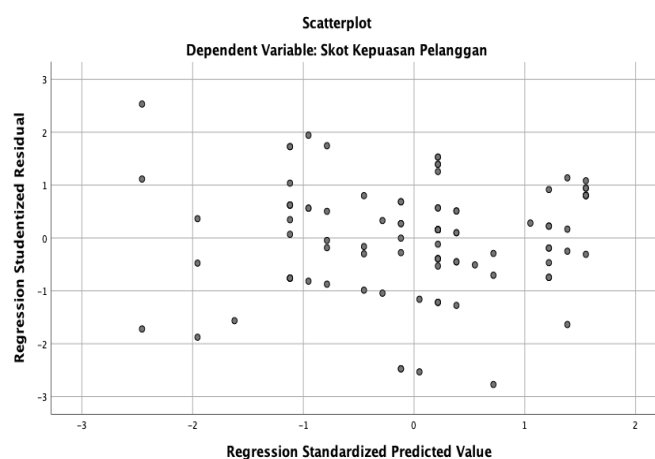
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

## Uji Heterodititas



86

## Uji Regresi Sederhana dan Uji T

Coefficients<sup>a</sup>

| Model                 | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |       | Sig.  |
|-----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
|                       | B                           | Std. Error | Beta                      | t     |       |
| 1 (Constant)          | 25,414                      | 3,843      |                           | 6,613 | 0,000 |
| Skor Kualitas Kemasan | 0,420                       | 0,123      | 0,327                     | 3,421 | 0,001 |

a. Dependent Variable: Skot Kepuasan Pelanggan

70

## Koefisien Determinasi

Model Summary<sup>b</sup>

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .327 <sup>a</sup> | 0,707    | 0,098             | 7,319                      |

a. Predictors: (Constant), Skor Kualitas Kemasan

b. Dependent Variable: Skot Kepuasan Pelanggan

7

## Lampiran 6 Dokumentasi dengan responden



## Lampiran 7 Riwayat Hidup

|                                                                                   |                |                                                           |          |                        |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------|-----------------------------------------------------------|----------|------------------------|
|  |                | <h1>CURRICULUM VITAE</h1>                                 |          |                        |
| First Name                                                                        | :              | Derrick                                                   |          |                        |
| Last Name                                                                         | :              |                                                           |          |                        |
| Address                                                                           | :              | Perumahan Bukit Beruntung Blok F2 80, Sungai Panas, Batam |          |                        |
| Gender                                                                            | :              | Male                                                      |          |                        |
| Place, Date of Birth                                                              | :              | Batam, 07 Agustus 2003                                    |          |                        |
| Religion                                                                          | :              |                                                           |          |                        |
| Email                                                                             | :              | Derrickgao11@gmail.com                                    |          |                        |
| <b>EDUCATION</b>                                                                  |                |                                                           |          |                        |
| Month Year Start                                                                  | Month Year End | School Name                                               | Location | Qualification Obtained |
| 2009                                                                              | 2015           | SD Yehonala                                               | BATAM    | SD                     |
| 2015                                                                              | 2018           | SMP Yehonala                                              | BATAM    | SMP                    |
| 2018                                                                              | 2021           | SMA Yehonala                                              | BATAM    | SMA                    |
| 2021                                                                              | Present        | Batam Tourism Polytechnic                                 | BATAM    | D4                     |
| <b>EXPERIENCE</b>                                                                 |                |                                                           |          |                        |
| Month Year Start                                                                  | Month Year End | Company                                                   | Location | Qualification Obtained |
| January 2023                                                                      | July 2023      | Marriott Batam Harbourbay                                 | Batam    | Internship             |
| <b>SKILL HIGHLIGHTS</b>                                                           |                |                                                           |          |                        |
| Hard Skill                                                                        |                | Soft Skill                                                |          |                        |
| Computer Software Knowledge                                                       |                | Teamwork                                                  |          |                        |
|                                                                                   |                | Problem Solving                                           |          |                        |
|                                                                                   |                | Adaptability                                              |          |                        |
| <b>CERTIFICATIONS</b>                                                             |                |                                                           |          |                        |
| 1. Hospitality Development Program                                                |                |                                                           |          |                        |
| 2. Certificate Of Internship                                                      |                |                                                           |          |                        |