

PAPER NAME

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA JIWA TOAST SP BATUAJI BATAM**

AUTHOR

TIARA VERENA SITORUS

WORD COUNT

15258 Words

CHARACTER COUNT

90078 Characters

PAGE COUNT

93 Pages

FILE SIZE

2.6MB

SUBMISSION DATE

Dec 6, 2023 6:28 PM GMT+7

REPORT DATE

Dec 6, 2023 6:30 PM GMT+7

● **40% Overall Similarity**

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

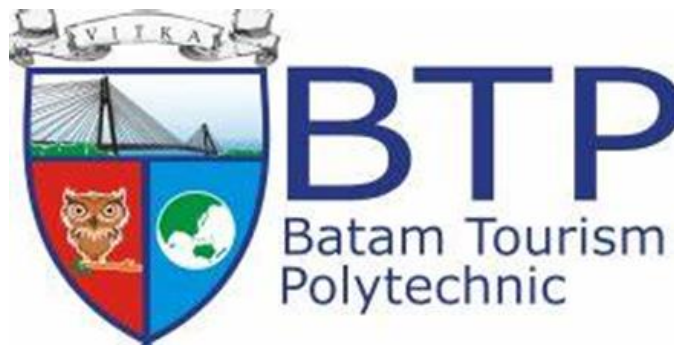
- 33% Internet database
- 25% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 33% Submitted Works database

● **Excluded from Similarity Report**

- Manually excluded sources

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA JIWA TOAST SP
BATUAJI BATAM**

PROYEK AKHIR



OLEH

TIARA VERENA SITORUS

NIM: 2020030074

PROGRAM STUDI MANAJEMEN KULINER

POLITEKNIK PARIWISATA BATAM

2023

ABSTRAK

Untuk bersaing di dunia kuliner, sebuah kafe diharuskan untuk menjunjung tinggi standar penawaran harga dan pelayanannya yang melampaui pesaing dan harapan konsumen. Hal ini sangat penting bagi kafe untuk memahami keinginan dan harapan konsumen terkait produk atau layanan yang disediakan. Selain kualitas pelayanan, faktor lain yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen adalah harga. Penelitian ini menguji dua variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan harga yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) dapat mempengaruhi kepuasan konsumen (Y). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Jiwa Toast SP Batuaji Batam dalam kurun waktu 6 bulan terakhir. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 110 responden dengan teknik penentuan sampling *Non-Probability Sampling*, yaitu *purposive sampling*. Data yang dianalisis adalah data primer yang dikumpulkan menggunakan kuesioner dan diolah menggunakan program SPSS V19 sebagai *tool*-nya. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji parsial, uji simultan, dan uji determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara signifikan sebesar 0,004 dan harga juga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,000. Berdasarkan koefisien determinasi (R^2) menunjukkan hasil dari R Square adalah sebesar 0.627 atau 62,7%. Artinya variabel kualitas pelayanan dan harga dapat menjelaskan variabel kepuasan konsumen sebesar 62,7%, sisanya sebesar 37,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

Kata kunci: kualitas pelayanan, harga, kepuasan konsumen, kafe

ABSTRACT

In order to compete in the culinary world, a café must maintain standards of price and service offerings that exceed competitors and consumer expectations. It is very important for cafes to understand the desires and expectations of consumers regarding the products or services offered. In addition to service quality, another factor that affects customer satisfaction is price. This study examines two independent variables, namely service quality and price, which can affect customer satisfaction. The purpose of this study is to analyze how service quality (X_1) and price (X_2) can affect customer satisfaction (Y). The method used in this research is quantitative method. The population in this study were consumers of Jiwa Toast SP Batuaji Batam within the last 6 months. The sample in this study was 110 respondents with non-probability sampling technique, namely purposive sampling. The data analyzed are primary data collected using a questionnaire and processed using SPSS V19 program as a tool. The data analysis technique used is quantitative analysis using validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, partial test, simultaneous test and determination test. The results showed that there was an effect of service quality on customer satisfaction significantly at 0.004, and price also had a significant effect on customer satisfaction at 0.000. Based on the coefficient of determination (R^2), the result of R square is 0.627 or 62.7%. This means that the variables of service quality and price can explain the variable of customer satisfaction by 62.7%, the remaining 37.3% is influenced by other variables outside this research model.

Keywords: service quality, price, customer satisfaction, café

1.1. Latar Belakang

Kota Batam merupakan kota terbesar di Provinsi Kepulauan Riau, terdiri dari Pulau Batam, Pulau Rempang, Pulau Galang, dan beberapa pulau kecil lainnya di Selat Singapura dan Selat Malaka. Pulau-pulau ini terhubung oleh Jembatan Bareleng yang mana menjadikan Batam di letak strategis yang menguntungkan. Selain berada di jalur pelayaran internasional dan kawasan industri, kota ini berbatasan langsung dengan Singapura dan Malaysia dengan jarak yang dekat. Batam juga merupakan salah satu pusat pariwisata yang ada di Indonesia, dimana keindahan alamnya yang masih asli dan keanekaragaman budaya serta kuliner yang kaya. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Batam pada bulan Desember 2018 mencapai 233.153 kunjungan dimana setengah dari jumlah tersebut adalah wisatawan mancanegara (wisman) (BPS KOTA BATAM, 2020). Kota Batam juga mengalami pertumbuhan sebesar 40,28% pada persentase wisman dibanding pada jumlah bulan sebelumnya (November 2018) sebanyak 6,51%.

Sebagai salah satu tujuan wisata di Indonesia, Kota Batam menawarkan berbagai macam pariwisata yang didukung oleh fasilitas dan layanan yang disediakan oleh pemerintah, masyarakat, dan pengusaha. Kota Batam mempunyai banyak tempat wisata berupa warisan budaya dan tempat bersejarah seperti Jembatan Bareleng, Kampung Vietnam, Museum Raja Ali Haji, Makam Nong Isa dan keindahan alam seperti pantai dan laut yang dapat

memperluas mata pencaharian dan memberikan peranan yang besar bagi pemasukan daerah (Patra, 2019). Ini akan membuat citra kota Batam sebagai kota pariwisata semakin dikenal khalayak luas. Wisatawan yang berkunjung ke Kota Batam biasanya menghabiskan waktu mereka untuk berbelanja, menginap di hotel atau resor, dan yang terpenting yaitu menikmati beragam pilihan kuliner lokal. Hal ini menunjukkan bahwa para wisatawan memiliki selera dan minat yang cukup tinggi dalam bidang pariwisata, khususnya dunia kuliner dan makanan.

Makanan merupakan salah satu kebutuhan primer manusia. Dalam kegiatan perjalanan pun, seorang wisatawan pasti tidak dapat lepas dari kebutuhannya untuk makan. Makanan kini telah menjadi tren pada saat ini, bahkan dalam kegiatan wisata atau yang biasanya disebut dengan wisata kuliner. Saat bepergian, wisata kuliner menjadi salah satu aktivitas yang enggan untuk dilewatkan karena setiap daerah tentu memiliki kuliner khas yang dibuat dari bahan dan bumbu asli daerah tersebut. Rasanya kurang lengkap jika berkunjung ke sejumlah daerah tanpa menikmati kuliner khasnya. Itulah mengapa wisata kuliner jadi bagian terpenting saat berwisata di dalam negeri maupun luar negeri.

Menikmati berbagai makanan dan kuliner serta menghabiskan waktu bersama teman dan kerabat di suatu tempat sudah menjadi suatu kebiasaan yang melekat pada kehidupan masyarakat Batam. Makan bersama seperti ini adalah kesempatan yang tepat untuk berbagi cerita atau saling menukar informasi dan pendapat sehingga menguatkan rasa kebersamaan. Para pebisnis menyadari perkembangan industri makanan dan perubahan gaya

hidup masyarakat yang membuat kegiatan kuliner menjadi semakin populer di dalam kehidupan sehari-hari. Dengan berjalannya waktu, pengusaha semakin melihat potensi untuk memasuki industri kuliner sebagai peluang bisnis. Faktanya terlihat bahwa banyak restoran dan kafe yang bermunculan di kota ini.

Tabel 1.1 Kontribusi Penyedia Akomodasi dan Makan Minum di Kota Batam

Tahun	Jumlah PDRB	Kontribusi	Perubahan
2019	2.790,96	6,16%	
2020	1.521,45	-45,49%	Turun 51,65%
2021	1.423,41	-6,44%	Naik 45,21%
2022	2.117,71	48,78%	Naik 55,22%

Sumber: (Badan Pusat Statistik Kota Batam, 2023)

Berdasarkan tabel 1.1, dapat dilihat terjadinya penurunan jumlah PDRB Kota Batam. Seperti yang diketahui, jika semakin tinggi PDRB per kapita suatu daerah, maka semakin besar pendapatan masyarakat daerah tersebut. Pada tabel di atas, kontribusi PDRB di dunia kuliner dan akomodasi di Kota Batam dari tahun 2019-2020 mengalami penurunan yang sangat signifikan. Pada tahun 2019 ke 2020 terjadi penurunan sebesar 51,65%, yang mana ini memiliki dampak yang cukup kritis mengingat pada tahun tersebut terjadi pandemi COVID-19. Namun pada tahun 2020-2021, mengalami kenaikan yang berperan cukup besar. Lalu pada tahun 2021-2022, sektor penyedia makan minum dan akomodasi terjadi kenaikan lagi yang sangat signifikan sebesar 55,22%. Dapat disimpulkan bahwa sektor penyedia makan dan

minum merupakan sektor yang terus berkembang. Permintaan akan kebutuhan seperti makanan dan minuman terus meningkat seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk Kota Batam. Hal ini menjadi peluang bagi para pebisnis di industri makanan dan minuman yang diperkirakan memiliki masa depan yang cerah, yang mana salah satu produk makanan tersebut adalah *toast*.

Toast merupakan jenis roti yang dipanggang pada suhu yang lebih tinggi dari suhu ruangan, sehingga memberikan tekstur yang lebih renyah dan berwarna cokelat pekat. *Toast* juga merupakan makanan yang populer dan digemari di berbagai belahan dunia. Adapun varian *toast* yang paling disukai yaitu *French toast*. Pada tahun 2021, jenis *toast* ini sempat viral dan terjual laris di dunia (Permatasari, 2021). *Toast* biasanya dikonsumsi sebagai sarapan atau makanan ringan di antara waktu makan. *Toast* dapat dibuat dari berbagai jenis roti, termasuk roti tawar, roti gandum, roti manis, ataupun roti yang berasal dari biji-bijian. *Toast* yang telah diolah dapat dikatakan sebagai pangan fungsional karena banyak mengandung manfaat seperti gizi yang seimbang dan kaya serat (Siti Inayah, 2023).

Di beberapa negara seperti Inggris, *toast* merupakan bagian dari sarapan tradisional dan dapat dimakan dengan *baked beans* atau telur rebus (Chris Cotonou, 2020). *Toast* juga merupakan salah satu makanan yang terkenal dan sering dikonsumsi hampir di semua kalangan. Meskipun bukan makanan tradisional Indonesia, *toast* banyak diminati oleh masyarakat Indonesia sebagai alternatif sarapan yang praktis, contoh salah satunya ada di Kota Batam. Dengan fenomena maraknya *toast*, banyak pengusaha Batam

yang melihat peluang untuk menjadikan *toast* sebagai menu dari kafe dan restoran. Ini terlihat dengan banyaknya bermunculan kedai makanan atau restoran di Batam dengan menu *toast*.

Di Batam, *toast* juga cukup tenar dan dikenal di masyarakat, terutama di kalangan muda dengan sebutan roti bakar atau *toast* kaya. *Toast* dapat dihidangkan bersama kopi maupun teh tarik. Topping yang dapat ditambahkan juga bermacam-macam, ada daging, telur, selai coklat, kacang, dan keju. *Toast* juga dapat dijadikan sebagai hidangan penutup dengan memberikan topping seperti selai atau krim. Berkembang seiring waktu, kedai makanan, kafe atau restoran menyediakan beberapa jenis saus yang lebih unik sebagai tambahan untuk variasi *toast* yang rasanya lebih condong ke gurih. *Toast* dapat ditemukan hampir di setiap outlet di mall, restoran, kedai kopi, dan gerai-gerai makanan.

Seiring perkembangan budaya makanan, *toast* sekarang sudah banyak jenis dan aneka variannya. *Toast* kini tidak hanya dapat dinikmati satu jenis saja, tetapi banyak jenis lainnya yang dapat dicoba. Beberapa jenis *toast* kekinian yang hits dan biasa disajikan di kafe atau restoran antara lain adalah *Egg and Cheese*, *Spicy Chicken Mentai*, *Smoked Beef and Cheese*, *Spicy Bulgogi*, dan *Tuna Mayo*. Tidak sedikit kafe atau restoran di Batam yang mengkhususkan *toast* menjadi bagian dari menu utama. Contoh kafe dan restoran tersebut yaitu Janji Jiwa Toast, Coffee Town Kaya Toast, Cheryl Coffee & Toast, Anchor Café & Roastery, dan Seven & Seven Toast.

Kemunculan kafe dan restoran ini membuat para pebisnis berbondong-bondong mengembangkan bisnis demi tercapainya tujuan bisnis yang

diharapkan. Mereka mulai melirik bisnis yang berkaitan dengan konsumsi kopi dan *toast*. Salah satu kafe yang cukup dikenal dan diminati saat ini adalah Janji Jiwa yang memiliki tagline ‘Kopi dari Hati’. Janji Jiwa pertama kali beroperasi pada pertengahan tahun 2018 berlokasi di ITC Kuningan Jakarta yang mana pendirinya adalah Billy Kurniawan. Janji Jiwa merupakan brand yang berada di bawah naungan Jiwa Group. Jiwa Group memiliki 3 brand yaitu Janji Jiwa, Jiwa Toast, dan Jiwa Tea (Jiwa Group, 2022). Hingga saat ini, Janji Jiwa telah membuka lebih dari 900 outlet di lebih dari 100 kota di Indonesia dengan sistem waralaba.

Sebagai tambahan dari produk Kopi Janji Jiwa, Jiwa Toast adalah merek makanan cepat saji untuk roti bakar yang pertama kali diluncurkan pada bulan Mei 2019 dan telah ada lebih dari 300 lokasi di seluruh Indonesia. Jiwa Toast menyediakan berbagai makanan dari *toast* yang disesuaikan dengan selera lokal. Melalui kemitraan, Jiwa Toast secara konsisten meluncurkan berbagai rasa baru yang menggugah selera konsumen. Setiap produk Jiwa Toast dibuat dan disajikan langsung di depan konsumen. Jiwa Toast yang dipanggang secara terpusat adalah salah satu rahasia dari kualitasnya yang superior (Jiwa Group, 2022). Konsumen yang merasa puas menyebutnya dengan istilah ‘*Jiwa Toast is the best toast in Town*’.

Janji Jiwa disebut dengan ‘jilid’ karena di setiap tempat memiliki nomor jilid yang berbeda sesuai dengan urutan waralabanya. Janji Jiwa jilid 1015 berada di Komplek Pertokoan Sentosa Perdana (SP), Blok Eboni no. 3, Batuaji, berderetan dengan ruko-ruko yang ada di SP. Lokasi tersebut berada di lingkungan Sentosa Perdana Plaza yang sudah cukup dikenal sebagai pusat

perbelanjaan dan *food street* di Batuaji. Lokasi yang terletak di keramaian dan mudah dijangkau oleh calon konsumen ini dapat dijadikan sebagai salah satu strategi oleh pebisnis. Namun, dengan maraknya usaha kafe dan restoran saat ini, Janji Jiwa Toast SP Batuaji memiliki banyak pesaing bisnis di bidang serupa bahkan dengan lokasi yang cukup berdekatan.

Untuk bersaing di dunia kuliner, sebuah kafe diharuskan untuk menjunjung tinggi standar penawaran harga dan pelayanannya, melampaui pesaing dan harapan konsumen. Hal ini sangat penting bagi kafe untuk memahami keinginan dan harapan konsumen terkait produk atau layanan yang disediakan. Kualitas pelayanan berkaitan dengan tingkat keunggulan produk dan layanan yang diharapkan dapat memuaskan preferensi konsumen. Konsep kualitas pelayanan melibatkan upaya untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan produk atau layanan dan memastikan pelayanan tersebut akurat sesuai dengan harapan mereka. Penelitian terdahulu menemukan bahwa bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) secara parsial, dan variabel penetapan harga (X_2) berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) secara bersamaan (Endang Sutrisna & Haifa Heryani Putri, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan perlu diperhatikan sebagai tolak ukur kepuasan konsumen. Begitu juga dengan peneliti terdahulu lainnya yang meneliti di Janji Jiwa dengan jilid berbeda, menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dan persepsi harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Joanita Pio et al., 2022).

Kualitas pelayanan dapat dikatakan cukup kuat untuk dijadikan variabel penelitian karena pelayanan yang baik memuaskan konsumen. Kekurangan dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh kafe dapat menjadi penghambat dan penghalang bagi konsumen untuk datang kembali ke tempat tersebut. Pada jangka panjang, konsumen akan enggan merekomendasikannya ke orang lain. Beberapa hal yang sering terjadi tetapi berkaitan erat dengan menurunnya kualitas pelayanan antara lain yaitu lambat dalam melayani, pelayan atau pramusaji bertindak kurang sopan terhadap konsumen, tidak ramah dan responsif, serta tidak profesional dalam melayani. Jika pramusaji lambat dalam melayani, konsumen akan merasa tidak sabar dan tidak dihargai, yang mana konsumen cenderung pergi ke kafe atau restoran lain yang lebih cepat dan unggul dalam pelayanan.

4 Selain kualitas pelayanan, faktor lain yang mempengaruhi tingkat 8 kepuasan konsumen adalah harga. Menurut Kotler & Armstrong (2020), harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa. Konsumen sering membandingkan harga produk antara yang satu dengan yang lain, sehingga kafe dituntut untuk mampu berkompetisi dan bersaing dengan kafe lainnya dalam menetapkan harga yang tepat. Namun, 58 harga yang tidak sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen dapat membuat mereka merasa tidak puas dengan produk dan layanan yang diberikan. Contoh hal-hal yang berhubungan dengan harga yang menyebabkan ketidakpuasan konsumen, misalnya harga yang terlalu tinggi atau rendah maupun

ketidakjelasan harga. Ketidakjelasan harga yang dimaksud disini adalah harga produk tidak ditampilkan dengan jelas atau tersembunyi. Ini akan menyebabkan konsumen merasa kesal apabila harga yang dilihat di menu berbeda saat membayarnya di kasir. Terlalu tinggi atau rendahnya harga sebuah produk juga memengaruhi kepuasan konsumen. Jika harga terlalu tinggi atau rendah, tetapi kualitas ¹¹⁴ produk atau layanan yang didapat tidak sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen cenderung mencari alternatif di tempat lain yang lebih berkualitas. Pada jangka panjang, hal ini akan berdampak pada sepi kafe atau restoran karena jumlah konsumen yang tidak ingin membeli di tempat tersebut semakin meningkat. Berikut adalah harga menu *toast* yang ditawarkan oleh Janji Jiwa SP Batuaji Batam.

Tabel 1.2 Daftar Menu Jiwa Toast SP Batuaji

Nama Menu	Harga Produk	Deskripsi
Spicy Bulgogi	Rp 36.000,00,-	Daging sapi, coleslaw, omelette, keju, saus bulgogi
Beef Truffle Mayo	Rp 38.000,00,-	Daging sapi, omelette, keju, garlic, saus truffle mayo
Crispy Chicken Mentai	Rp 36.000,00,-	Daging ayam, coleslaw, keju, saus mentai
Hamburg Curry Mayo	Rp 38.000,00,-	Daging sapi, coleslaw, keju, saus kari mayo Jepang
Egg Curry Mayo	Rp 28.000,00,-	Omelette, coleslaw, saus kari mayo Jepang
Chicken Katsu Curry Mayo	Rp 38.000,00,-	Daging ayam, coleslaw, keju, saus kari mayo Jepang
Cheezy Crispy Chicken Mentai	Rp 38.000,00,-	Daging ayam, coleslaw, omelette, saus mentai, saus keju special Jiwa Toast
Double Cheese Hamburg	Rp 38.000,00,-	Daging sapi, coleslaw, omelette, keju, saus keju special Jiwa Toast
Shrimp Tartar Mayo	Rp 38.000,00,-	Daging udang, keju, saus tartar, taburan daun parsley
Smoked Beef and Cheese	Rp 36.000,00,-	Daging sapi asap premium, coleslaw, omelette, keju, saus special ala Jiwa Toast
Tuna Mayo	Rp 36.000,00,-	Irisan tuna, coleslaw, omelette, keju, saus special ala Jiwa Toast

Egg and Cheese	Rp 28.000,00,-	Omelette, keju, saus special ala Jiwa Toast
Crunchy Choco Cheese	Rp 38.000,00,-	Roti panggang selai coklat crunchy dan keju
Crunchy Choco	Rp 36.000,00,-	Roti panggang selai coklat crunchy dan cornflakes

Sumber: Janji Jiwa SP Batuaji Batam

68 Konsumen yang merasa puas dan senang terhadap kualitas pelayanan dan produk yang diberikan akan datang kembali dan merekomendasikan kafe tersebut ke orang lain atau orang-orang terdekat. Sebaliknya, konsumen yang merasa tidak puas akan berimbas pada *imej* kafe dan beralih ke kafe pesaing lainnya. Ini juga terjadi di Janji Jiwa Toast SP Batuaji, yang mana pelayanannya yang diberikan cukup buruk, misalnya konsumen sudah berdiri di depan kasir tetapi karyawan tidak responsif dan konsumen tersebut dilayani terlalu lama. Beberapa konsumen malah harus menunggu terlalu lama untuk menikmati makanan yang telah dipesan. Makanan yang disajikan juga tidak sesuai dengan apa yang telah dipesan. Contohnya ada seorang konsumen yang memesan topping *jelly* malah diberi cincau. Karyawan juga menunjukkan ketidakprofesionalan dengan tidur di sofa kafe, terlalu asik bercerita satu sama lain dan bersenda gurau saat jam kerja. Beberapa pengemudi ojek *online* yang mengeluh karena menerima pesanan kopi atau *toast* di tempat tersebut menunggu terlalu lama yang mana hal ini bisa berdampak juga pada *rating* akun mereka. Jika hal ini terjadi terus-menerus, maka akan berdampak pada sepiunya pengunjung yang datang ke Jiwa Toast SP Batuaji Batam. Berikut adalah data pengunjung rata-rata di Janji Jiwa Toast SP Batuaji Batam per minggu.

Tabel 1.3 Data Pengunjung Janji Jiwa Toast SP Batuaji Batam per Minggu

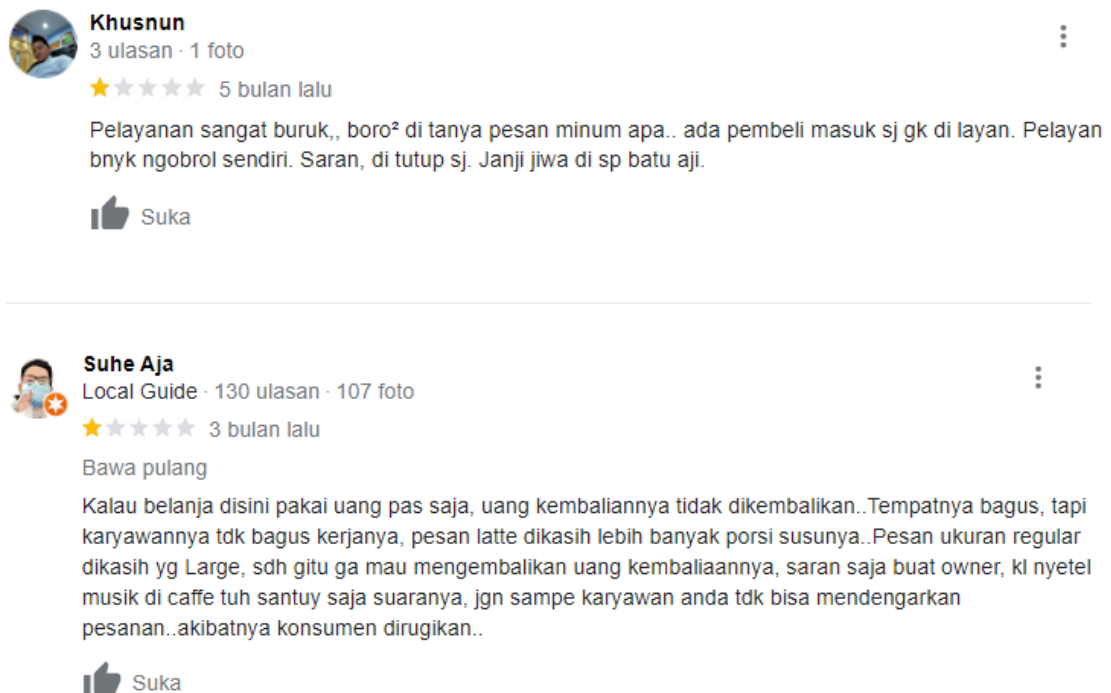
No	Hari	Jumlah Pengunjung Rata-rata
1	Senin	50-80 orang
2	Selasa	50-80 orang
3	Rabu	50-80 orang
4	Kamis	50-80 orang
5	Jumat	50-80 orang
6	Sabtu	100-120 orang
7	Minggu	100-120 orang

Sumber: Hasil jawaban wawancara dengan informan (Boy, Leader Janji

Jiwa SP Batuaji)

Adapun beberapa ulasan yang diberikan oleh para konsumen Janji Jiwa Toast SP Batuaji Batam sebagai berikut.

Gambar 1. 1 Ulasan-ulasan Konsumen Janji Jiwa SP Batuaji Batam





Natal

Pengguna Gojek sejak 13 Januari 2021


2.0

Maaf sebelumnya kak, menurut saya porsinya berbeda dengan yg selama ini saya beli di daerah uncang. Saya cukup kecewa. Sayurnya tidak ada, rasa di dalam jg hambar, cuman roti dan telur bagian dalamnya, mayonya jg sedikit. Saya kurang tahu apakah sayurnya habis atau bagaimana. Seenak dan sepercaya itu saya beli toast JJ hanya tadi salah pick up ke ke yg SP bukan Tg Uncang. Dan ya tadi daripada dibatalin ya coba dulu bagaimana rasa toast JJ SP. Ternyata jauh beda bgt. Ya harapannya semua pelayanan bisa disamakan, rasa, porsi dan bagiannya. Semakin ditingkatkan ya. Terimakasih.


Tiga Toast Lebih Hemat

Dipesan tanggal 27 Oktober 2023



ATIKA

Pengguna Gojek sejak 24 November 2021


2.0

egg curry mayo nya kali ini beda. udh order yg ke 3 kali yg ke 3 nya malah mayo nya manis banget. terus agak encer. biasa nya gk begini. mo nangliss 🤔


Combo Jiwa Toast - Combo Jiwa Toast

Dipesan tanggal 24 September 2023



R**

Pengguna Gojek sejak 17 Maret 2016


2.0

sauce bulgogi cuman seuprit, tidak seperti yang disajikan store lain. coklat di roti crunchy nya juga seuprit juga tidak seperti store lain.


Spicy Bulgogi - Salted Caramel Crush made with KITKAT Spread - Crunchy Choco Cheese - Kopi Susu

Dipesan tanggal 14 Juni 2023

Sumber: (google.com, gofood.co.id)

Dari identifikasi masalah-masalah di atas, peneliti menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Janji Jiwa Toast SP Batujati kurang memuaskan dan masih cukup jauh dari apa yang diharapkan oleh para konsumen. Hal ini menyebabkan konsumen enggan datang kembali dan memberikan citra buruk tentang kafe tersebut di media sosial. Adapun kualitas pelayanan dan produk tidak sebanding dengan harga yang ditawarkan dan menyebabkan konsumen merasa kesal dan rugi. Kepuasan konsumen bukanlah termasuk hal yang kompleks atau rumit untuk dicapai. Hal ini dapat ditingkatkan dengan cara menyajikan produk yang berkualitas, memberikan

layanan yang terbaik dan ramah terhadap konsumen, menjaga kebersihan dan kenyamanan kafe, serta penetapan harga yang adil guna menghindari ketidakpuasan konsumen. Dengan meningkatkan kepuasan konsumen, maka kafe dapat meningkatkan loyalitas konsumen, menghasilkan lebih banyak omset, dan membangun reputasi dan *imej* bisnis yang baik secara langsung maupun di media sosial.

1.2. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini merumuskan pertanyaan seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Jiwa Toast SP Batuaji Batam.

1.3. Rumusan Masalah

Perumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut.

- 1) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Jiwa Toast SP Batuaji Batam?
- 2) Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Jiwa Toast SP Batuaji Batam?
- 3) Apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Janji Jiwa Toast SP Batuaji Batam?

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yaitu:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Jiwa Toast SP Batuaji Batam.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh variabel harga terhadap kepuasan konsumen pada Jiwa Toast SP Batuaji Batam.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Jiwa Toast SP Batuaji Batam.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Bagi Penulis

Untuk dapat memahami dan mengetahui lebih luas, serta menambah pengetahuan terkait kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan konsumen. Selain itu, dapat meningkatkan kemampuan analisis dan komunikasi, sekaligus memberikan kepuasan pribadi setelah menyelesaikan penelitian ini dan memotivasi untuk terus belajar dan mengembangkan diri.

1.5.2. Bagi Institusi

Sebagai bahan referensi atau acuan bagi institusi dalam penelitian selanjutnya dan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan serta solusi untuk mengatasi permasalahan yang ada. Selain itu, juga dapat meningkatkan citra institusi dan reputasi yang baik di mata masyarakat karena telah menumbuhkan budaya penelitian.

1.5.3. Bagi Tempat Penelitian

Memberikan solusi atau jalan keluar dan rekomendasi untuk memperbaiki dan mengoptimalkan kualitas produk dan layanan, atau sistem operasional yang ada di lokasi penelitian. Hal ini juga dapat meningkatkan kepercayaan

dan dukungan masyarakat kepada lokasi penelitian dan meningkatkan daya saing lokasi penelitian di bidangnya. Penelitian yang dilakukan dapat menjadi sumber referensi untuk melakukan penelitian lanjutan, pengembangan pelayanan, atau kebijakan yang baru.

1.6. Definisi Istilah

1. ⁵⁷ Kualitas pelayanan

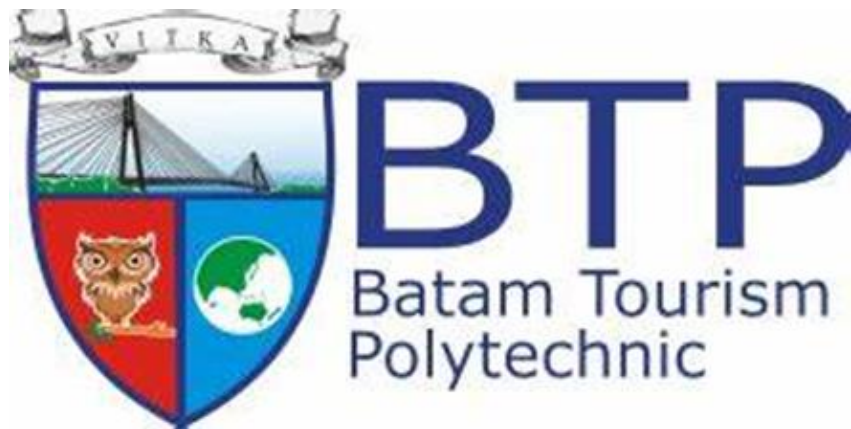
Merupakan tingkat layanan yang berkaitan dengan harapan dan kebutuhan konsumen, juga dapat diartikan sebagai ²³ segala bentuk pelayanan yang dilakukan oleh seseorang atau penyelenggara jasa secara maksimal dengan segala keunggulan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen.

2. Harga

Merupakan jumlah uang atau nilai yang ditawarkan konsumen sebagai imbalan atas penawaran tertentu yang sesuai dan memenuhi kebutuhan mereka. Harga juga dapat diartikan sebagai ⁹ sejumlah uang yang harus dikeluarkan konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa yang diinginkannya.

3. Kepuasan konsumen

Emosi yang dihasilkan atau diungkapkan merupakan hasil seseorang membandingkan kinerja sesuatu dengan harapannya sendiri, apakah puas atau kecewa.



¹² BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1. Kualitas Pelayanan

2.1.1. Definisi Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan mengacu pada semua karakteristik⁵⁶ dan karakteristik berbeda dari suatu produk atau layanan yang terkait dengan kemampuannya untuk memenuhi berbagai kebutuhan yang telah ditentukan sebelumnya atau tidak langsung.¹¹⁵ Menurut Fandy Tjiptono (2014), Kualitas layanan mengacu pada⁵⁵ upaya yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta keakuratan penyampaian untuk memenuhi harapan konsumen. Dari definisi tersebut,¹⁰ kualitas pelayanan mencakup kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi atau melampaui harapan konsumen atas layanan yang diberikan, dengan tujuan untuk memastikan bahwa perusahaan tersebut eksis di pasar dan memperoleh kepercayaan dari konsumen. Menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2016),²² terdapat dua faktor yang mempengaruhi kualitas suatu layanan, yaitu: harapan layanan *expected service* (layanan yang diharapkan) dan *perceived service* (layanan yang diterima). Pelayanan dikatakan baik atau positif apabila pelayanan yang diterima memenuhi atau melebihi harapan. Sebaliknya jika persepsi terhadap⁵⁵ pelayanan melebihi harapan, maka kualitas pelayanan dianggap sebagai kualitas ideal dan sebaliknya.

44 2.1.2. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Fandy Tjiptono (2020), kualitas pelayanan diukur berdasarkan lima indikator yaitu sebagai berikut:

- 1) Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan memenuhi layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memadai. Kinerja karyawan dapat dilihat sebagai pemenuhan harapan konsumen dalam hal layanan yang diberikan.
- 2) Daya tanggap (*Responsiveness*), yaitu dorongan karyawan untuk mengatasi masalah konsumen yang berasal dari keinginan mereka untuk memberikan bantuan yang cepat dan tanggap.
- 20 3) Jaminan (*Assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan seperti keamanan, bebas resiko atau keragu-raguan.
- 4) Empati/perhatian (*Empathy*), mencakup membangun relasi dengan mudah, berkomunikasi secara efektif, memberikan perhatian khusus kepada setiap konsumen, dan memahami permintaan mereka; sebagai contoh, karyawan harus melayani pelanggan dengan sikap yang tulus.
- 20 5) Bukti fisik (*Tangible*), yaitu meliputi fasilitas fisik seperti peralatan, perlengkapan, karyawan, serta sarana komunikasi.

2.2. Harga

2.2.1. Definisi Harga

90 Harga adalah jumlah yang harus konsumen bayarkan untuk membeli produk atau layanan tertentu. Harga merupakan elemen pemasaran yang

paling penting karena mewakili sumber pendapatan kafe atau restoran. ²⁶ Harga sering digunakan konsumen sebagai indikator pembandingan nilai antara manfaat yang mereka terima dengan harga suatu produk atau layanan. Ketika restoran dan kafe menetapkan harga yang tidak sepadan ³³ dengan manfaat produk, maka kepuasan konsumen menurun dan sebaliknya. Ketika nilai yang diterima konsumen meningkat, kepuasan mereka juga meningkat. Kotler & Armstrong (2020) ⁹ mendefinisikan bahwa:

“Price the amount of money charged for a product or service, or the sum of the value that customers exchange for the benefits or having or using the product or service”. (Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa).

Fandy Tjiptono (2019) menyebutkan bahwa harga ⁵² merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan penjualan dan keuntungan bagi suatu perusahaan. Untuk menentukan harga dalam sebuah produk dipertimbangkan berdasarkan tingkat kualitas produk yang diproduksi oleh perusahaan. Dalam konteks ini, kafe atau restoran perlu menentukan harga sesuai dengan kemampuan konsumen untuk membeli dan tingkat kualitas produk yang ditawarkan. Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel harga ¹³ diartikan sebagai suatu hal yang diharapkan akan menjadi suatu pemasukan dan pendapatan bagi perusahaan. Harga juga merupakan sarana yang digunakan oleh penjual ²⁵ untuk membedakan strateginya dari para

pesaing. Harga harus diperhitungkan sebagai bagian dari strategi pemasaran yang membedakan dirinya sendiri.

2.2.2. Tujuan Penetapan Harga

Menurut Fandy Tjiptono (2019), penetapan harga adalah tujuan umum yang penting untuk mendukung strategi bauran pemasaran secara keseluruhan. Setiap keputusan yang berkaitan dengan penetapan harga harus didasarkan pada pemahaman yang mendalam tentang tujuan khusus yang ingin dicapai oleh perusahaan. Menurut Kotler & Keller (2021), ada 5 tujuan dari penetapan harga yaitu:

- 1) Mengoptimalkan laba, yaitu perusahaan menentukan harga dengan tujuan untuk memperoleh pendapatan maksimum.
- 2) Memaksimalkan pangsa pasar, yaitu perusahaan menetapkan harga yang bersaing untuk memperluas pangsa pasar mereka.
- 3) Menjaga stabilitas harga, yaitu perusahaan menjaga harga yang konsisten untuk menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan.
- 4) Meningkatkan citra merek, yaitu perusahaan menetapkan harga lebih tinggi guna menciptakan kesan produk yang berkualitas dan eksklusif.
- 5) Memenuhi tanggung jawab sosial, yaitu perusahaan menetapkan harga yang terjangkau untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang kurang mampu.

2.2.3. Indikator Harga

Harga merupakan salah satu faktor penting yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mencapai kepuasan konsumen. Konsumen akan melakukan

perbandingan harga dan menilai apakah nilai produk atau layanan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan. Kotler & Armstrong (2020) menyatakan ada 4 indikator harga yaitu:

a. Keterjangkauan harga

Harga yang ditetapkan oleh pelaku usaha terhadap produk yang mereka jual dapat dijangkau oleh konsumen. Harga yang efisien dan terjangkau pasti akan menjadi salah satu alasan konsumen membeli produk tertentu.

b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Harga yang ditetapkan oleh pelaku usaha pada produknya sesuai dengan kualitas produk yang mereka berikan.

c. Daya saing harga

Perbedaan harga terhadap produk memberikan pertimbangan kepada konsumen untuk memilih produk yang akan mereka beli.

d. Kesesuaian harga dengan manfaat

Konsumen cenderung memutuskan untuk membeli sebuah produk apabila mereka merasa produk itu mempunyai manfaat sesuai dengan apa yang mereka keluarkan untuk mendapat produk tersebut.

2.3. Kepuasan Konsumen

2.3.1. Definisi Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah keadaan dimana konsumen puas terhadap produk dan jasa yang mereka beli dan gunakan. Hal ini terkait dengan sejauh mana harapan konsumen terpenuhi oleh kualitas produk atau layanan yang diberikan. Kepuasan konsumen dapat diukur dengan berbagai metode, seperti

survei, wawancara, dan observasi. Dalam jangka panjang, kepuasan konsumen dapat mempengaruhi loyalitas konsumen, citra merek, dan keuntungan perusahaan. Menurut Abdullah, Thamrin (2017), kepuasan adalah sejauh mana seseorang merasa puas¹⁹ setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang mereka alami dengan harapannya. Kotler, Philip & Keller (2016) mengemukakan bahwa:

⁸ *Satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product or service's perceived performance (or outcome) to expectations.*" (kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan sebuah kinerja produk atau jasa dengan ekspektasinya).

Menurut Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra (2016), konsumen merasakan kepuasan atau ketidakpuasan ketika mereka membandingkan ekspektasi mereka terhadap produk dengan persepsi mereka terhadap kinerja atau hasil. Sedangkan menurut Abdullah dan Thamrin (2017), kepuasan konsumen⁷⁵ adalah hasil yang dirasakan pembeli dari kinerja perusahaan yang memenuhi harapan mereka. Menurut Daryanto dan Ismanto (2014), kepuasan konsumen adalah evaluasi perasaan yang dilakukan oleh konsumen setelah menggunakan produk, ketika produk tersebut berhasil memenuhi harapan dan³³ kebutuhan konsumen.

Berdasarkan penjelasan para ahli di atas, kita dapat menyimpulkan³⁷ bahwa kepuasan konsumen adalah reaksi emosional seseorang terhadap produk atau jasa yang dibeli setelah membandingkan kinerjanya dengan³² harapan. Konsumen akan puas jika kinerja produk melebihi harapannya,

namun jika kurang dari harapannya maka ia akan merasa tidak puas dan kecewa. Saat ini, banyak perusahaan semakin memahami pentingnya kepuasan konsumen dan menerapkan strategi untuk menjamin kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat penting bagi kelangsungan hidup, keberlanjutan, dan perkembangan suatu perusahaan.

2.3.2. Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Fandy Tjiptono (2014), indikator kepuasan konsumen terdiri dari:

- a. Kesesuaian harapan, merupakan tingkat kesesuaian yang mencakup sejauh mana kinerja sesuai dengan harapan konsumen dan pengalaman yang dirasakan oleh konsumen dalam hal:
 1. Produk yang diterima memenuhi atau bahkan melebihi harapan.
 2. Pelayanan yang diberikan oleh karyawan memenuhi atau bahkan melebihi harapan.
- b. Fasilitas penunjang yang digunakan sesuai atau bahkan lebih dari yang diharapkan.
 1. Keinginan untuk kembali berkunjung karena kepuasan dengan layanan yang diberikan oleh karyawan.
 2. Keinginan untuk kembali berkunjung karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah menggunakan produk.
 3. Keinginan untuk kembali berkunjung karena fasilitas penunjang yang disediakan memenuhi harapan.

- c. Kesiediaan merekomendasikan, merupakan kesiapan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah mereka coba kepada teman atau keluarga yang mencakup hal-hal berikut:
1. Memberi saran kepada teman atau keluarga agar membeli produk yang ditawarkan karena mereka puas dengan pelayanan yang diberikan.
 2. Mengajukan rekomendasi kepada teman atau keluarga untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas yang tersedia memenuhi harapan.
 3. Mengusulkan kepada teman atau anggota keluarga untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang diperoleh setelah menggunakan produk atau jasa tersebut.

2.4. Kajian Empiris

Penelitian ini mengacu pada hasil-hasil penelitian terdahulu untuk menilai derajat hubungan antara satu variabel penelitian dengan variabel penelitian lainnya. Selain itu, penulis juga melakukan perbandingan dengan penelitian sebelumnya. Beberapa penelitian lain dijadikan acuan penulis sebagai sumber tambahan dalam penelitian ini, setelah menyadari adanya kesamaan dengan judul penelitian sebelumnya, yaitu sebagai berikut.

Tabel 2.1 Kajian Empiris

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Fokus Penelitian
1	Laila Tri Susanti, Katemung, Christoffel Kojo, dan Farlane S. Rumokoy (2018). Universitas Sam Ratulangi Manado	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap pada Hotel Genio Manado	Kualitas pelayanan, harga dan lokasi memiliki pengaruh secara simultan terhadap Keputusan Menginap pada hotel Genio Manado.	Jumlah variabel bebas berbeda tetapi ada dua variabel yang sama yaitu kualitas pelayanan dan harga. Untuk variabel terikatnya juga berbeda yaitu keputusan menginap (keputusan pembelian). Metode penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian asosiatif dengan teknik Analisis data menggunakan regresi linear berganda. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus Rao Purba.
2	Joko Bagio Santoso, (2019). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi pada Konsumen Geprek Benua Rawamangun)	Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen, namun kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh.	Jumlah variabel bebas yang diteliti berbeda tetapi ada dua variabel yang sama, yaitu kualitas pelayanan dan harga. Untuk variabel terikat juga berbeda jumlahnya, yaitu dua variabel: kepuasan dan loyalitas konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah <i>purposive accidental sampling</i> dengan menggunakan metoda analisis jalur (path analysis).
3	Mutia Nursaidah, Asep Ferry Bastian, Imas Sukaesih (2022). Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang	Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Kopi Janji Jiwa Jilid 35)	Kualitas Produk dan Lokasi memengaruhi Kepuasan Pelanggan, sementara Promosi tidak berpengaruh signifikan.	Jenis dan jumlah variabel bebas yang diteliti berbeda, tetapi variabel terikatnya sama yaitu kepuasan pelanggan/konsumen. Teknik pengambilan sampel menggunakan <i>non probability sampling</i> , yaitu <i>accidental sampling</i> .

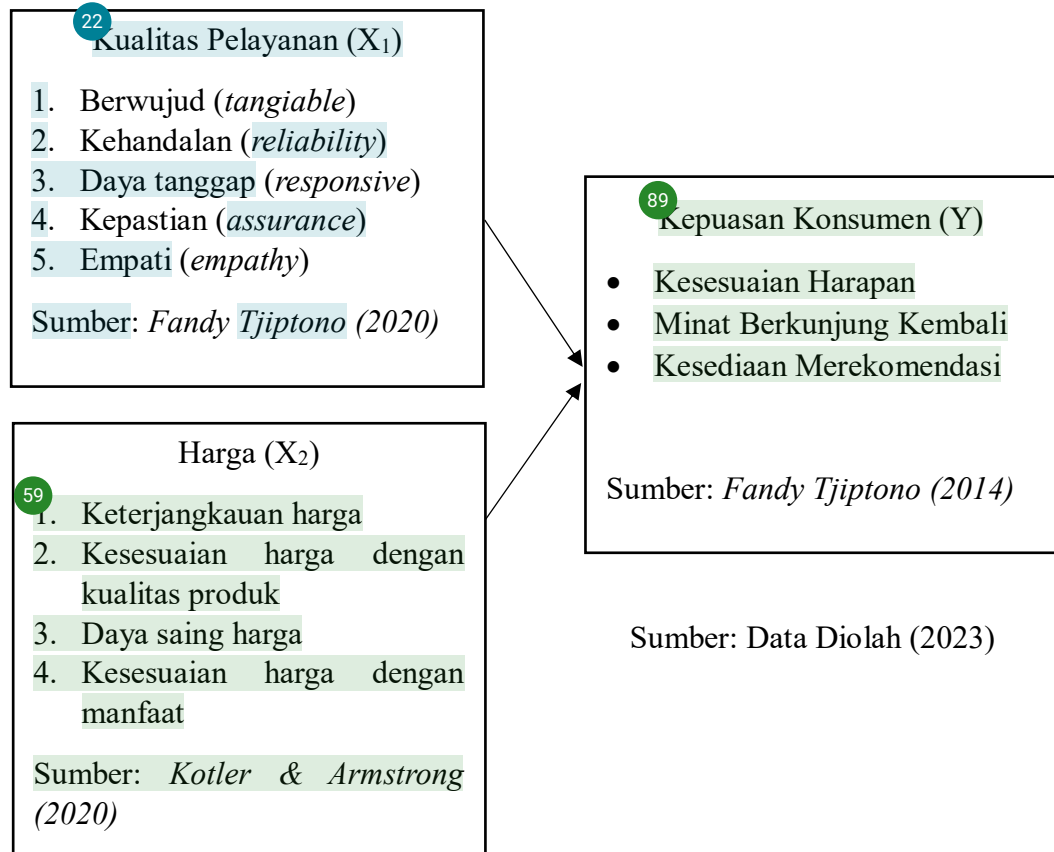
No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Fokus Penelitian
4	Joanita Pi, Nova Ch. Mamuaya, Stefani Angmalisang (2022). Universitas Negeri Manado	Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Janji Jiwa Jilid 667 Tomohon	Kualitas pelayanan dan persepsi harga berpengaruh parsial terhadap kepuasan konsumen, namun lokasi tidak berpengaruh parsial pada kepuasan konsumen.	Jumlah variabel bebas berbeda, tetapi sama-sama meneliti kualitas pelayanan dan harga, serta kepuasan konsumen. Teknik sampling menggunakan <i>purposive sampling</i> .
5	Endang Sutrisna & Haifa Heryani Putri (2023). Universitas Riau	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Mona Plaza Pekanbaru	Kualitas pelayanan dan penetapan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen secara bersama-sama.	Jenis dan jumlah variabel yang diteliti sama, tetapi objek penelitiannya berbeda. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif dan kuantitatif dan teknik sampling yang digunakan <i>accidental sampling</i> .

31
Sumber: Data Diolah Peneliti (2023)

2.5. Kerangka Berpikir

84
Sugiyono (2017) mengemukakan bahwa kerangka berpikir adalah model konseptual yang menggambarkan bagaimana berbagai tingkat teori dihubungkan dengan permasalahan yang berbeda. Kerangka berpikir juga merupakan cara berpikir untuk menjawab suatu permasalahan, dan merupakan penjelasan konseptual sementara mengenai keterkaitan objek-objek permasalahan. Kerangka berpikir penelitian ini adalah sebagai berikut.

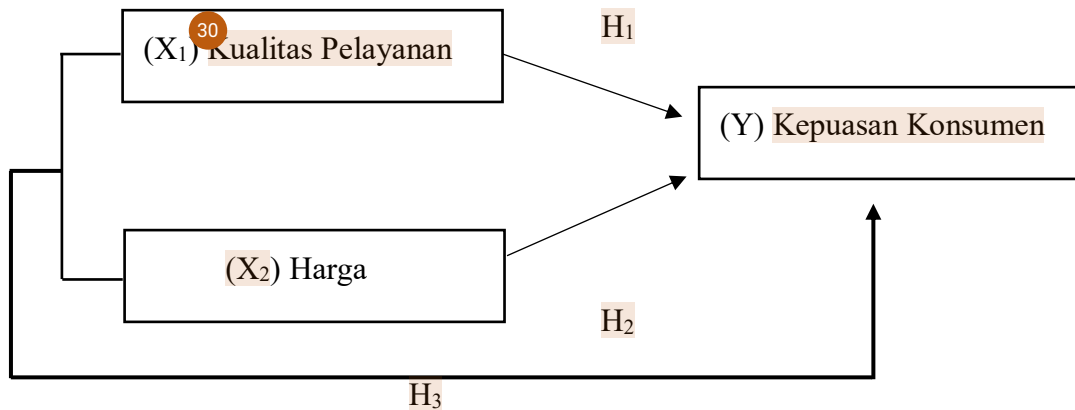
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir



2.6. ³²Hipotesis

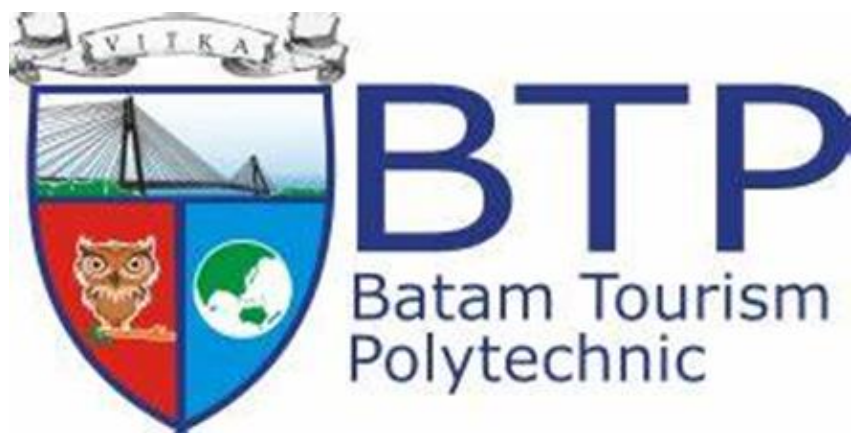
Menurut Sugiyono (2014), hipotesis merupakan tanggapan sementara terhadap suatu rumusan penelitian, dan rumusan penelitian tersebut dinyatakan dalam bentuk pernyataan deklaratif. Hipotesis dalam hal ini berarti suatu anggapan sementara yang belum diketahui kebenarannya, sehingga dapat dianggap atau dianggap sebagai suatu kesimpulan sementara, namun evaluasi ¹⁶atau penerimaan hipotesis tergantung pada hasil kajian terhadap faktor-faktor tersebut untuk kemudian diambil suatu kesimpulan. Merujuk pada ¹landasan teori dan kerangka berpikir yang telah dipaparkan, maka ditetapkan hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut.

Gambar 2. 2 Hipotesis Penelitian



Keterangan:

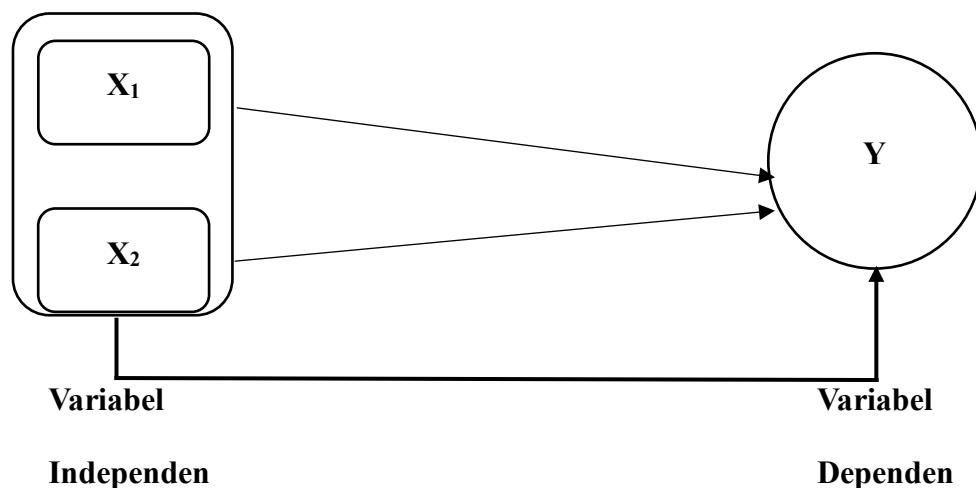
- H₁: H₀₁:diduga Kualitas pelayanan (X₁) tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Jiwa Toast SP Batuaji Batam (Y)
H_{a1}:diduga Kualitas pelayanan (X₁) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Jiwa Toast SP Batuaji Batam (Y)
- H₂: H₀₂:diduga Harga (X₂) tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Jiwa Toast SP Batuaji Batam (Y)
H_{a2}:diduga Harga (X₂) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Jiwa Toast SP Batuaji Batam (Y)
- H₃: H₀₃:diduga kualitas pelayanan (X₁) dan harga (X₂) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y)
H_{a3}:diduga kualitas pelayanan (X₁) dan harga (X₂) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y)



BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan kerangka pengumpulan dan analisis data yang bertujuan untuk menjawab tujuan penelitian. Desain penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode pendekatan kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2019) adalah bentuk penelitian terstruktur yang melibatkan kuantifikasi data untuk memungkinkan generalisasi yang berdasarkan pada sumber fakta atau benar terjadi, yang mana menggunakan data yang berbentuk numerik atau angka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (bebas) yaitu kualitas pelayanan dan penetapan harga terhadap variabel dependen (terikat) yaitu kepuasan konsumen.



Gambar 3. 1 Hubungan antar Variabel Penelitian

Sumber: Data Diolah (2023)

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Menurut Suharsimi Arikunto (2016), populasi mencakup semua subjek yang diteliti dan mengacu pada individu yang memiliki karakteristik serupa, meskipun tingkat kesamaannya mungkin rendah yang mana semua individu yang akan menjadi objek penelitian. Sedangkan menurut Sugiyono (2017), populasi adalah suatu generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari, yang kemudian digunakan untuk mengambil kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah berkunjung ke Janji Jiwa Toast SP Batuaji Batam dan telah melakukan pembelian dalam kurun waktu 6 bulan.

3.2.2. Sampel

Suharsimi Arikunto (2016) mengemukakan bahwa sampel merupakan sebagian atau representasi dari populasi yang sedang diteliti. Sedangkan Sugiyono (2017) berpendapat bahwa sampel merupakan himpunan dari populasi yang memiliki sejumlah karakteristik yang sama dengan populasi tersebut. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik penentuan sampling *Non-Probability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak menggunakan kaidah-kaidah probabilitas. Teknik ini tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik pengambilan sampling dilakukan dengan *Purposive Sampling*. Menurut Sugiyono (2017), *purposive*

sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Dalam metode pengambilan sampel ini berfokus pada ciri-ciri khusus individu yang dapat memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Teknik sampling ini dilakukan untuk mewakili responden yang dibutuhkan untuk dianalisis dan jenis teknik sampling ini telah dilakukan oleh peneliti terdahulu. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan kepada konsumen Janji Jiwa Toast SP Batuaji Batam dan telah melakukan pembelian minimal 1 kali atau lebih. Jumlah sampel yang diambil adalah 110 responden.

3.3. Operasional dan Variabel

3.3.1. Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel adalah proses menjelaskan secara rinci suatu variabel menjadi indikator-indikator yang konkret. Operasionalisasi variabel ini dilakukan pada variabel yang telah dipilih dan akan digunakan dalam penelitian, sehingga memudahkan pengukuran.

Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Skala	No. Item
VARIABEL BEBAS: Kualitas Pelayanan Sumber: (Fandy Tjiptono, 2020)	- Berwujud/bukti fisik (<i>tangible</i>) - Kehandalan (<i>reliability</i>) - Daya tanggap (<i>responsive</i>) - Kepastian/jaminan (<i>assurance</i>) - Empati (<i>empathy</i>)	Likert	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9
VARIABEL BEBAS: Harga Sumber: (Kotler & Armstrong, 2020)	- Keterjangkauan harga - Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Likert	10, 11, 12, 13, 14, 15

Variabel	Indikator	Skala	No. Item
VARIABEL TERIKAT <i>Kepuasan Konsumen</i> Sumber: (Fandy Tjiptono, 2014)	39. Kesesuaian harga dengan manfaat	Likert	16, 17, 18, 19, 20, 21
	85. Daya saing harga		
	1. Kesesuaian harapan		
	2. Minat berkunjung kembali		
	3. Kesiediaan merekomendasi		

Sumber: Data Diolah (2023)

3.3.2. Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*. Menurut Sugiyono (2019), skala *Likert* merupakan instrumen yang mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial. Skala *Likert* menggunakan indikator variabel untuk mengukur variabel, yang kemudian digunakan sebagai pernyataan atau pertanyaan untuk menentukan unsur-unsur suatu produk. Dalam konteks penelitian, fenomena sosial tersebut ditentukan secara khusus oleh peneliti dan diidentifikasi sebagai variabel penelitian. Penelitian ini menggunakan kuesioner langsung berskala tertutup dan bertingkat dengan jawaban yang sudah tersedia sehingga responden dapat memilih secara langsung.

Tanggapan yang diberikan pada setiap instrument yang menggunakan skala *Likert* memiliki rentang dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju. Responden akan mendeskripsikan pernyataan tersebut, menunjukkan persetujuan terhadap pernyataan tersebut (afirmatif), atau menunjukkan ketidaksetujuan terhadap pernyataan tersebut (negatif) agar setiap pilihan jawaban dapat dinilai. Skor yang diberikan untuk setiap pernyataan tertutup dapat dilihat pada tabel 3.2 berikut ini.

Tabel 3.2 Kategori Pemberian Skor pada Tiap Item untuk Pernyataan Tertutup

Alternatif Jawaban	Skor
54 Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2019)

3.3.3. Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kuantitatif. Angka yang diperoleh melalui penggunaan pertanyaan/ pernyataan terstruktur digunakan untuk mengumpulkan data kuantitatif (Sekaran & Bougie, 2016). 13 Sumber data penelitian ini adalah primer dan sekunder. Menurut Sekaran & Bougie (2016), 99 data primer merupakan data yang diperoleh dari metode wawancara, observasi, dan kuesioner. 8 Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data observasi lapangan, wawancara yang dilakukan dengan staf dan hasil 76 penyebaran kuesioner yang dibagikan kepada konsumen Janji Jiwa Toast SP Batuaji Batam. 117 Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui situs internet, web, dan publikasi pemerintah (Sekaran & Bougie, 2016). Data sekunder dalam penelitian ini adalah informasi dalam kedai kopi tersebut, situs web, dan internet.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut.

3.4.1. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017), kuesioner adalah metode pengumpulan data yang menyajikan kepada responden serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis. Teknik kuesioner menjadi efisien ketika peneliti memiliki pemahaman yang jelas tentang variabel yang akan diukur dan memiliki ekspektasi yang jelas terkait dengan tanggapan yang diharapkan dari responden. Untuk memperoleh data, peneliti menyebarkan kuesioner kepada konsumen Janji Jiwa Toast SP Batuaji Batam.

3.4.2. Wawancara

Menurut Sugiyono (2017), wawancara digunakan sebagai metode pengumpulan data ketika dilakukan studi awal untuk mengidentifikasi masalah yang perlu diteliti dan jika peneliti ingin mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang pendapat responden, terutama jika jumlah respondennya terbatas. Teknik pengumpulan data berbentuk wawancara ini digunakan oleh peneliti untuk menggali informasi yang diperlukan dalam penelitian ini dengan cara tanya jawab antara peneliti dan pihak informan (Leader Janji Jiwa Toast SP Batuaji Batam) terkait masalah yang diteliti. Tahapan pengumpulan data ini dilakukan dengan wawancara langsung dengan para staf Janji Jiwa Toast SP Batuaji Batam untuk dapat bertukar informasi mengenai permasalahan yang terjadi, mengumpulkan data-data dan membahas indikator-indikator kepuasan konsumen.

3.4.3. Observasi

Observasi merupakan suatu metode pengumpulan data dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis permasalahan yang sedang diteliti.

Dalam hal ini, observasi dilakukan untuk memperoleh informasi tentang pengamatan aktivitas dan pola konsumen Janji Jiwa SP Toast Batuaji Batam, evaluasi kualitas pelayanan, dan analisis kinerja produk seperti kualitas kopi dan *toast*, rasa makanan, variasi menu dan harga. Prosedur perencanaan observasi melibatkan penentuan topik pengamatan, pencatatan informasi penting, dan pengidentifikasian data yang akan diperlukan. Peneliti melakukan *pra-survey* guna mengamati fenomena-fenomena dan masalah yang terjadi di Janji Jiwa Toast SP Batuaji Batam.

3.4.4. Dokumen

Menurut Sukmadinata (2013), pengumpulan data dengan teknik dokumen melibatkan pengumpulan dan analisis berbagai jenis dokumen, seperti lampiran-lampiran yang mencakup teks, gambar, ilustrasi, dan informasi-informasi lain yang dapat dijadikan sebagai data dalam proses penelitian (Puslitabmas, 2022). Ini juga termasuk sumber-sumber penelitian seperti buku, jurnal ilmiah baik yang bersifat internasional maupun nasional, serta sumber-sumber lain yang mendukung pembuatan instrumen penelitian.

3.5. ⁵ Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2019), analisis data adalah proses mencari dan mengorganisasikan data yang dikumpulkan melalui wawancara, catatan lapangan, dan sumber lainnya sehingga data-data tersebut dapat dengan mudah dipahami dan diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisir data dan menjabarkannya ke dalam unit-unit, mensintesis, menyusun pola-pola, menentukan mana yang penting dan

yang akan dipelajari serta mencapai temuan yang dapat dibagikan kepada orang lain. Metode ini digunakan untuk menghasilkan analisis data kuantitatif dari penyebaran kuesioner. Dalam penelitian ini, analisis data dipadukan dengan alat analisis deskriptif kuantitatif, dimana data-data yang diperoleh dari kuesioner akan diuji dengan menggunakan IBM SPSS Statistics V19 sebagai *tool*.

3.5.1. Analisis Deskriptif

Pada penelitian ini, digunakan metode penelitian analisis deskriptif. Menurut Sugiyono (2014), penelitian yang menggunakan analisis deskriptif adalah jenis penelitian yang menggunakan temuan aktual dari analisis data untuk menggambarkan sifat-sifat data tanpa membuat generalisasi yang luas.

3.5.2. Uji Kesahihan Angket

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk mempertimbangkan apakah kuesioner layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

3.5.2.1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019), tujuan uji validitas adalah untuk menemukan persamaan atau perbedaan antara data yang dikumpulkan dengan data yang sebenarnya ada mengenai topik yang diteliti. Validitas instrumen penelitian dapat disimpulkan dari perbandingan antara r_{hitung} dan nilai r_{tabel} . Jika r_{hitung} melebihi nilai r_{tabel} , maka instrumen atau item pernyataan dianggap valid. Sebaliknya, jika r_{hitung} lebih rendah dari nilai r_{tabel} , maka instrumen atau item pernyataan dianggap tidak valid. Untuk menghitung nilai r_{tabel} , kita menggunakan rumus $df = (N-2)$ dengan tingkat signifikansi sebesar 5%. Uji

validitas akan dilakukan dengan perangkat lunak IBM SPSS versi 19, dengan tujuan memastikan validitas item pernyataan, sehingga pengujian ulang tidak diperlukan.

¹⁰⁸ 3.5.2.2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2019), uji reliabilitas adalah sejauh mana data yang diperoleh dari ¹⁰⁶ objek yang sama akan menghasilkan hasil pengukuran yang sama. Sebagai pengukur suatu variabel, ¹²¹ reliabilitas merupakan alat yang digunakan dalam pengembangan kuesioner. Ketika seorang responden memberikan jawaban ¹³ yang konsisten atau tetap dari waktu ke waktu pada suatu kuesioner, maka kuesioner tersebut dianggap reliabel. Reliabilitas adalah kemampuan untuk mengungkapkan informasi yang dapat dipercaya dan konsistensi dengan kenyataan yang sebenarnya dalam menanggapi pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono, 2019). Reliabilitas dalam konteks ini mencerminkan tingkat kepercayaan yang memadai terhadap instrumen sebagai alat pengumpulan data yang sudah teruji dengan baik. Dalam penelitian ini, ⁸⁸ uji reliabilitas dilakukan dengan *Cronbach's Alpha*.

Kualitas reliabilitas instrumen penelitian dapat dianggap memadai jika koefisien *Cronbach's Alpha* mencapai 0,60 atau lebih. Apabila standar pengujian terpenuhi, maka kuesioner ¹¹⁶ dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Pengujian reliabilitas ¹⁰² dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan dalam kuesioner dapat digunakan berulang kali dan reliabel atau tidak kuesioner tersebut secara keseluruhan.

3.5.3. Uji Asumsi Klasik

Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik untuk mengetahui apakah model dapat digunakan dalam penelitian. Uji asumsi klasik ini mencakup uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

3.5.3.1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018), tujuan uji normalitas adalah untuk memeriksa apakah variabel independen dan dependen dalam model regresi berdistribusi normal. Model regresi yang baik menunjukkan sebaran data normal atau mendekati normal, artinya tidak menunjukkan penyimpangan ke kiri atau ke kanan (kurva normal). Dalam model regresi linier, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai error yang berdistribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian normalitas data menggunakan *Test Normality Kolmogorov-Smirnov* dalam program SPSS. Jika $Sig > 0,05$ maka data variabel independen dan dependen tersebut berdistribusi normal, dan jika $Sig < 0,05$, maka data variabel independen & dependen tersebut tidak berdistribusi normal.

3.5.3.2. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018), tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians pada residu dari satu observasi ke observasi berikutnya dalam suatu model regresi. Heteroskedastisitas adalah suatu keadaan dimana terdapat perbedaan varians.

Salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan uji Gleser. Berdasarkan kriteria, heteroskedastisitas tidak terjadi jika nilai signifikansi lebih dari 0,05. Dalam pengujian ini menggunakan grafik

scatterplot, apabila terlihat jika titik-titik menyebar secara acak dan tidak terdapat pola maka tidak terjadi heterokedastitas.

3.5.3.3. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang signifikan antar variabel independen dalam suatu model regresi (Ghozali, 2018). Variabel-variabel independen dalam model regresi yang baik tidak saling berkorelasi. Besarnya koefisien korelasi (r) digunakan dalam teknik ini untuk mengukur pengaruh variabel X . Jika koefisien korelasi antara variabel X lebih besar dari 0,60, maka terjadi multikolinieritas, tetapi jika variabel independen kurang dari atau sama dengan 0,60, maka tidak terjadi multikolinieritas.

3.5.4. Uji Hipotesis

3.5.4.1. Uji Determinan (R^2)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independen (X_1 dan X_2) terhadap variabel dependen (Y). Dapat disimpulkan bahwa semakin mendekati nilai koefisien determinasi (R^2) ke 1 maka semakin besar pula kemampuan variabel terikat (Y) dalam menjelaskan variabel bebas (X_1 dan X_2). Hal ini menunjukkan bahwa model yang digunakan lebih mampu menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai R^2 mendekati nol maka dapat diartikan bahwa pengaruh variabel bebas (X_1 dan X_2) terhadap variabel terikat (Y) semakin berkurang. Hal ini mengindikasikan bahwa model yang digunakan kurang mampu

menjelaskan pengaruh dari variabel bebas yang sedang diteliti terhadap variabel terikat.

3.5.4.2. Uji Parsial (Uji-t)

Menurut Ghazali (2018), uji t pada dasarnya mengukur sejauh mana variabel independen secara individual mempengaruhi variasi variabel dependen dengan cara membandingkan uji t_{tabel} dengan t_{hitung} atau tidak lebih dari X nilai signifikan 0,05. Proses pengujian uji t dapat dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS.

3.5.4.3. Uji Serempak (Uji F)

Menurut Sugiyono (2019), uji F digunakan untuk menentukan tingkat signifikansi dari pengaruh bersama-sama variabel independen (kualitas pelayanan dan harga) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen). Uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara layak atau tidak. Jika nilai signifikan $F > \alpha = 0,05$ model regresi yang digunakan pada penelitian ditolak atau tidak layak sehingga tidak dapat dipergunakan pada analisis berikutnya. Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ model regresi yang digunakan pada penelitian diterima atau layak sehingga dapat dipergunakan pada analisis berikutnya.

3.5.5. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ghazali (2018), analisis regresi linear berganda ini dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen di Janji Jiwa Toast SP Batuaji Batam. Pengujian model pengukuran dengan uji validitas dan reliabilitas sangat

penting dilakukan sebelum menguji dan mengevaluasi model struktur penelitian.

17 3.6. Lokasi dan Waktu Penelitian

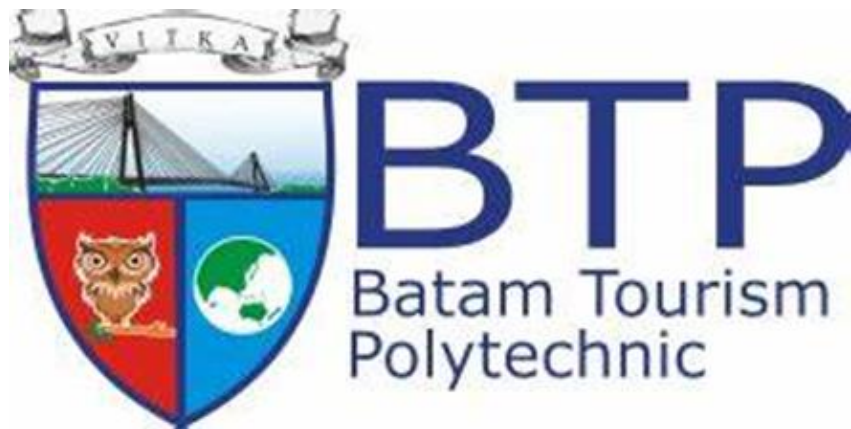
3.6.1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Janji Jiwa Toast SP Batuaji, Komplek Pertokoan Sentosa Perdana (SP), Blok Eboni no. 3, Batuaji, Sungai Langkai, Kecamatan Sagulung, 87 Kota Batam, Kepulauan Riau.

3.6.2. Waktu Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini akan dilakukan dalam waktu lima bulan, dimulai bulan Agustus 2023 sampai Desember 2023. Adapun jadwal penelitian adalah sebagai berikut.

No	Kegiatan	Agustus				September				Oktober				November				Desember			
		36 Minggu	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
1	Pengajuan Judul																				
2	Penyusunan Proposal																				
3	Observasi Lapangan																				
4	Pengumpulan Data																				
5	Penyebaran Kuesioner																				



BAB IV PEMBAHASAN

38 4.1. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil survei mengenai kepuasan terhadap kualitas pelayanan dan harga, kuesioner menggunakan kertas tertulis secara langsung dan Google Form dibagikan kepada 110 responden dan diperoleh hasil. Data ini merupakan hasil jawaban responden terhadap pernyataan terkait kuesioner. Pembahasan analisis hasil penelitian ini meliputi uji validitas dan reliabilitas, profil responden, analisis deskriptif variabel penelitian, pengujian hipotesis klasik, analisis regresi linier berganda, dan hipotesis dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS V19.

1 4.1.1. Identifikasi Responden

Dalam penelitian ini, yang menjadi sampel atau responden adalah konsumen Janji Jiwa Toast SP Batuaji Batam yang telah melakukan pembelian minimal satu kali. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 110 responden yang berkunjung ke Janji Jiwa Toast SP Batuaji Batam dengan identifikasi sebagai berikut.

a. Usia

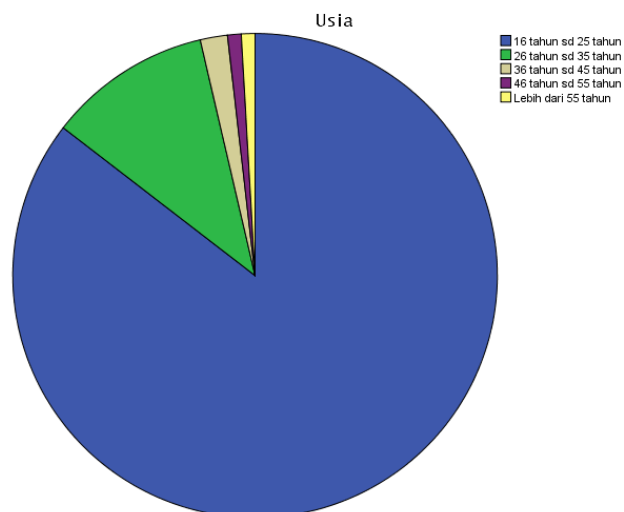
Untuk mengetahui hasil yang diperoleh, terdapat lima kriteria berdasarkan usia dari responden, yaitu 16 sampai 25 tahun, 26 sampai 35 tahun, 36 sampai 45 tahun, orang yang berumur 46 sampai 55 tahun, dan 55 tahun ke atas. Oleh karena itu, hasil berdasarkan umur responden disajikan pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 16 tahun sd 25 tahun	94	85.5	85.5	85.5
26 tahun sd 35 tahun	12	10.9	10.9	96.4
36 tahun sd 45 tahun	2	1.8	1.8	98.2
46 tahun sd 55 tahun	1	.9	.9	99.1
Lebih dari 55 tahun	1	.9	.9	100.0
Total	110	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah (2023)

Gambar 4.1 Chart Usia Responden



Sumber: Data diolah (2023)

Dari hasil olah data yang dilakukan, bisa dilihat pada tabel 4.1 bahwa dari 110 responden sebanyak 94 orang (85,5%) memiliki usia 16-25 tahun, 12 orang (10,9%) memiliki usia 26-35 tahun, dan 4 orang (3,6%) berusia lebih dari 35 tahun. Hasil tersebut menunjukkan bahwa konsumen Janji Jiwa Toast SP Batuaji yang paling mendominasi adalah kaum muda yang memiliki rentang usia 16-25 tahun sebanyak 94 orang.

b. Pendidikan Terakhir

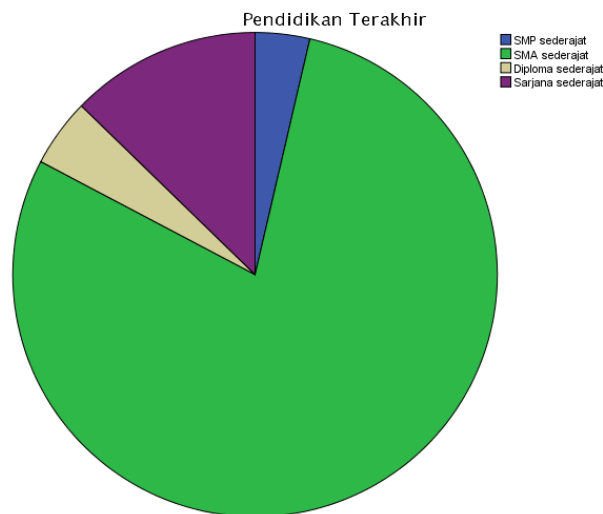
Pengelompokkan hasil responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir dibagi menjadi empat kategori pendidikan yaitu SMP sederajat, SMA sederajat, Diploma sederajat, dan Sarjana sederajat. Berikut hasil dari pendidikan terakhir responden.

Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP sederajat	4	3.6	3.6	3.6
	SMA sederajat	87	79.1	79.1	82.7
	Diploma sederajat	5	4.5	4.5	87.3
	Sarjana sederajat	14	12.7	12.7	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah (2023)

Gambar 4.2 Chart Pendidikan Terakhir Responden



Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui bahwa pada pendidikan terakhir responden sebanyak 4 orang (3,6%) berada di tingkat SMP, 87 orang (79,1%) berada di tingkat SMA, kemudian 5 orang (4,5%) di tingkat Diploma sederajat, dan 14 orang (12,7%) berada di tingkat Sarjana sederajat.

c. Pekerjaan

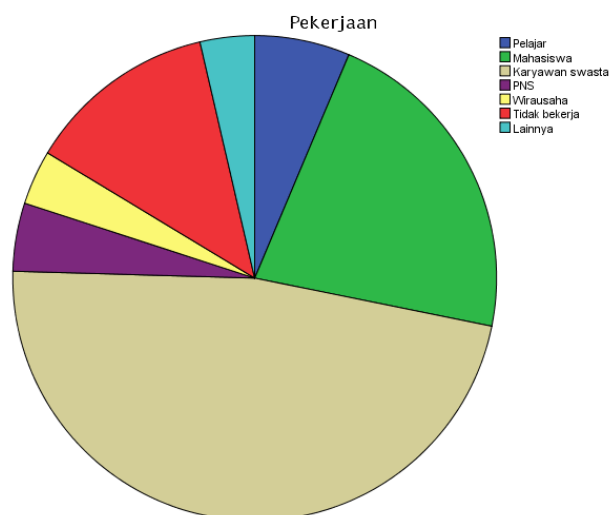
Untuk mengetahui hasil yang diperoleh, terdapat tujuh kategori berdasarkan pekerjaan responden, yaitu pelajar, mahasiswa, karyawan swasta, PNS, wirausaha, tidak punya pekerjaan dan jenis pekerjaan lainnya. Oleh karena itu, hasil berdasarkan pekerjaan responden disajikan pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pelajar	7	6.4	6.4	6.4
Mahasiswa	26	23.6	23.6	30.0
Karyawan swasta	51	46.4	46.4	76.4
PNS	5	4.5	4.5	80.9
Wirausaha	4	3.6	3.6	84.5
Tidak bekerja	13	11.8	11.8	96.4
Lainnya	4	3.6	3.6	100.0
Total	110	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah (2023)

Gambar 4.3 Chart Pekerjaan Responden



Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan pada tabel 4.3 diketahui bahwa 110 responden sebanyak 7 orang (6,4%) sebagai pelajar, 26 orang (23,6%) sebagai mahasiswa, 51 orang (46,4%) bekerja sebagai karyawan swasta, 5 orang (4,5%) bekerja sebagai PNS, kemudian 4 orang (3,6%) sebagai wirausaha, dan 13 orang (11,8%) tidak bekerja, serta 4 responden (3,6%) bekerja sebagai lainnya. Ini menunjukkan bahwa responden yang bekerja sebagai karyawan swasta mendominasi jumlah sampel konsumen Janji Jiwa SP Batuaji Batam.

d. Jenis Kelamin

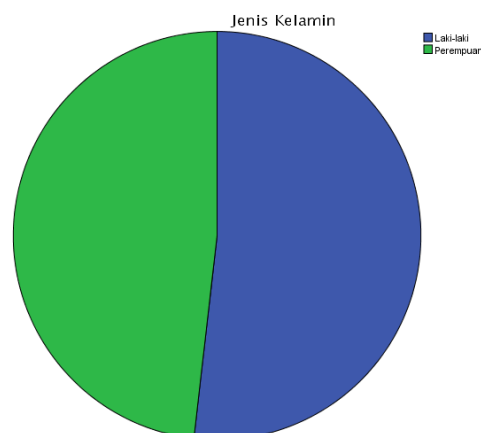
Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, terdiri atas dua kelompok, yaitu kelompok laki-laki dan perempuan. Hasil analisis data seperti ditunjukkan pada tabel 4.4 yaitu:

Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	57	51.8	51.8	51.8
Perempuan	53	48.2	48.2	100.0
Total	110	100.0	100.0	

Sumber: Data Diolah (2023)

Gambar 4.4 Chart Jenis Kelamin Responden



Sumber: Data Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.4 terlihat bahwa jumlah responden laki-laki pada penelitian ini sebanyak 57 orang atau 51,8% dan jumlah responden perempuan sebanyak 53 orang atau 48,2%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah laki-laki.

e. Jumlah kunjungan dalam 6 bulan terakhir

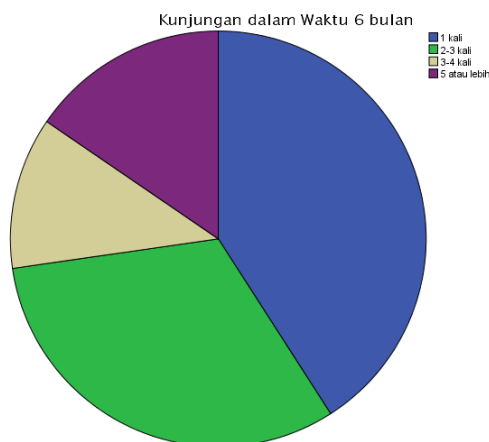
Hasil pengelompokan responden berdasarkan frekuensi kunjungannya dalam kurun waktu 6 bulan ada empat kategori, yaitu 1 kali, 2-3 kali, 3-4 kali, 5 kali atau lebih sehingga diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 4.5 Kunjungan dalam Waktu 6 bulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 kali	45	40.9	40.9	40.9
2-3 kali	35	31.8	31.8	72.7
3-4 kali	13	11.8	11.8	84.5
5 atau lebih	17	15.5	15.5	100.0
Total	110	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah (2023)

Gambar 4.5 Chart Kunjungan dalam 6 bulan Responden



Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.5, diketahui bahwa jumlah konsumen yang berkunjung 1 kali sebanyak 45 responden (40,9%), kunjungan 2-3 kali sebanyak 35 responden (31,8%), 3-4 kali sebanyak 13 responden (11,8%) dan 5 kali atau lebih sebanyak 17 orang responden (15,5%).

4.1.2. Deskripsi Data Variabel Penelitian

Adapun deskripsi data setiap variabel adalah sebagai berikut:

- a. Penyajian data jawaban responden berdasarkan variabel Kualitas Pelayanan yang merupakan variabel bebas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 4.6 Jawaban Responden Mengenai Kualitas Pelayanan (X₁)

No	Sangat Setuju (SS)		Setuju (S)		Netral (N)		Tidak Setuju (TS)		Sangat Tidak Setuju (STS)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	46	41,8	51	46,4	10	9,1	1	0,9	2	1,8	110	100
2	39	35,5	56	50,9	11	10	4	3,6	0	0	110	100
3	44	40	50	45,5	16	14,5	0	0	0	0	110	100
4	38	34,5	48	43,6	23	20,9	1	0,9	0	0	110	100
5	36	32,7	52	47,3	19	17,3	3	2,7	0	0	110	100
6	33	30	58	52,7	17	15,5	1	0,9	1	0,9	110	100
7	35	31,8	59	53,6	16	14,5	0	0	0	0	110	100
8	38	34,5	54	49,1	15	13,6	3	2,7	0	0	110	100
9	47	42,7	53	48,2	8	7,3	2	1,8	0	0	110	100

Sumber: Data Diolah (2023)

Dari tabel diatas, dapat dijelaskan beberapa pernyataan berikut:

- 1) Untuk item 1, sebanyak 46 orang (41,8%) menjawab sangat setuju, 51 orang (46,4%) menjawab setuju, 10 orang (9,1%) menjawab netral, 1 orang (0,9%) menjawab tidak setuju, dan 2 orang (1,8%) menjawab sangat tidak setuju.
- 2) Untuk item 2, sebanyak 39 orang (35,5%) menjawab sangat setuju, 56 orang (50,9%) menjawab setuju, 11 orang (10%) menjawab netral, dan 4 orang (3,6%) menjawab tidak setuju.

- 3) Untuk item 3, sebanyak 44 orang (40%) menjawab sangat setuju, 50 orang (45,5%) menjawab setuju, dan 16 orang (14,5%) menjawab netral.
- 4) Untuk item 4, sebanyak 38 orang (34,5%) menjawab sangat setuju, 48 orang (43,6%) menjawab setuju, 23 orang (20,9%) menjawab netral, dan 1 orang (0,9%) menjawab tidak setuju.
- 5) Untuk item 5, sebanyak 36 orang (32,7%) menjawab sangat setuju, 52 orang (47,3%) menjawab setuju, 19 orang (17,3%) menjawab netral, dan 3 orang (2,7%) menjawab tidak setuju.
- 6) Untuk item 6, sebanyak 33 orang (30%) menjawab sangat setuju, 58 orang (52,7%) menjawab setuju, 17 orang (15,5%) menjawab netral, 1 orang (0,9%) menjawab tidak setuju, dan 1 orang (0,9%) menjawab sangat tidak setuju.
- 7) Untuk item 7, sebanyak 35 orang (31,8%) menjawab sangat setuju, 59 orang (53,6%) menjawab setuju, dan 16 orang (14,5%) menjawab netral.
- 8) Untuk item 8, sebanyak 38 orang (34,5%) menjawab sangat setuju, 54 orang (49,1%) menjawab setuju, 15 orang (13,6%) menjawab netral, dan 3 orang (2,7%) menjawab tidak setuju.
- 9) Untuk item 9, sebanyak 47 orang (42,7%) menjawab sangat setuju, 53 orang (48,2%) menjawab setuju, 8 orang (7,3%) menjawab netral, dan 2 orang (1,8%) menjawab tidak setuju.
- b. Penyajian data jawaban responden berdasarkan variabel Harga yang merupakan variabel bebas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 4.7 Jawaban Responden Mengenai Harga (X₂)

No	Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Netral (N)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)	Jumlah

	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	40	36,4	51	46,4	17	15,5	1	0,9	1	0,9	110	100
2	40	36,4	56	50,9	12	10,9	1	0,9	1	0,9	110	100
3	31	28,2	51	46,4	24	21,8	3	2,7	1	0,9	110	100
4	29	26,4	51	46,4	29	26,4	1	0,9	0	0	110	100
5	35	31,8	47	42,7	27	24,5	1	0,9	0	0	110	100
6	40	36,4	54	49,1	13	11,8	3	2,7	0	0	110	100

Sumber: Data Diolah (2023)

Dari tabel diatas, dapat dijelaskan beberapa pernyataan berikut:

- 1) Untuk item 1, sebanyak 40 orang (36,4%) menjawab sangat setuju, 51 orang (46,4%) menjawab setuju, 17 orang (15,5%) menjawab netral, 1 orang (0,9%) menjawab tidak setuju, dan 1 orang (0,9%) menjawab sangat tidak setuju.
- 2) Untuk item 2, sebanyak 40 orang (36,4%) menjawab sangat setuju, 56 orang (50,9%) menjawab setuju, 12 orang (10,9%) menjawab netral, 1 orang (0,9%) menjawab tidak setuju, dan 1 orang (0,9%) menjawab sangat tidak setuju.
- 3) Untuk item 3, sebanyak 31 orang (28,2%) menjawab sangat setuju, 51 orang (46,4%) menjawab setuju, 24 orang (21,8%) menjawab netral, 3 orang (2,7%) menjawab tidak setuju, dan 1 orang (0,9%) menjawab sangat tidak setuju.
- 4) Untuk item 4, sebanyak 29 orang (26,4%) menjawab sangat setuju, 51 orang (46,4%) menjawab setuju, 29 orang (26,4%) menjawab netral, dan 1 orang (0,9%) menjawab tidak setuju.
- 5) Untuk item 5, sebanyak 35 orang (31,8%) menjawab sangat setuju, 47 orang (42,7%) menjawab setuju, 27 orang (24,5%) menjawab netral, dan 1 orang (0,9%) menjawab tidak setuju.
- 6) Untuk item 6, sebanyak 40 orang (36,4%) menjawab sangat setuju, 54 orang (49,1%) menjawab setuju, 13 orang (11,8%) menjawab netral, dan 3 orang (2,7%) menjawab tidak setuju.

- c. Penyajian data jawaban responden berdasarkan variabel Kepuasan Konsumen yang merupakan variabel terikat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 4.8 Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Konsumen (Y)

No	Sangat Setuju (SS)		Setuju (S)		Netral (N)		Tidak Setuju (TS)		Sangat Tidak Setuju (STS)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	40	36,4	57	51,8	11	10	2	1,8	0	0	110	100
2	36	32,7	40	36,4	24	21,8	10	9,1	0	0	110	100
3	38	34,5	57	51,8	13	11,8	2	1,8	0	0	110	100
4	30	27,3	50	45,5	26	23,6	4	3,6	0	0	110	100
5	36	32,7	41	37,3	30	27,3	2	1,8	1	0,9	110	100
6	42	38,2	53	48,2	12	10,9	2	1,8	1	0,9	110	100

Sumber: Data Diolah (2023)

Dari tabel diatas, dapat dijelaskan beberapa pernyataan berikut:

- 1) Untuk item 1, sebanyak 40 orang (36,4%) menjawab sangat setuju, 57 orang (51,8%) menjawab setuju, 11 orang (10%) menjawab netral, dan 2 orang (1,8%) menjawab tidak setuju.
- 2) Untuk item 2, sebanyak 36 orang (32,7%) menjawab sangat setuju, 40 orang (36,4%) menjawab setuju, 24 orang (21,8%) menjawab netral, dan 10 orang (9,1%) menjawab tidak setuju.
- 3) Untuk item 3, sebanyak 38 orang (34,5%) menjawab sangat setuju, 57 orang (51,8%) menjawab setuju, 13 orang (11,8%) menjawab netral, dan 2 orang (1,8%) menjawab tidak setuju.
- 4) Untuk item 4, sebanyak 30 orang (27,3%) menjawab sangat setuju, 50 orang (45,5%) menjawab setuju, 26 orang (23,6%) menjawab netral, dan 4 orang (3,6%) menjawab tidak setuju.

5) Untuk item 5, sebanyak 36 orang (32,7%) menjawab sangat setuju, 41 orang (37,3%) menjawab setuju, 30 orang (27,3%) menjawab netral, 2 orang (1,8%) menjawab tidak setuju, dan 1 orang (0,9%) menjawab sangat tidak setuju.

6) Untuk item 6, sebanyak 42 orang (38,2%) menjawab sangat setuju, 53 orang (48,2%) menjawab setuju, 12 orang (10,9%) menjawab netral, 2 orang (1,8%) menjawab tidak setuju, dan 1 orang (0,9%) menjawab sangat tidak setuju.

4.2. Analisis Data

4.2.1. Uji Kualitas Data

4.2.1.1. Uji Validitas Data

Untuk mengidentifikasi suatu variabel, pengujian validitas dilakukan untuk mengevaluasi setiap item kuesioner yang telah diisi mengenai kebenaran dan kelayakannya. Jumlah hasil korelasi antara skor kuesioner dengan skor keseluruhan responden terhadap informasi dalam kuesioner dapat digunakan sebagai alat ukur untuk menilai validitas suatu kuesioner atau survei. Skor total statistik untuk setiap item kuesioner pada output SPSS V19 merupakan ukuran validitas suatu pernyataan. Suatu butir angket dinyatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Nilai r_{tabel} dengan taraf signifikan $\alpha = 0,05$ dan $df = n - 2 = 110 - 2 = 108$ sebesar 0,1874. Hasil output SPSS yang diperoleh untuk uji validitas dari variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2), terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Jiwa Toast SP Batuaji Batam dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X₁)

No Item	r_{hitung} Corrected Item – Total Correlation	r_{tabel} (n=110, $\alpha = 0,05$)	Status
1	0,419	0,1874	Valid
2	0,624	0,1874	Valid
3	0,623	0,1874	Valid
4	0,659	0,1874	Valid
5	0,650	0,1874	Valid
6	0,575	0,1874	Valid
7	0,540	0,1874	Valid
8	0,607	0,1874	Valid
9	0,681	0,1874	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data Angket melalui SPSS V19

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X₂)

No Item	r_{hitung} Corrected Item – Total Correlation	r_{tabel} (n=110, $\alpha = 0,05$)	Status
1	0,708	0,1874	Valid
2	0,740	0,1874	Valid
3	0,680	0,1874	Valid
4	0,701	0,1874	Valid
5	0,618	0,1874	Valid
6	0,635	0,1874	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data Angket melalui SPSS V19

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No Item	r_{hitung} Corrected Item – Total Correlation	r_{tabel} (n=110, $\alpha = 0,05$)	Status
1	0,683	0,1874	Valid
2	0,671	0,1874	Valid
3	0,754	0,1874	Valid
4	0,716	0,1874	Valid
5	0,756	0,1874	Valid
6	0,719	0,1874	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data Angket melalui SPSS V19

Berdasarkan hasil analisis tersebut, maka dapat disimpulkan semua butir angket yang digunakan dalam variabel kualitas pelayanan (X₁), harga

(X₂), dan kepuasan konsumen (Y) pada Jiwa Toast SP Batuaji Batam dinyatakan valid.

4.2.1.2. Uji Reliabilitas

Pengujian konsistensi dan kestabilan responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan pertanyaan-pertanyaan yang disusun dalam kuesioner dilakukan melalui uji reliabilitas. Berdasarkan ketepatan dan kestabilan suatu instrumen pengukuran, hasil pengujian akan menunjukkan apakah suatu instrumen penelitian reliabel atau tidak. Kriteria yang digunakan untuk menilai apakah suatu instrumen penelitian reliabel atau tidak reliabel diantaranya adalah dengan melihat perbandingan pada tingkat kepercayaan 95% (signifikansi 5%) antara nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Jika pengujian dilakukan dengan metode *Cronbach's Alpha* maka r_{hitung} akan diwakili oleh nilai *Alpha* pada tabel berikut ini:

Tabel 4.12 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha

Nilai r	Tingkat Reliabilitas
0,0-0,20	Kurang Reliabel
0,20-0,40	Agak Reliabel
0,40-0,60	Cukup Reliabel
0,60-0,80	Reliabel
0,80-1,00	Sangat Reliabel

Adapun tingkat realibilitas pernyataan variabel kualitas pelayanan (X₁), variabel harga (X₂), serta variabel kepuasan konsumen (Y) pada Janji Jiwa Toast SP Batuaji Batam berdasarkan output SPSS versi 19 dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.13 Hasil Uji Realibilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X₁)

Cronbach's Alpha	N of Items
.865	9

Sumber: Hasil Olahan Data Angket melalui SPSS V19

Dari hasil output *reliability statistic* di atas diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,865 dengan jumlah pernyataan 9 item. Nilai r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%) dengan jumlah responden $N=110$ dan $df=N - 2 = 110 - 2 = 108$ adalah 0,1874. Dengan demikian, nilai *Cronbach's Alpha* $0,865 > 0,1874$,² sehingga dapat disimpulkan bahwa angket reliabel. Reliabilitas ini juga ditunjukkan dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,80-1,00 sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur penelitian sangat reliabel.

Tabel 4.14 Hasil Uji Realibilitas Variabel Harga (X₂)

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	6

Sumber: Hasil Olahan Data Angket melalui SPSS V19

Dari hasil output *reliability statistic* di atas diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,875 dengan jumlah pernyataan 6 item. Nilai r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%) dengan jumlah responden $N=110$ dan $df=N - 2 = 110 - 2 = 108$ adalah 0,1874. Dengan demikian, nilai *Cronbach's Alpha* $0,875 > 0,1874$,² sehingga dapat disimpulkan bahwa angket reliabel. Reliabilitas ini juga ditunjukkan dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,80-1,00 sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur penelitian sangat reliabel.

Tabel 4.15 Hasil Uji Realibilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Cronbach's Alpha	N of Items
.891	6

Sumber: Hasil Olahan Data Angket melalui SPSS V19

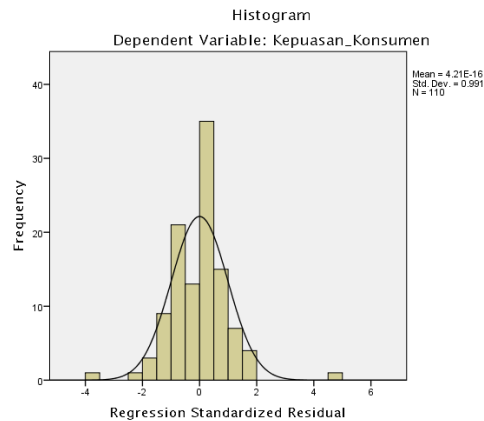
Dari hasil output *reliability statistic* di atas diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,891 dengan jumlah pernyataan 6 item. Nilai r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%) dengan jumlah responden $N=110$ dan $df=N - 2 = 110 - 2 = 108$ adalah 0,1874. Dengan demikian, nilai *Cronbach's Alpha* 0,891 > 0,1874, sehingga dapat disimpulkan bahwa angket reliabel. Reliabilitas ini juga ditunjukkan dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,80-1,00 sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur penelitian sangat reliabel.

25 4.2.2. Uji Asumsi Klasik

4.2.2.1. Uji Normalitas

Sebagai komponen pengujian analisis data, pengujian normalitas mengharuskan data penelitian diperiksa normalitas distribusinya sebelum melakukan analisis yang sesungguhnya. Model regresi dengan distribusi data normal atau hampir normal dianggap baik. Untuk memastikan apakah distribusi normal adalah tujuan normalitas data. Normalitas dapat dilihat dari normal p-plot dan grafik histogram. Apabila titik-titik data pada gambar tersebar mengikuti arah garis diagonal, maka data dikatakan terdistribusi secara normal. Selain itu, data dapat dianggap normal jika berbentuk kurva berbentuk lonceng yang sempurna dengan kemiringan yang cenderung sama di sisi kiri dan kanan.

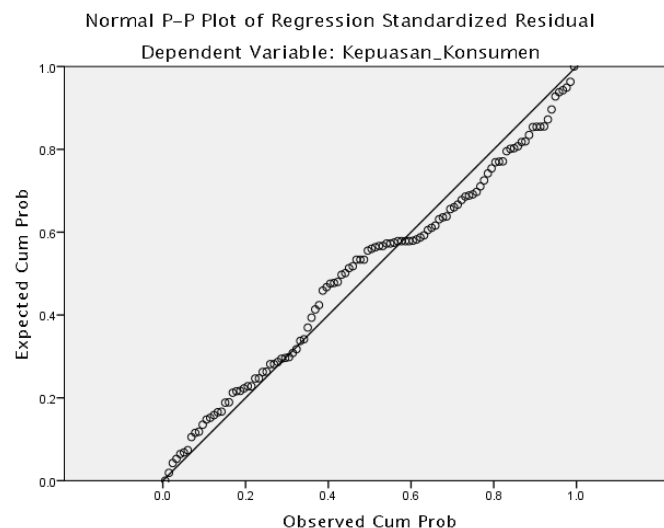
1 Gambar 4.6 Histogram Display Normal Curve Kepuasan Konsumen



Sumber: Hasil Penelitian yang Diolah oleh SPSS V19

Kurva kepuasan konsumen Jiwa Toast SP Batuaji Batam seperti tergambar pada histogram di atas menunjukkan gradien yang seimbang antara kiri dan kanan. Normalitas data juga dapat dilihat pada sisi output kurva normal P plot. Data suatu variabel dikatakan normal apabila gambaran sebaran titik-titik datanya mengikuti garis diagonal.

1 Gambar 4.7 Hasil Uji Normalitas



Sumber: Hasil Penelitian yang Diolah oleh SPSS V19

Secara dasarnya, normalitas dapat diidentifikasi dengan mengamati sebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Jika titik-titik pada diagonalnya berdekatan maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal. Jika titik-titik terletak saling berhadapan dan jauh dari diagonal, maka dapat diasumsikan bahwa data tidak mengikuti distribusi normal. Dari ilustrasi pada Gambar 4.7 terlihat titik-titik tersebar secara diagonal dan mengikuti arah garis. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi ini memenuhi asumsi normalitas karena data penelitian berdistribusi normal.

Cara lain pengujian normalitas dapat dilakukan dengan Uji Kolmogorov-Smirnov. Pedoman yang digunakan untuk melihat data normal adalah jika nilai $P\text{-value}$ pada kolom *Asimp.Sig (2-tailed)* $> \text{level of significant}$ ($\alpha = 0,05$) maka data berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai $P\text{-value}$ pada kolom *Asimp.Sig (2- tailed)* $< \text{level of significant}$ ($\alpha = 0,05$) berarti data tidak berdistribusi normal. Berikut ini adalah tabel hasil uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov- Smirnov.

Tabel 4.16 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test					
		Kualitas_Pelayanan	Harga	Kepuasan_Konsumen	Unstandardized Residual
N		110	110	110	110
Normal	Mean	37.65	24.58	24.51	.0000000
Parameters ^{a,b}	Std.	4.624	3.646	3.909	2.38749136
	Deviation				
Most	Absolute	.065	.101	.120	.077
Extreme	Positive	.058	.082	.080	.070
Differences	Negative	-.065	-.101	-.120	-.077
Kolmogorov-Smirnov Z		.685	1.059	1.257	.805
Asymp. Sig. (2-tailed)		.736	.212	.085	.535

1. a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil Penelitian yang Diolah oleh SPSS V19

1. Dari hasil output SPSS pada tabel 4.16 diatas terlihat bahwa *Asymp.Sig (2-tailed)* untuk variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,736. Dikarenakan *Asymp.Sig (2-tailed) > level of significant* ($\alpha = 0,05$) atau $0,736 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa data untuk variabel Kualitas Pelayanan adalah berdistribusi normal. Sedangkan nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* untuk variabel Harga sebesar 0,212. Disebabkan *Asymp.Sig (2-tailed) > level of significant* ($\alpha = 0,05$) atau $0,212 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data untuk variabel Harga adalah berdistribusi normal. Selanjutnya untuk variabel Kepuasan Konsumen nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah sebesar 0,085. Dikarenakan *Asymp.Sig (2-tailed) > level of significant* ($\alpha = 0,05$) atau $0,085 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data untuk variabel Kepuasan Konsumen adalah berdistribusi normal.

4.2.2.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolineritas bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan (korelasi) yang signifikan antar variabel bebas atau tidak. Uji multikolinearitas dengan SPSS ditunjukkan lewat tabel *Coefficient*, yaitu pada kolom *Tolerance* dan kolom VIF (*Variance Inflated Factors*). *Tolerance* adalah ukuran sejauh mana variabilitas suatu variabel independen tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Variabel bebas dikatakan tidak terjadi korelasi jika nilai *tolerance* lebih dari 10 persen ($tolerance > 0,01$) dan memiliki nilai VIF kurang dari 10 ($VIF < 10$). Cara yang biasa untuk mendeteksi adanya multukolinearitas adalah dengan melihat adanya R^2 yang tinggi dalam model tetapi tingkat signifikan yang sangat kecil dari hasil regresi tersebut dan cenderung banyak yang tidak signifikan.

Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance
1	(Constant)	.888	1.927		.461	.646	
	Kualitas_Pelayanan	.201	.069	.238	2.921	.004	.525
	Harga	.653	.087	.609	7.473	.000	.525

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber: Hasil Penelitian yang Diolah oleh SPSS V19

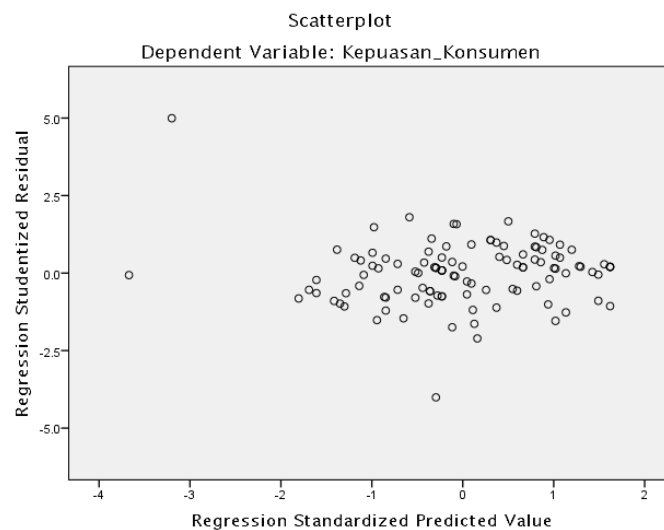
Berdasarkan tabel di atas nilai *tolerance* semua variabel bebas (Kualitas Pelayanan: 0,525, Harga: 0,525) lebih besar dari nilai batas yang ditentukan yaitu sebesar 0,01. Untuk nilai VIF terlihat bahwa semua variabel bebas memiliki nilai VIF yang kurang dari 10 (Kualitas Pelayanan: 1,904, Harga:

1,904). Maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala multikolinieritas antar variabel bebas dalam penelitian ini.

48 4.2.2.3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan keadaan di mana variasi dari kesalahan pengganggu tidak tetap atau konstan untuk seluruh nilai variabel bebas. Uji ini bertujuan untuk menilai apakah ada ketidakseragaman dalam varians residual antara satu observasi dan observasi lain dalam model regresi. Untuk mengidentifikasinya, bisa diperhatikan pada sebaran titik-titik di atas dan di bawah nilai 0 pada sumbu Y dalam grafik Scatterplot.

Gambar 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Dari Gambar 4.3 menunjukkan bahwa sebaran data residual tidak membentuk pola tertentu dan menyebar di bawah dan atas angka nol pada sumbu Y. Oleh karena itu, model tersebut tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas.

4.2.3. Uji Statistik

1 4.2.3.1. Uji t (Uji Parsial)

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas atau Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) secara parsial ataupun individual berpengaruh

signifikan terhadap variabel terikat atau Kepuasan Konsumen (Y). Dalam menentukan derajat bebas dapat digunakan rumus $t_{\text{tabel}} = t_{\left(\frac{\alpha}{2}; n - k - 1\right)} = t$

$$(0,025; 110 - 2 - 1) = t(0,025; 107) = 1,98238.$$

Pengambilan keputusan jika:

1. Nilai sig < 0,05, atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.
2. Nilai sig > 0,05, atau $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Tabel 4. 18 Hasil uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.888	1.927		.461	.646
Kualitas_Pelayanan	.201	.069	.238	2.921	.004
Harga	.653	.087	.609	7.473	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber: Hasil Penelitian yang Diolah oleh SPSS V19

Pengaruh dari masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Hipotesis:

H₀₁: diduga kualitas pelayanan (X₁) tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Jiwa Toast SP Batuaji Batam (Y)

H_{a1}: diduga kualitas pelayanan (X₁) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Jiwa Toast SP Batuaji Batam (Y)

Hasil uji t pada variabel kualitas pelayanan atau X₁ diperoleh probabilitas Sig sebesar 0,004. Nilai Sig < 0,05 (0,004 < 0,05), maka keputusannya adalah H₀₁

ditolak dan H_{a1} diterima, artinya signifikan yang berarti secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sementara itu variabel Kualitas Pelayanan atau X_1 mempunyai t_{hitung} sebesar 2,921 dengan $t_{tabel} = 1,98238$. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 memiliki kontribusi terhadap variabel Y .

b) Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Hipotesis:

H_{02} : diduga harga (X_2) tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Jiwa Toast SP Batuaji Batam (Y)

H_{a2} : diduga harga (X_2) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Jiwa Toast SP Batuaji Batam (Y)

Hasil uji t pada variabel Harga atau X_2 diperoleh probabilitas Sig sebesar 0,000. Nilai Sig < 0,05 (0,000 < 0,05), maka keputusannya adalah H_{02} ditolak H_{a2} diterima, artinya signifikan yang berarti secara parsial Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Sementara itu variabel Harga atau X_2 mempunyai t_{hitung} yakni 7,743 dengan $t_{tabel} = 1,98238$. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa variabel X_2 memiliki kontribusi terhadap Y .

4.2.3.2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan atau keseluruhan. Dalam menentukan derajat bebas dapat digunakan rumus $t_{tabel} = F(k; n - k) = F(2; 110 - 2) = F(2; 108) = 3,08$.

Adapun hipotesisnya adalah sebagai berikut:

Hipotesis:

H₀₃: diduga kualitas pelayanan dan harga secara simultan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Jiwa Toast SP Batuaji Batam.

H_{a3}: diduga kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Jiwa Toast SP Batuaji Batam.

¹ Pengambilan keputusan jika:

1) $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H₀ ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan. Dengan taraf signifikan (α) = 0,05 atau 5%.

2) $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_a ditolak dan H₀ diterima, artinya tidak signifikan. Dengan taraf signifikansi (α) = 0,05 atau 5%.

Kaidah pengujian signifikansi dengan program SPSS:

1) Jika $0,05 \geq \text{Sig}$, maka H₀ ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan.

2) Jika $0,05 \leq \text{Sig}$, maka H₀ diterima dan H_a ditolak, artinya tidak signifikan.

Tabel 4.19 Hasil Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1044.178	2	522.089	89.912	.000 ^a
	Residual	621.313	107	5.807		
	Total	1665.491	109			

³ a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas_Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber: Hasil Penelitian yang Diolah SPSS V19

Dari tabel Anova diperoleh nilai probabilitas (Sig) sebesar 0,000.

Karena nilai $\text{Sig} < 0,05$ ($0,000 < 0,05$), maka keputusannya adalah H₀ ditolak dan H_a diterima. Kesimpulan yang diperoleh yaitu signifikan artinya bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Jiwa Toast SP

Batuaji Batam. Selanjutnya, membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} . Pada tabel Anova dapat dilihat bahwa F_{hitung} adalah 89,912, sehingga dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($89,912 > 3,08$), artinya Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Jiwa Toast SP Batuaji Batam.

4.2.3.5. Uji Determinasi

Uji koefisien determinasi atau R^2 bertujuan untuk mengukur sejauh mana variabel independen atau bebas (kualitas pelayanan dan harga) dapat menjelaskan variabel dependen atau terikat (kepuasan konsumen). Tujuan utama uji ini adalah untuk mengidentifikasi seberapa besar persentase variasi dalam variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variasi dalam variabel bebas tersebut.

Tabel 4. 20 Hasil Uji R^2

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.792 ^a	.627	.620	2.410

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas_Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber: Hasil Penelitian yang Diolah SPSS V19

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,627 atau 62,7%. Besarnya nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) mampu menjelaskan variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 62,7%, sedangkan sisanya sebesar 37,3%

dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

12 4.2.4. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.21 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	.888	1.927		.461
	Kualitas_Pelayanan	.201	.069	.238	2.921
	Harga	.653	.087	.609	7.473

1 a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Berdasarkan tabel di atas, jika dilihat dari hasil tabel koefisien pada kolom *unstandardized* pada kolom B, maka akan ditemukan nilai koefisien regresinya. Subkolom ini terdapat nilai *constant* (konstanta) sebesar 0,888, sedangkan nilai koefisien regresi untuk Kualitas Pelayanan (X_1) = 0,201, Harga (X_2) = 0,653. Berdasarkan hasil tersebut, penelitian ini merumuskan model regresi berganda dan menginterpretasikan pengertian model regresi tersebut. Model persamaan regresinya adalah:

$$Y = a + bX_1 + bX_2$$

$$Y = 0,888 + 0,201X_1 + 0,653X_2$$

11 Interpretasi model persamaan regresi di atas adalah sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 0,888 menunjukkan bahwa ketika kualitas pelayanan dan harga diabaikan atau sama dengan nol maka kepuasan konsumen sebesar 0,888.
2. Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,201. Peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,201 poin dapat dicapai untuk setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1 poin. Sebaliknya jika kualitas pelayanan menurun sebesar 1 poin maka kepuasan konsumen menurun sebesar 0,201.
3. Koefisien regresi harga sebesar 0,653. Peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,653 poin dapat dicapai untuk setiap peningkatan harga sebesar 1 poin. Sebaliknya jika harga menurun sebesar 1 poin maka kepuasan konsumen menurun sebesar 0,653.

4.3. Pembahasan Penelitian

Berdasarkan hasil uji regresi berganda diketahui variabel kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama atau simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Jiwa Toast SP Batuaji Batam. Pengaruh simultan ini dapat dilihat dengan melihat hasil uji F. Caranya adalah dengan membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel} . Rumus menentukan nilai derajat bebas pada $F_{tabel} = F_{(k; n - k)}$, dimana k adalah jumlah variabel bebas (X) dan n adalah jumlah sampel, sehingga dengan melihat nilai pada F_{tabel} dengan $df1 = 2$ dan $df2 = 108$ diperoleh nilai F_{tabel} dari tabel di atas diketahui bahwa F_{hitung} sebesar 89,912. Kemudian dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($89,912 > 3,08$), artinya Kualitas Pelayanan dan Harga secara

bersama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Jiwa Toast SP Batuaji Batam.

1 Sedangkan untuk hasil uji koefisien determinan (R^2) diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,627 atau 62,7%. Besarnya nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) mampu menjelaskan variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 62,7%, sedangkan sisanya sebesar 37,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Nilai yang cukup tinggi ini menunjukkan bahwa faktor lain yang tidak dimasukkan menjadi variabel dalam penelitian ini memiliki kemampuan yang lebih kecil dalam menjelaskan Kepuasan Konsumen pada Jiwa Toast SP Batuaji Batam.

1 4.3.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen yang berkunjung ke Jiwa Toast SP Batuaji Batam. 1 Kualitas pelayanan yang diberikan oleh kafe tersebut memberikan kesan yang memengaruhi keputusan konsumen untuk datang untuk melakukan kunjungan kembali. 1 Perusahaan yang memprioritaskan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak positif terhadap kepuasan konsumen. Pengujian Hipotesis 1 mengenai pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menunjukkan bahwa pengaruh variabel tersebut 47 kurang dari 0,05 dan mempunyai pengaruh signifikan sebesar 0,004. 3 Hasil uji t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,921. Hal

ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan menjadi faktor yang perlu diperhatikan guna meningkatkan kepuasan konsumen.

³³ Kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang dipertimbangkan konsumen ketika mengevaluasi pelayanan yang diberikan. ³⁴ Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan membandingkan persepsi konsumen terhadap pelayanan yang sebenarnya diberikan. ⁴⁹ Kualitas pelayanan menjadi prioritas utama yang diperhatikan perusahaan dan melibatkan seluruh sumber daya perusahaan. Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi permintaan konsumen. ¹ Perusahaan yang menjamin kualitas pelayanan yang unggul akan berdampak positif terhadap kepuasan konsumen dan pada akhirnya keberhasilan perusahaan itu sendiri.

Kualitas pelayanan diperlukan berdasarkan persepsi masyarakat (konsumen) yang menjadi pemahaman tentang jasa yang diberikan. Konsumen yang mengonsumsi dan merasakan pelayanan ¹¹⁰ yang diberikan oleh perusahaan akan memberikan penilaian tentang kualitas pelayanan tersebut. Apabila pelayanan yang diterima dan diharapkan sesuai ⁸ maka kualitas pelayanan akan dipersepsikan baik dan memuaskan. Namun apabila pelayanan yang diterima tidak sebaik yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan rendah. Dalam hal ini, kualitas pelayanan ³⁴ tergantung pada kemampuan pemberi layanan untuk secara konsisten memenuhi harapan masyarakat (penerima layanan).

4.3.2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh harga secara parsial yang positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen yang berkunjung ke Jiwa Toast SP Batuaji Batam. Harga yang ditetapkan oleh Jiwa Toast SP Batuaji Batam sesuai dengan preferensi konsumen, harga dan kualitas sesuai dengan yang didapatkan konsumen, sehingga memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan konsumen. Harga berperan sebagai penanda kualitas produk, menciptakan persepsi bahwa produk tersebut memiliki kualitas yang lebih baik dan berkontribusi pada tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Oleh karena itu, penting untuk menetapkan harga yang sejalan dengan kualitas yang diberikan kepada konsumen.

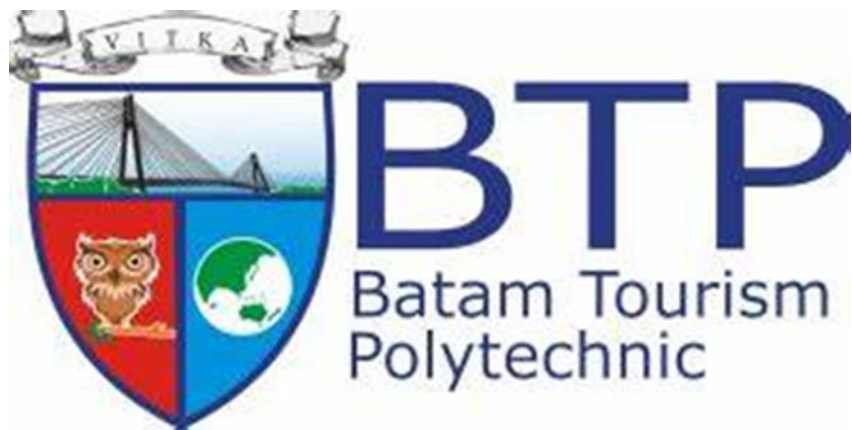
Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 2 di atas tentang pengaruh variabel harga terhadap kepuasan konsumen diperoleh keterangan bahwa variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 di mana pada hasil uji t diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 7,473. Ini berarti semakin baik harga yang ditawarkan maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen. Harga menjadi salah satu faktor yang menarik perhatian konsumen ketika mereka melakukan pembelian. Jika harga terlalu tinggi tanpa disertai dengan kualitas yang memadai, hal ini dapat mengecewakan konsumen. Oleh karena itu, produsen perlu bijak dalam menentukan harga jual produk mereka. Pemilik kafe juga harus cermat dalam menghitung laba agar dapat menetapkan harga makanan dengan tepat, sehingga konsumen tidak merasa bahwa harga tersebut terlalu mahal. Dengan menawarkan harga yang bersahabat atau terjangkau, kafe

dapat menarik minat konsumen penggemar kuliner untuk mencoba menu yang disajikan tanpa keraguan.

86

4.3.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian yang dilakukan pada variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen yang diperoleh dari uji simultan (uji F) menandakan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga memiliki nilai F hitung $89,912 > F \text{ tabel } 3,08$ dengan $\text{sig } 0,000 < 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki kontribusi dan pengaruh terhadap kepuasan konsumen secara signifikan. Maka dengan hasil ini, hipotesis ketiga dalam penelitian ini yang berbunyi “Diduga kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Jiwa Toast SP Batuaji Batam” dapat diterima. Hal tersebut didukung dengan penelitian yang telah dilaksanakan oleh Endang Sutrisna & Haifa Heryani Putri (2023) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Mona Plaza Pekanbaru’ dalam penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan dan penetapan harga memiliki kontribusi dan pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menandakan bahwa, semakin baik kualitas pelayanan dan penetapan harga yang dihadirkan maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen.



BAB V PENUTUP

1.1. Simpulan

¹ Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan terhadap seluruh data yang diperoleh, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Jiwa Toast SP Batuaji Batam, ⁸¹ sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Jiwa Toast SP Batuaji Batam dapat diterima.
2. ⁶⁵ Kualitas pelayanan, secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Jiwa Toast SP Batuaji Batam, ¹² sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Jiwa Toast SP Batuaji Batam dapat diterima.
3. ¹⁷ Harga, secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Jiwa Toast SP Batuaji Batam, ¹² sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Jiwa Toast SP Batuaji Batam dapat diterima.

1.2. ¹ Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dilakukan maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini yaitu:

1. Pihak Janji Jiwa Toast SP Batuaji Batam diharapkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yaitu karyawan harus mampu memberikan pelayanan yang efisien dan tidak memakan waktu lama, serta responsif terhadap kebutuhan dan permintaan konsumen dengan sikap yang peduli, ⁵ atau dengan

kata lain memberikan pelayanan pada yang lebih dahulu datang dan memesan, memberikan pelayanan harus lebih tepat waktu dan memberikan pesanan sesuai dengan yang dipesan.

2. Selain kualitas pelayanan, pihak Janji Jiwa Toast SP Batuaji Batam diharapkan dapat lebih memperhatikan harga yang ditawarkan atas layanan dan produk yang diberikan. Harga yang ditawarkan bila mengalami perubahan hendaknya diberitahukan agar konsumen tidak kecewa atas perubahan harga produk saat akan membayarnya di kasir. Perubahan ini juga harus diiringi dengan kualitas ²⁴ pelayanan yang diberikan, juga harus sesuai dengan keinginan pelanggan. Sebagai tambahan, pelayanan, cita rasa, kualitas produk yang konsisten juga diperlukan guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen dalam jangka panjang.
3. Pihak Janji Jiwa Toast SP Batuaji Batam ⁵ perlu meminta saran dan kritik secara langsung dari konsumen. Dengan mengetahui keinginan konsumen, maka pihak kafe dapat lebih mudah dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Bila perlu, dilakukan ⁵ penelitian rutin dengan waktu yang disesuaikan akan kebutuhan kafe untuk terus mengetahui kualitas pelayanan yang diharapkan oleh konsumen sehingga dapat mencapai kepuasan yang maksimal.
4. ¹¹ Para peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian lebih lanjut diharapkan dapat menambah variabel terkait dengan penelitian yang sama. Hal ini diharapkan agar hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu sumber informasi yang berguna untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin, F. T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. PT Rajagrafindo Persada.
- Badan Pusat Statistik Kota Batam. (2023). KOTA BATAM DALAM ANGKA 2023. In B. K. Batam (Ed.), *Badan Pusat Statistik Kota Batam* (2023rd ed.). BPS BATAM.
- <http://publications.lib.chalmers.se/records/fulltext/245180/245180.pdf>¹³
[tps://hdl.handle.net/20.500.12380/245180](https://hdl.handle.net/20.500.12380/245180)
<http://dx.doi.org/10.1016/j.jsames.2011.03.003>
<https://doi.org/10.1016/j.gr.2017.08.001>
<http://dx.doi.org/10.1016/j.precamres.2014.12>
- BPS KOTA BATAM. (2020). *Kunjungan Wisata Masuk ke Batam 2017-2019*.
<https://batamkota.bps.go.id/indicator/16/99/1/02-kunjungan-wisatawan-masuk-ke-batam.html>
- Chris Cotonou. (2020). *This Winter, Do as the British Do: Master the Art of Making Toast*. <https://www.insidehook.com/food/master-british-art-of-toast>
- Daryanto, Ismanto, S. (2014). *Konsumen dan Layanan Prima*. Gaya Media.
- Endang Sutrisna, & Haifa Heryani Putri. (2023).⁴ *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Mona Plaza Pekanbaru*. 05(04), 13277–13286.
- <http://repository.unpas.ac.id/37643/>
[http://repository.unpas.ac.id/37643/1/BAB II.docx](http://repository.unpas.ac.id/37643/1/BAB%20II.docx)
- ³⁵ Randy Tjiptono. (2014). *Pemasaran jasa : Prinsip, penerapan, dan penelitian* (1st ed.). Andi.

Fandy Tjiptono. (2019). *Pemasaran*. CV. Andi.

Fandy Tjiptono, D. G. (2020). *Pemasaran Strategik : Domain, Determinan, Dinamika* (4th ed.).⁹⁶ Andi.

Fandy Tjiptono, & Gregorius Chandra. (2016). *Service, quality dan satisfaction*, ed.4 (4th ed.). Andi Offset.

¹³ Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 25* (9th ed.). Universitas Diponegoro.

gofood.co.id. (n.d.). *Kopi Janji Jiwa & Jiwa Toast, Batu Aji Batam*.

<https://gofood.co.id/batam/restaurant/kopi-janji-jiwa-jiwa-toast-batu-aji-batam-82fa653e-8101-4700-9009-caeae3ded23d/reviews>

google.com. (n.d.). *Ulasan Janji Jiwa SP Batuaji*.

https://www.google.com/search?gs_ssp=eJzj4tVP1zc0LCouTjfOTaoyYLRSNagwNkyxtEgxS7RIMbVMMjE1tzKoMDQxN7VINExLTbWwtDA1MPUSy0rMy8pUyMosT1QoLIBSiwpVUjMygQAdO8XPA&q=janji+jiwa+sp+batu+aji&oq=janji+jiwa+sp+&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUqDQgBEC4YrwEYxwEYgAQyCggAEEUYFhgeGDky

Jiwa Group. (2022a). *Janji Jiwa*. Jiwagroup.Com.

<https://jiwagroup.com/id/brand/detail/1/JanjiJiwa%0Ahttps://jiwagroup.com/id/corporate/aboutus>

Jiwa Group. (2022b). *Jiwa Toast*.

<https://jiwagroup.com/id/brand/detail/2/JiwaToast>

Joanita Pio, Nova Ch. Mamuaya, & Stefani Angmalisang.⁶⁵ (2022). *PENGARUH*

LOKASI, KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA

TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KEDAI KOPI JANJI Jiwa JILID

667 TOMOHON. *Jurnal Ilmiah MEA*, 6(3), 2019–2030.

Kotler, Philip & Keller, Kevin L. (2016). *Marketing Management* (16th ed.).

¹⁹ Pearson Prentice Hall.

Kotler, P. T., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Education.

Kotler, P. T., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.

Laila Tri Susanti Katemung, Christoffel Kojo, & Farlane S. Rumokoy. (2018).

³² Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Pada Hotel Genio ¹⁶ Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 978–987.

Mutia Nursaidah, Asep Ferry, & Imas Sukaesih. (2022). ¹ PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAPAN PELANGGAN (STUDI KASUS KOPI JANJI JIWA JILID 35 KOTA TANGERANG). *Ekonomi Bisnis*, 28(1), 149–162.

¹³ <http://www.ejournal.unis.ac.id/index.php/JEB/article/view/2455>

Patra, D. (2019). Prospek Pengembangan Pariwisata Danau Matano Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Luwu Timur.

⁹ *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 7(2)(60–69). <https://doi.org/10.35906/je001.v7i2.324>

Permatasari, A. (2021). 12 Makanan Viral di 2021, Ada dari Serial Squid Game.

<https://www.viva.co.id/gaya-hidup/kuliner/1430775-12-makanan-viral-di-2021-ada-dari-serial-squid-game?page=all>

Puslitabmas. (2022). *Panduan Penyusunan Proyek Akhir Jenjang Diploma IV*

Edisi 2022. Puslitabmas.

⁴¹ Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. ⁴¹ *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>

Sekaran, U. dan Bougie, R. (2016). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Membangun Keterampilan* (7th ed.). Wiley & Sons.

Siti Inayah. (2023). *Yuk Mengenal Toast Bread! Makanan Populer yang Cocok untuk Menu Sarapan*.
<https://www.kompasiana.com/nayystudy01/6409dbbd1302f35025200912/yuk-mengenal-toast-bread-makanan-populer-yang-cocok-untuk-menu-sarapan?page=all#section2>

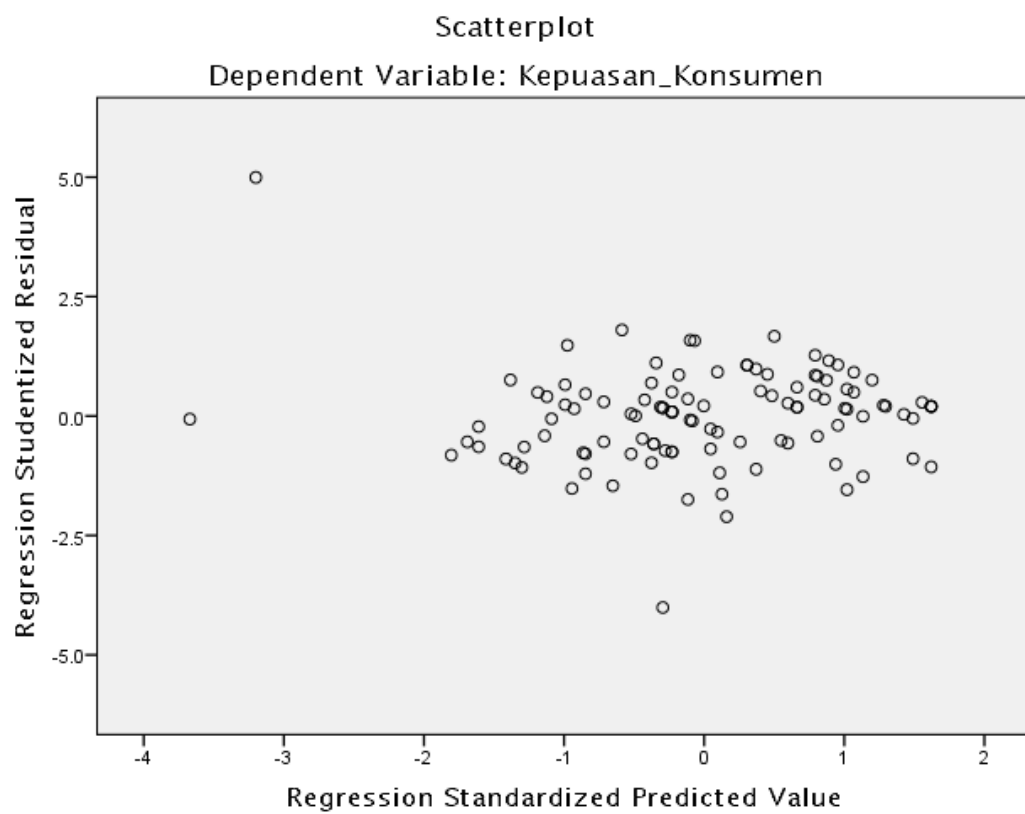
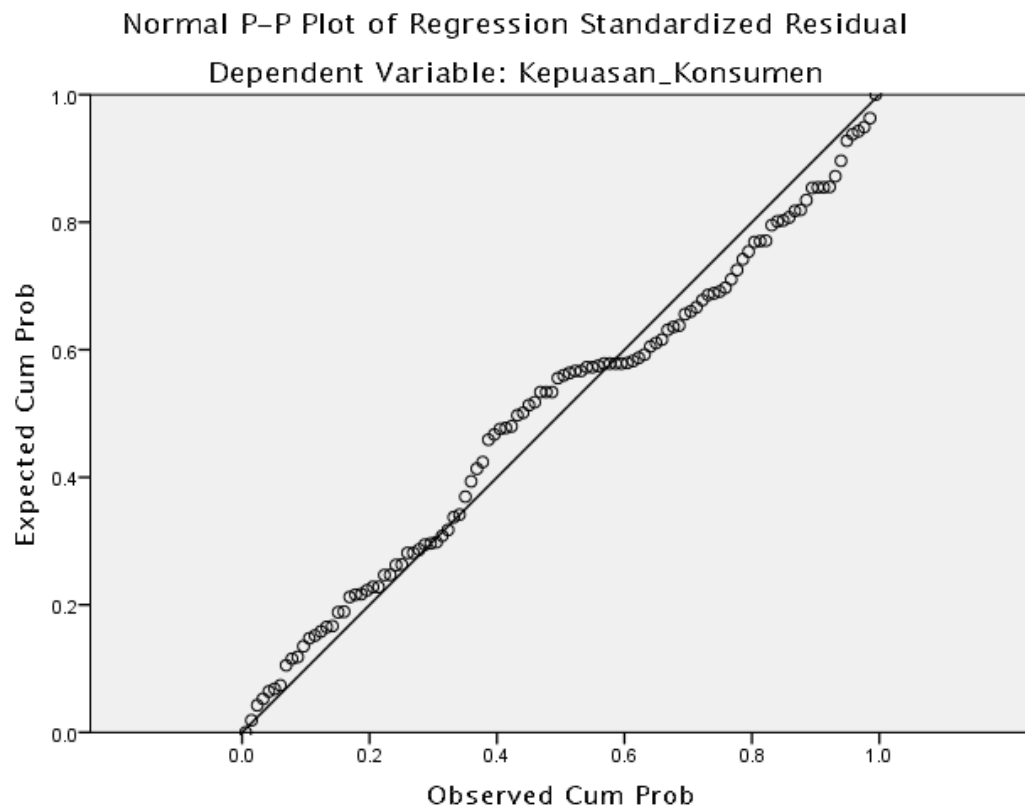
Sugiyono. (2014). *Statistika Untuk Penelitian*. ²⁶ Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R dan D* (24th ed.). Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.

Suharsimi Arikunto. (2016). *Manajemen Penelitian* (13th ed.). Rineka Cipta.

Sukmadinata, N. S. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan*. PT Remaja Rosdakarya.



LAMPIRAN 9 DAFTAR HARGA MENU JIWA TOAST SP BATUAJI



DIPPIN' FRIES ORIGINAL
Free 1 mayonnaise atau spicy bulgogi sauce
24



DIPPIN' FRIES TRUFFLE
Free 1 mayonnaise atau spicy bulgogi sauce
26



SPICY BULGOGI
Daging sapi dengan coleslaw, omelette, dan keju serta saus bulgogi
36



BEEF TRUFFLE MAYO
Daging sapi dengan omelette, keju, dan garlic serta saus truffle mayo
38



CRISPY CHICKEN MENTAI
Daging ayam dengan coleslaw dan keju serta saus mentai
36



HAMBURG CURRY MAYO
Daging sapi dengan coleslaw dan keju serta saus kari mayo jepang yang gurih
38



EGG CURRY MAYO
Perpaduan klasik antara omelette, coleslaw serta saus kari mayo jepang yang gurih
28



CHICKEN KATSU CURRY MAYO
Daging ayam dengan coleslaw dan keju serta saus kari mayo jepang yang gurih
38



CHEEZY CRISPY CHICKEN MENTAI
Daging ayam dengan coleslaw, omelette, saus mentai serta saus keju spesial Jiwa Toast
38



DOUBLE CHEESE HAMBURG
Daging sapi dengan coleslaw, omelette, keju ditambah saus keju spesial Jiwa Toast
38



SHRIMP TARTAR MAYO
Daging udang, keju dengan saus tartar dan taburan daun parsley
38



SHRIMP TRUFFLE AIOLI
Daging udang, keju dengan saus truffle bawang putih dan taburan daun parsley
38



SMOKED BEEF AND CHEESE
Daging sapi asap premium dengan coleslaw, omelette, dan keju dengan saus ala Jiwa Toast
36



TUNA MAYO
Irisan tuna dengan coleslaw, omelette, dan keju serta saus ala Jiwa Toast
36



EGG AND CHEESE
Perpaduan klasik antara omelette, dan keju dengan saus ala Jiwa Toast
28



DIPPIN' TOAST
Original Toast dan Es Coklat
22



CRUNCHY CHOCO CHEESE
Roti Panggang menggunakan selai coklat crunchy dan corn flakes
38



CRUNCHY CHOCO
Roti panggang menggunakan selai coklat crunchy dan corn flakes
36

SAUCES

MAYONNAISE	6	SPICY BULGOGI	6	CHEESE	6
JIWA TOAST SWEET	5	JAPANESE CURRY	6	TRUFFLE	10
MENTAI	6	TARTAR	6	GARLIC TRUFFLE	10
				AIOLI	

ADD ON

OMELETTE	5	CHEESE SLICE	5
----------	---	--------------	---

LAMPIRAN 10 : DOKUMENTASI





LAMPIRAN 11 : SURAT PERMOHONAN IZIN OBSERVASI



POLITEKNIK PARIWISATA BATAM
Jl. Gajah Mada, The Vitka City Complex
Tiban, Batam, Kepulauan Riau 29425
Indonesia

Telp + 62 778 354 0889
Email: info@btp.ac.id
<https://btp.ac.id>

Batam, 24 Maret 2023

No : 052/D/KET-BTP/III/2023
Perihal : Permohonan Observasi Proyek Akhir

Kepada Yth:
Bapak/Ibu Pimpinan
Janji Jiwa Toast Cabang SP Batu Aji
di Tempat

Dengan Hormat,

Dalam rangka penyusunan Proyek Akhir sebagai syarat kelulusan, mahasiswa Program Studi Manajemen Kuliner Batam Tourism Polytechnic akan melakukan kunjungan observasi dengan keterangan:

Nama : Tiara Verena Sitorus
NIM : 2020030074
Judul PA : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENETAPAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA JIWA TOAST SP BATUAJI

Besar harapan kami pihak Manajemen Janji Jiwa Toast Cabang SP Batu Aji 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,



M. Nur A Nasution, S.Sos., M.Pd., CHA

Direktur Batam Tourism Polytechnic

LAMPIRAN 12 : SURAT PERSETUJUAN OBSERVASI

LAMPIRAN 13 : FORM BIMBINGAN PROYEK AKHIR

Guidance

History

+ Add Guidance

No	Date	Agenda	Advisor from Lecturer	Students Document	Lecturer Document
1	2023-09-18	BAB I-III	Catatan 1. Perhatikan daftar isi lengkapi dengan benar (halaman harus sesuai) 2.Perbaiki Kajian Empiris dengan benar (urutkan dari tahun terlamama samapai terkini) perhatikan sistematika penulisan sesuai dengan panduan 3. Untuk Waktu penelitian buatlah secara terjadwal dengan menggunakan table untuk memudahkan pemahaman pembaca 4. Apa benar kamu menggunakan PLS-SEM, jika ya, mantaffff 5. Kalau Buat definisi itu, janagn bertanda apapun , cukup urutkan sesuai abjad, coba perhatikan gaya penulisan makna kamus	Doc Mahasiswa	-
2	2023-09-28	Second Attachments (Revisi Kedua)	1. Logo terbesa di BTP 2. Perhatikan Tanggal ajuan 3. Hapus Lembar Persetujuan dan Pengesahan 4. Abstrak 1 paragraf 5. Perhatikan Daftar isi 6. Sumber Mendeley	Doc Mahasiswa	-
3	2023-10-03	Thirid Attachment (Revisi Ketiga)	1. Perbaiki cara menulis BAB I, II, III pada daftar isi 2. Seminar Proposal itu hanya Bab I, II dan III saja, sisa setelah seminar proposal ya.	Doc Mahasiswa	-
4	2023-10-09	Revisi Keempat	Note 1. Perbaiki dan lengkapi kata pengantar dengan benar 2. Heading pada Daftar Isi penomoran harus berbeda (heading 1 dan heading 2 coba di bedakan) 3. Bab II masih kosong belum lengkap 4. (erbaiki cara penulisan Bab I, II dan II pada heading 5. Jangan ada satupun menggunakan simbol dalam tulisan	Doc Mahasiswa	-
4	2023-10-09	Revisi Keempat	Note 1. Perbaiki dan lengkapi kata pengantar dengan benar 2. Heading pada Daftar Isi penomoran harus berbeda (heading 1 dan heading 2 coba di bedakan) 3. Bab II masih kosong belum lengkap 4. (erbaiki cara penulisan Bab I, II dan II pada heading 5. Jangan ada satupun menggunakan simbol dalam tulisan ilmiah	Doc Mahasiswa	-
5	2023-10-23	Revisi keempat	1. Pisahkan halaman pendahuluan (cover, pengesahan, daftar isi...) dengan halaman isi (Bab 1, 2, 3 dan Daftar Pustaka) 2. Lembar Persetujuan Pembimbing underline NIDN dihapus 3. Perbaiki size font abstrak dan bentuk paragraf 4. Hapus Penguji 1, 2 pada kata pengantar 5. Perbaiki Daftar Pustakan melalui Mendeley	Doc Mahasiswa	-
6	2023-11-22	-Tata Tulis Proyek Akhir - Perdalam Permasalahan Harga -Perbaiki Hipotesis -Populasi dan Sampel -Foto Tempat Usaha -Data Pengunjung Kafe	Perbaiki cara memberi nama tabel dan urutkan cara analisis yang di Bab IV dimulai dari deskripsi responden dan tetap mengikuti panduan	Doc Mahasiswa	-
7	2023-11-24	Revisi Kedua: Penamaan Tabel & Isi BAB IV sesuai panduan.	Perbaiki dilihat hasil pdf nya 1. Abstrak 2. Urutkan Daftar pustaka dengan benar 3. Perhatikan penginputan data ke SPSS	Doc Mahasiswa	-
8	2023-11-26	Goes to Seminar Hasil soon~ DONE: 1. BAB IV 2. BAB V UNDONE: 1. Abstrak/abstract 2. Daftar Pustaka 3. Lampiran-lampiran	Coba pilah cara menganalisis Pada Bab IV, contoh awali dengan analisis Responden dan deskripsikan dengan rinci, kemudian analisis satu persatu variabel yang dianalisis, urutkan berdasarkan rumusan masalah	Doc Mahasiswa	-

		-Perbaiki Hipotesis -Populasi dan Sampel -Foto Tempat Usaha -Data Pengunjung Kafe			
7	2023-11-24	Revisi Kedua: Penamaan Tabel & Isi BAB IV sesuai panduan.	Perbaiki dilihat hasil pdf nya 1. Abstrak 2. Urutkan Daftar pustaka dengan benar 3. Perhatikan penginputan data ke SPSS	 Doc Mahasiswa	-
8	2023-11-26	Goes to Seminar Hasil soon~ DONE: 1. BAB IV 2. BAB V UNDONE: 1. Abstrak/abstract 2. Daftar Pustaka 3. Lampiran-lampiran	Coba pilah cara menganalisis Pada Bab IV, contoh awali dengan analisis Responden dan deskripsikan dengan rinci, kemudian analisis satu persatu variabel yang dianalisis, urutkan berdasarkan rumusan masalah	 Doc Mahasiswa	-
9	2023-11-30	Penyusunan abstrak dan penambahan beberapa lampiran	Perbaiki Penulisan 1. Abstrak, hilangkan seperti judul 2. Lembar Persetujuan dan Pernyataan rubah ke kapital 3. Bab IV buatlah menjadi analisis yang jelas berdasarkan tabel SPSS	 Doc Mahasiswa	-
10	2023-12-01	Tabel Operasional Variabel, Lembar Persetujuan Pembimbing, dan Pernyataan Keaslian Tulisan	Perhatikan cara menganalisis BAB IV dan cara pengambilan kesimpulan di BAB V kemudian sinkronisasi di Abstrak	 Doc Mahasiswa	-

LAMPIRAN 14 : RIWAYAT HIDUP



Tiara Verena Sitorus, lahir di Batam pada tanggal 1 April 2002 dan merupakan anak pertama dari pasangan Tony Sitorus dan Velda Siahaan (+). Penulis menempuh pendidikan diawali dari pendidikan dasar di SDS Hidup Baru I Batam, kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke SMPN 9 Batam dan ke SMAN 5 Batam. Pada tahun 2020, penulis melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi Swasta yaitu Batam Tourism Polytechnic atau Politeknik Pariwisata Batam dengan mengambil Diploma IV (D4) Program Studi Manajemen Kuliner, kelas malam dalam kurun waktu 4 tahun. Selama proses perkuliahan berlangsung, penulis mendapatkan kesempatan untuk melakukan *On The Job Training* (OJT) selama 2 kali dalam kurun waktu 8 semester, dimana OJT pertama dilakukan di Best Western Premier Panbil Batam pada pertengahan 2021 dan yang kedua akan dilaksanakan di semester 8 pada tahun 2024.

40% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 33% Internet database
- Crossref database
- 33% Submitted Works database
- 25% Publications database
- Crossref Posted Content database

TOP SOURCES

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

1	repository.uinsu.ac.id	11%
	Internet	
2	core.ac.uk	2%
	Internet	
3	repository.iainkudus.ac.id	2%
	Internet	
4	Endang Sutrisna, Haifa Heryani Putri. "Pengaruh Kualitas Pelayanan da...	2%
	Crossref	
5	repository.ub.ac.id	<1%
	Internet	
6	repository.iainpare.ac.id	<1%
	Internet	
7	Universitas Merdeka Malang on 2021-08-31	<1%
	Submitted works	
8	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2021-...	<1%
	Submitted works	

9	Universitas Bunda Mulia on 2021-06-04	<1%
	Submitted works	
10	Universitas Merdeka Malang on 2021-08-30	<1%
	Submitted works	
11	jurnal.umus.ac.id	<1%
	Internet	
12	repository.umpalopo.ac.id	<1%
	Internet	
13	ejurnal.umri.ac.id	<1%
	Internet	
14	Universitas Diponegoro on 2019-12-21	<1%
	Submitted works	
15	Universitas Merdeka Malang on 2021-11-13	<1%
	Submitted works	
16	eprints.unpam.ac.id	<1%
	Internet	
17	Universitas Putera Batam on 2019-11-07	<1%
	Submitted works	
18	repository.iainpurwokerto.ac.id	<1%
	Internet	
19	epub.imandiri.id	<1%
	Internet	
20	Universitas Putera Batam on 2018-12-01	<1%
	Submitted works	

21	Anwar Nugraha, Hanisa Sismaya Lestari, Nurjaya Nurjaya. "PENGARUH... Crossref	<1%
22	Universitas Putera Batam on 2018-11-26 Submitted works	<1%
23	Izul Ariesta, Wahono Sumaryono, Deriawan Deriawan. "The Effect of Se... Crossref	<1%
24	Submitted on 1687234288426 Submitted works	<1%
25	Universitas Putera Batam on 2018-12-03 Submitted works	<1%
26	etheses.uin-malang.ac.id Internet	<1%
27	repository.umsu.ac.id Internet	<1%
28	Universitas Merdeka Malang on 2021-08-07 Submitted works	<1%
29	Kartini Merdekawati Assa, Jenny Morasa, Rudy J. Pusung. "PENGARU... Crossref	<1%
30	Universitas Putera Batam on 2019-11-11 Submitted works	<1%
31	Universiti Teknologi Petronas on 2023-06-23 Submitted works	<1%
32	Universitas Putera Batam on 2019-11-06 Submitted works	<1%

33	eprints.uny.ac.id	Internet	<1%
34	Universitas Merdeka Malang on 2021-11-24	Submitted works	<1%
35	Nadia Afrilliana. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pel..."	Crossref	<1%
36	Universitas Putera Batam on 2018-11-26	Submitted works	<1%
37	pascasarjanafe.untan.ac.id	Internet	<1%
38	Universitas Putera Batam on 2019-11-07	Submitted works	<1%
39	Universitas Putera Batam on 2018-11-26	Submitted works	<1%
40	Erna Manoppo, Agus Supandi Soegoto, Jumie S L. Mokoginta, Sicilya C...	Crossref	<1%
41	Salman Salman. "Effect of Service Quality, Price and Product Quality o..."	Crossref	<1%
42	Universitas Jambi on 2021-02-05	Submitted works	<1%
43	Universitas Putera Batam on 2019-11-08	Submitted works	<1%
44	Perguruan Tinggi Pelita Bangsa on 2023-08-15	Submitted works	<1%

45	Universitas Putera Batam on 2018-11-26	<1%
	Submitted works	
46	Universitas Putera Batam on 2018-12-03	<1%
	Submitted works	
47	Lambung Mangkurat University on 2018-11-28	<1%
	Submitted works	
48	repository.radenfatah.ac.id	<1%
	Internet	
49	Dede Kuriang Listanto, Chalil Chalil, Ira Nuriya Santi. "PENGARUH KUA...	<1%
	Crossref	
50	Universitas Islam Malang on 2021-04-22	<1%
	Submitted works	
51	Universitas Putera Batam on 2019-01-29	<1%
	Submitted works	
52	moam.info	<1%
	Internet	
53	repository.stienobel-indonesia.ac.id	<1%
	Internet	
54	Universitas Putera Batam on 2019-06-19	<1%
	Submitted works	
55	Universitas Putera Batam on 2019-11-07	<1%
	Submitted works	
56	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2021-...	<1%
	Submitted works	

57	Universitas Merdeka Malang on 2021-08-30	<1%
	Submitted works	
58	Iskandar Ali Alam, Balqis Ananda Zahra. "Pengaruh Kualitas Pelayanan..."	<1%
	Crossref	
59	Universitas Nasional on 2022-02-16	<1%
	Submitted works	
60	Universitas Musamus Merauke on 2023-06-07	<1%
	Submitted works	
61	Universitas Putera Batam on 2018-12-05	<1%
	Submitted works	
62	Gugup Tugi Prihatma. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Tamb..."	<1%
	Crossref	
63	Universitas Putera Batam on 2019-11-06	<1%
	Submitted works	
64	Universitas Putera Batam on 2022-08-08	<1%
	Submitted works	
65	Dewa Ayu Candra Devi, Komang Ratih Tunjungsari, Ni Made Rinayanthi...	<1%
	Crossref	
66	I Kadek Adi Anan Jaya, Ida Bagus Made Wiyasha, Miko Andi Wardana. ...	<1%
	Crossref	
67	Universitas Musamus Merauke on 2023-10-10	<1%
	Submitted works	
68	Universitas Putera Batam on 2018-12-04	<1%
	Submitted works	

69	Universitas Merdeka Malang on 2021-08-20	<1%
	Submitted works	
70	Universitas Putera Batam on 2018-11-26	<1%
	Submitted works	
71	Universitas Putera Batam on 2023-01-28	<1%
	Submitted works	
72	ADE ARISWILDANI ARIFUDDIN, Rukmawaty Muta'al. "Pengaruh Harga ...	<1%
	Crossref	
73	Asep Candra Hidayat. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI ...	<1%
	Crossref	
74	Lati Sari dewi, Asep Saeful Falah. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN...	<1%
	Crossref	
75	Universitas Putera Batam on 2018-11-26	<1%
	Submitted works	
76	Universitas Wiraraja on 2022-08-31	<1%
	Submitted works	
77	Zarkani Zarkani, Tona Aurora Lubis. "PENGARUH SERVANT LEADERSH...	<1%
	Crossref	
78	positori.usu.ac.id	<1%
	Internet	
79	repository.iainpalopo.ac.id	<1%
	Internet	
80	Universitas Islam Lamongan on 2023-08-10	<1%
	Submitted works	

81	Universitas Putera Batam on 2018-11-27	<1%
	Submitted works	
82	Universitas Putera Batam on 2020-12-03	<1%
	Submitted works	
83	ROCHMAT HIDAYAT HARIYONO. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, KU...	<1%
	Crossref	
84	Universitas Musamus Merauke on 2023-08-24	<1%
	Submitted works	
85	Universitas Putera Batam on 2018-11-24	<1%
	Submitted works	
86	Universitas Putera Batam on 2019-11-08	<1%
	Submitted works	
87	Universitas Putera Batam on 2019-11-08	<1%
	Submitted works	
88	Dani Agung Wicaksono, Trias Ayu Laksanawati, Dwi Budian Ningsih. "P...	<1%
	Crossref	
89	Dewi Panglipur Ati, Sriwahyuni Mega Hastuti. "Pengaruh Harga, Kualita...	<1%
	Crossref	
90	Kifly Ezra Pantow, Silvya. L. Mandey, Maria. V. J. Tielung. "PENGARUH ...	<1%
	Crossref	
91	Ni Putu Yuli Tresna Dewi, Dewa Nyoman Usadha, Dhia Kamala. "Kualita...	<1%
	Crossref	
92	Universitas Merdeka Malang on 2021-11-08	<1%
	Submitted works	

93	eprints.ums.ac.id	Internet	<1%
94	repositori.uin-alauddin.ac.id	Internet	<1%
95	vdocuments.mx	Internet	<1%
96	Erwin Ardiansyah, Ulfiyani Asdiansyuri, Putri Reno Kemala. "ANALISIS ...	Crossref	<1%
97	Goklas Agus Efendi Sianturi, Lila Muliani, Heni Pridia Rukmini Sari. "PE...	Crossref	<1%
98	Ni Made Wiwin Karuniati, Ida Ayu Putu Widani Sugianingrat. "Pengaruh...	Crossref	<1%
99	Universitas Bunda Mulia on 2021-06-04	Submitted works	<1%
100	Universitas Islam Lamongan on 2023-08-29	Submitted works	<1%
101	Universitas Putera Batam on 2018-11-26	Submitted works	<1%
102	Universitas Putera Batam on 2019-11-06	Submitted works	<1%
103	Universitas Respati Indonesia on 2022-06-14	Submitted works	<1%
104	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2021-...	Submitted works	<1%

- | | | |
|-------|---|-----|
| 105 | I Putu Ari Grace Christanto, Firman Sinaga, Luh Eka Susanti. "Pengaruh...
Crossref | <1% |
| <hr/> | | |
| 106 | Kesya Waha, Paulus Kindangen, Rudy Wenas. "Pengaruh Kualitas Pela...
Crossref | <1% |
| <hr/> | | |
| 107 | Nur Islamiyanti Anti, Muliha Halim, Muh. Ilham. "PENGARUH KEGIATA...
Crossref | <1% |
| <hr/> | | |
| 108 | Universitas Putera Batam on 2018-11-26
Submitted works | <1% |
| <hr/> | | |
| 109 | Universitas Putera Batam on 2019-11-07
Submitted works | <1% |
| <hr/> | | |
| 110 | repository.radenintan.ac.id
Internet | <1% |
| <hr/> | | |
| 111 | Indri Andini, Kusmilawaty Kusmilawaty, Budi Dharma. "Pengaruh Harga...
Crossref | <1% |
| <hr/> | | |
| 112 | Khalimatus Sadiyah, Elliv Hidayatul Lailiyah, Sri Yaumi, Sawabi Sawabi....
Crossref | <1% |
| <hr/> | | |
| 113 | Priyo Utomo, Maria Krisnanti, Komarun Zaman, Ayi Hendriawan, Abdul ...
Crossref | <1% |
| <hr/> | | |
| 114 | Rachmat Hidayat, Suadi Sapta Putra, Kumba Digdowiseiso. "Pengaruh ...
Crossref | <1% |
| <hr/> | | |
| 115 | Siti Solikha, Imam Suprpta. "PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PEL...
Crossref | <1% |
| <hr/> | | |
| 116 | Universitas Islam Malang on 2019-01-31
Submitted works | <1% |

117	Universitas Merdeka Malang on 2021-09-03	<1%
	Submitted works	
118	Universitas Putera Batam on 2018-11-26	<1%
	Submitted works	
119	Universitas Putera Batam on 2019-06-19	<1%
	Submitted works	
120	digilib.iain-palangkaraya.ac.id	<1%
	Internet	
121	docobook.com	<1%
	Internet	

● Excluded from Similarity Report

- Manually excluded sources

EXCLUDED SOURCES

vitka on 2023-04-12

15%

Submitted works

vitka on 2023-04-04

12%

Submitted works