

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA UMKM  
FOTOCOPY PELANGI DESA BUNIWAH KABUPATEN TEGAL**



**TUGAS AKHIR**

**OLEH :**

**ALVIATUN NISA RIZKIANI**

**NIM 18030210**

**PROGRAM STUDI DIII AKUNTANSI**

**POLITEKNIK HARAPAN BERSAMA**

**2021**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Akhir yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA UMKM  
FOTOCOPY PELANGI DESA BUNIWAH KABUPATEN TEGAL

Oleh mahasiswa :

Nama : Alviatun Nisa Rizkiani

NIM : 18030210

Telah diperiksa dan dikoreksi dengan baik dan cermat. Karena itu pembimbing  
menyetujui mahasiswa tersebut untuk menempuh ujian tugas akhir.

Tegal, 22 Juli 2021

Pembimbing I,



Bahri Kamal, SE, MM

NIPY. 05.015.218

Pembimbing II,



Dewi Sulistyowati, SE,CAAT

NIPY. 12.013.162

## HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA UMKM  
FOTOCOPY PELANGI DESA BUNIWAH KABUPATEN TEGAL

Oleh :

Nama : Alviatun Nisa Rizkiani

NIM : 18030210

Program Studi : Akuntansi

Jenjang : Diploma III

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir  
Program Studi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Tegal

Tegal, 27 Juli 2021

Bahri Kamal, SE, MM

Ketua Penguji



Krisdiyawati, SE, M.Ak

Penguji I



Andri Widiyanto, SE, M.Si

Penguji II



Mengetahui,

Ketua Program Studi,



Yeni Priatna Sari, S.E, M.Si, Ak, CA

NIPY. 03.013.142

## HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis dalam bentuk Tugas Akhir ini yang berjudul PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA UMKM FOTOCOPY PELANGI DESA BUNIWAH KABUPATEN TEGAL beserta isinya adalah benar – benar karya saya sendiri.

Dalam penelitian Tugas Akhir ini saya tidak melakukan penjiplakan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan sebagaimana mestinya.

Demikian pernyataan ini untuk dapat dijadikan pedoman bagi yang berkepentingan, dan saya siap menanggung segala resiko/ sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya tulis saya ini, atau adanya klaim terhadap keaslian karya tulis saya ini.

Tegal, 27 Juli 2021

Yang membuat pernyataan



Alviatun Nisa Rizkiani

18030210

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA TULIS  
ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Mahasiswa Program Studi D-III Akuntansi Politeknik Harapan Bersama, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Alviatun Nisa Rizkiani

NIM : 18030210

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Harapan Bersama **Hak Bebas Royalti Noneksekusif** (*Noneexclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada UMKM Fotocopy Pelangi Desa Buniwah Kabupaten Tegal”.

Dengan Hak Bebas Royalti/Non eksekusif ini Politeknik Harapan Bersama Tegal berhak menyimpan, mengalih media/formatnya, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tegal, 27 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



Alviatun Nisa Rizkiani

NIM 18030210

## **HALAMAN MOTTO**

*Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain.  
(QS. Al Insyiroh 6-7)*

*9 kunci hidup bahagia : Tidak membenci. Tidak mengeluh. Berprasangka baik.  
Rendah hati. Mudah memaafkan. Hindari permusuhan. Bersedekah. Selalu  
tersenyum. Tidak dengki dan iri hati.  
(Inspirasi Hidup)*

*Tugas kita adalah untuk mencoba karena didalam mencoba itulah kita  
menemukan dan belajar membangun kesempatan untuk berhasil.  
(Mario Teguh)*

*Selagi masih muda maka habiskan jatah gagalmu secepatnya*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini kupersembahkan untuk :

- ◆ Kedua Orang tua saya yang selalu mendukung, mendoakan dan memotivasi saya untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
- ◆ Kakak dan saudara saya yang selalu memberi bantuan moral dan materiil sehingga sampai saya bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini.
- ◆ Dosen pembimbingku, Bapak Bahri Kamal, SE, MM dan Ibu Dewi Sulistyowati,SE,CAAT terimakasih sudah bersabar, meluangkan waktu dan memberikan arahan selama mengerjakan Tugas Akhir ini.
- ◆ Untuk sahabat saya Zian dan Mila semoga kita berteman terus dan langgeng sampai tua bareng nanti. Aku sayang kalian
- ◆ Semua teman-teman kelas 6G yang aku sayangi dan aku cintai yang sudah bersama menemaniku susah dan senang hampir 3 tahun.

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada UMKM Fotocopy Pelangi Desa Buniwah Kabupaten Tegal” Tugas Akhir ini diajukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Ahli Madya (A.Md) pada Program Studi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama.

Dalam melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dan menyusun Tugas Akhir (TA) ini, peneliti telah melibatkan berbagai pihak. Oleh karena itu, ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Nizar Suhendra, SE, M.PP, selaku Direktur Politeknik Harapan Bersama.
2. Ibu Yeni Priatna Sari, SE, M.Si, Ak, CA., selaku Ka. Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama.
3. Bapak Bahri Kamal, SE, MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan, waktu luangnya dan petunjuk hingga terselesaikannya penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Ibu Dewi Sulistyowati, SE, CAAT selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bantuan, waktu luangnya dan bimbingan hingga terselesaikannya penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Bapak Herman Fadden selaku pemilik usaha Fotocopy Pelangi Desa Buniwah
6. Rekan-rekan kelas 6G yang telah memberikan dorongan dan semangat serta semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, turut membantu selesainya Tugas Akhir ini.
7. Serta sahabat terbaik saya Bayu Agung, Zian, Mila, Lusi, dan Rahmat Hidayat yang telah memberikan semangat dan motivasi selama menyusun Tugas Akhir ini.

Peneliti menyadari bahwa Tugas Akhir ini jauh dari sempurna, masih banyak kekurangan dan kelemahan di sana-sini. Oleh karena itu, penulis

memohon maaf atas segala kekurangan dan kelemahan yang ada. Akhirnya, penulis sangat berharap Tugas Akhir ini bermanfaat bagi para pembaca serta pemerhati pada umumnya.

Tegal, 27 Juli 2021



Alviatun Nisa R

NIM. 18030210

## ABSTRAK

Alviatun Nisa Rizkiani. 2021. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada UMKM Fotocopy Pelangi Desa Buniwah Kabupaten Tegal*. Program Studi : Diploma III Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Tegal. Pembimbing I : Bahri Kamal, S.E., M.M. Pembimbing II : Dewi Sulistyowati, S.E., CAAT.

Fotocopy adalah sebuah alat teknologi yang berfungsi untuk membuat salinan keatas kertas dari dokumen, buku atau sumber lainnya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada UMKM Fotocopy Pelangi Desa Buniwah. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, studi pustaka, dokumentasi, dan kuesioner. Teknik analisis data kuantitatif meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis lewat uji T serta uji F, Analisis Regresi berganda dan analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ). Hasil perhitungan dengan uji T diperoleh nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ , dan hasil perhitungan uji F menunjukkan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka  $H_{a1}$  dan  $H_{a2}$  di tolak  $H_{a3}$  diterima yang berarti bahwa ada pengaruh yang signifikan pada kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan tingkat kepuasan konsumen. Kesimpulannya ada pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Fotocopy Pelangi Desa Buniwah.

**Kata kunci :** kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen.

## **ABSTRACT**

**Rizkiani, Alviatun Nisa.** 2021. *The Influence of Product Quality and Service Quality on Consumer Satisfaction Levels at UMKM Photocopy Pelangi, Buniwah Village, Tegal Regency.* Study Program : Accounting Associate Degree. Politeknik Harapan Bersama. Advisor : Bahri Kamal, S.E., M.M; Co-Advisor : Dewi Sulistyowati, S.E., CAAT.

*Photocopy is a technological tool that serves to make paper copies of documents, books or other sources. The purpose of this study was to determine whether there was a significant effect of product quality and service quality on the level of consumer satisfaction at the UMKM Fotocopy Pelangi in Buniwah Village. Data collection techniques used are observation, interviews, literature study, documentation, and questionnaires. Quantitative data analysis techniques include validity and reliability tests, classical assumption tests, hypothesis testing through the T test and F test, multiple regression analysis and analysis of the coefficient of determination (R<sup>2</sup>). The results of calculations with the T test obtained a significant value of 0.000 <0.05, and The results of the F test calculation show a significant value of 0.000 <0.05. So H<sub>a1</sub> and H<sub>a2</sub> are rejected. H<sub>a3</sub> is accepted, which means that there is a significant influence on product quality and service quality on customer satisfaction. In conclusion, there is an effect of product quality and service quality on consumer satisfaction at the UMKM Photocopy Pelangi in Buniwah Village.*

**Keywords:** *product quality, service quality, customer satisfaction.*

## DAFTAR ISI

|   | Halaman |
|---|---------|
| HALAMAN JUDUL.....  | i       |
| HALAMAN PERSETUJUAN.....                                    | ii      |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                                     | iii     |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TA.....                         | iv      |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....               | v       |
| HALAMAN MOTTO .....   | vi      |
| HALAMAN PERSEMBAHAN.....                                    | vii     |
| KATA PENGANTAR .....  | viii    |
| ABSTRAK .....   | x       |
| <i>ABSTRACT</i> .....                                       | xi      |
| DAFTAR ISI.....   | xii     |
| DAFTAR GAMBAR .....   | xv      |
| DAFTAR TABEL.....   | xvi     |
| DAFTAR LAMPIRAN.....  | xvii    |
| BAB I PENDAHULUAN .....                                     | 1       |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....                             | 1       |
| 1.2 Perumusan Masalah.....                                  | 10      |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                                  | 10      |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                                 | 10      |
| 1.5 Batasan Masalah.....                                    | 11      |
| 1.6 Kerangka Berpikir .....                                 | 12      |
| 1.7 Sistematika Penulisan.....                              | 15      |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....                                | 17      |
| 2.1 Pengertian Kualitas Produk.....                         | 17      |
| 2.1.1 Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk..... | 17      |
| 2.1.2 Dimensi Kualitas Produk.....                          | 18      |
| 2.1.3 Klasifikasi Produk .....                              | 18      |
| 2.2 Pengertian Kualitas Pelayanan.....                      | 19      |
| 2.2.1 Dimensi Kualitas Pelayanan.....                       | 20      |

|   |  |           |
|---|--|-----------|
| 2.3                                       | Pengertian Kepuasan Konsumen .....                       | 22        |
| 2.3.1                                     | Ciri-Ciri Pelanggan yang Puas .....                      | 23        |
| 2.3.2                                     | Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan ..... | 23        |
| 2.3.3                                     | Indikator Kepuasan Pelanggan .....                       | 24        |
| 2.4                                       | Definisi UMKM.....                                       | 24        |
| 2.5                                       | Hipotesis Penelitian .....                               | 26        |
| 2.6                                       | Penelitian Terdahulu .....                               | 26        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b> |  | <b>36</b> |
| 3.1                                       | Lokasi Penelitian .....                                  | 36        |
| 3.2                                       | Waktu Penelitian .....                                   | 36        |
| 3.3                                       | Jenis Data .....   | 36        |
| 3.4                                       | Sumber Data .....  | 37        |
| 3.5                                       | Teknik Pengumpulan Data .....                            | 38        |
| 3.6                                       | Populasi dan Sampel .....                                | 40        |
| 3.6.1                                     | Populasi.....  | 40        |
| 3.6.2                                     | Sampel.....  | 41        |
| 3.7                                       | Definisi Operasional Variabel .....                      | 41        |
| 3.8                                       | Metode Analisis Data .....                               | 42        |
| 3.8.1                                     | Analisis Statistik Deskriptif.....                       | 42        |
| 3.8.2                                     | Uji Validitas dan Reabilitas.....                        | 43        |
| 3.8.2.1                                   | Uji Validitas .....                                      | 43        |
| 3.8.2.2                                   | Uji Reabilitas .....                                     | 43        |
| 3.8.3                                     | Uji Asumsi Klasik.....                                   | 44        |
| 3.8.3.1                                   | Uji Normalitas.....                                      | 44        |
| 3.8.3.2                                   | Uji Multikolonieritas .....                              | 45        |
| 3.8.3.3                                   | Uji Autokorelasi .....                                   | 45        |
| 3.8.3.4                                   | Uji Heteroskedastisitas.....                             | 46        |
| 3.8.4                                     | Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....               | 47        |
| 3.8.5                                     | Uji Hipotesis .....                                      | 47        |
| 3.8.5.1                                   | Uji T (Uji Parsial) .....                                | 48        |
| 3.8.5.2                                   | Uji F (Uji simultan).....                                | 49        |

|  |    |
|--|----|
| 3.8.6 Koefisien Determinasi .....                | 50 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....                | 51 |
| 4.1 Gambaran Umum Fotocopy Pelangi.....          | 51 |
| 4.1.1 Sejarah Fotocopy Pelangi .....             | 51 |
| 4.1.2 Visi Misi Fotocopy Pelangi .....           | 52 |
| 4.1.3 Struktur Organisasi Fotocopy Pelangi ..... | 53 |
| 4.2 Hasil Penelitian .....                       | 55 |
| 4.2.1 Data Responden.....                        | 55 |
| 4.3 Uji Validitas dan Realibilitas .....         | 57 |
| 4.3.1 Uji Validitas.....                         | 57 |
| 4.3.2 Uji Realibilitas.....                      | 58 |
| 4.3.3 Uji Asumsi Klasik .....                    | 59 |
| 4.3.3.1 Uji Normalitas .....                     | 59 |
| 4.3.3.2 Uji Multikolinearitas .....              | 60 |
| 4.3.3.3 Uji Autokorelasi .....                   | 61 |
| 4.3.3.4 Uji Heteroskedastisitas .....            | 62 |
| 4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....      | 63 |
| 4.3.5 Uji Hipotesis.....                         | 65 |
| 4.3.5.1 Uji T (Uji Parsial).....                 | 65 |
| 4.3.5.2 Uji F ( Uji Simultan) .....              | 66 |
| 4.3.6 Uji Koefisien Determinasi (Adj R2 ).....   | 66 |
| 4.4 Pembahasan.....                              | 67 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....                  | 72 |
| 5.1 Kesimpulan .....                             | 72 |
| 5.2 Saran .....                                  | 73 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                             | 75 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN.....                           | 77 |

## **DAFTAR GAMBAR**

| Gambar   | Halaman |
|--|---------|
| Gambar 1.1 Kerangka Berpikir .....                   | 14      |
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi Fotocopy Pelangi..... | 54      |

## DAFTAR TABEL

| Tabel  | Halaman |
|--|---------|
| Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu.....                | 26      |
| Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....                     | 55      |
| Tabel 4.2 Pekerjaan.....                         | 56      |
| Tabel 4.3 Umur .....                             | 56      |
| Tabel 4.4 Uji Validitas .....                    | 57      |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....            | 58      |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas .....             | 59      |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas.....       | 61      |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Autokolerasi .....           | 62      |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....    | 63      |
| Tabel 4.10 Hasil Analisa linier berganda.....    | 64      |
| Tabel 4. 11 Uji T (Uji Parsial) .....            | 65      |
| Tabel 4.12 Uji F (Uji Simultan) .....            | 66      |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi ..... | 67      |

## DAFTAR LAMPIRAN

|   |    |
|---|----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....                        | 77 |
| Lampiran 2 Data Deskriptif Responden.....                   | 79 |
| Lampiran 3 Data Karakteristik Responden.....                | 84 |
| Lampiran 4 Tabulasi Data.....                               | 86 |
| Lampiran 5 Hasil Uji Validitas.....                         | 94 |
| Lampiran 6 Hasil Uji Reabilitas.....                        | 95 |
| Lampiran 7 Hasil Uji Normalitas.....                        | 95 |
| Lampiran 8 Hasil Uji Multikoleniaeritas.....                | 96 |
| Lampiran 9 Hasil Uji Autokorelasi.....                      | 96 |
| Lampiran 10 Hasil Uji Heteroskedastiitas.....               | 96 |
| Lampiran 11 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda..... | 97 |
| Lampiran 12 Hasil Uji t (Uji Parsial).....                  | 97 |
| Lampiran 13 Hasil Uji F (Uji Simultan).....                 | 97 |
| Lampiran 14 Hasil Uji Koefisien Determenasi.....            | 97 |

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi dunia semakin hari semakin berkembang. Segala kegiatan dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi. Salah satu teknologi yang banyak dimanfaatkan adalah mesin fotocopy. Sebelum adanya mesin fotocopy, pekerjaan yang banyak dilakukan menggandakan suatu dokumen atau catatan hanya dapat dikerjakan secara manual. Adanya fotocopy membuat pekerjaan untuk menggandakan dokumen dapat dikerjakan dengan cepat dan mudah tanpa harus menyalin satu per satu. Seiring dengan perkembangan zaman, mesin fotocopy juga mengalami perkembangan. Penyempurnaan mesin fotocopy terus dilakukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, mulai dari fotocopy hitam putih menjadi fotocopy berwarna yang menyerupai aslinya. Selain itu, mesin fotocopy saat ini dapat beroperasi dengan lebih cepat (Hendri Hananto: 2018)<sup>[1]</sup>.

Kecanggihannya pada mesin fotocopy ini membuat peluang usaha yang menarik. Meskipun demikian lokasi merupakan salah satu hal yang paling penting dalam bisnis fotocopy. Umumnya, bisnis fotocopy selalu dekat dengan perkantoran, kampus, sekolah, dan juga tempat dengan keramaian yang padat seperti jalan raya. Perguruan tinggi atau kampus merupakan pasar paling potensial untuk bisnis fotocopy. Mahasiswa

perguruan tinggi sangat membutuhkan fotocopy, baik untuk penggandaan catatan kuliah, skripsi, maupun tugas. Oleh karena itu, bisnis fotocopy lebih berpeluang berada di area perguruan tinggi dan perkantoran (Hendri Hananto :2018)<sup>[1]</sup>.

Saat ini kemajuan perekonomian di Indonesia secara perlahan-lahan mulai berdampak terhadap kehidupan masyarakat. Adanya peningkatan status sosial dan ekonomi masyarakat berakibat pula pada perubahan perilaku serta gaya hidup. Perubahan tersebut pada akhirnya mempengaruhi selera kepuasan terhadap suatu produk. Masyarakat menginginkan produk dan layanan kualitas yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang perusahaan dituntut untuk mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat yang berorientasi pada kepuasan konsumen dan menjadikan loyalitas terhadap perusahaan itu. Produk dan jasa yang tidak memenuhi kriteria kualitas konsumen dengan sangat mudah ditinggalkan dan akhirnya konsumen beralih ke perusahaan lain. Untuk mengantisipasi hal tersebut tentunya perusahaan dituntut untuk mengutamakan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang berorientasi pada kepuasan konsumen (Hermanto,Roky Apriansyah, Khusnul Fikri & Albetris: 2019)<sup>[2]</sup>.

Kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan akan menciptakan kepuasan bagi konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk dan jasa yang diterimanya, konsumen akan

membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin di sadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek yang penting dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Upaya-upaya yang akan dilakukan oleh perusahaan untuk memuaskan kebutuhan konsumen dengan berbagai strategi dan berbagai cara agar pelanggan merasa puas dan akan datang kembali. Apabila konsumen telah menjadi konsumen yang royal karena merasa puas kebutuhannya telah terpenuhi maka konsumen tidak akan pindah ke perusahaan lain (Hermanto, Roky Apriansyah, Khusnul Fikri & Albetris: 2019)<sup>[2]</sup>.

Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat menentukan dalam pemasaran, sebaliknya kekecewaan konsumen dalam memberikan pelayanan bisa menjadikan kehancuran perusahaan di masa mendatang. Agar konsumen dapat di pertahankan, tentu harus dilakukan dengan langkah-langkah pelayanan optimal bagi konsumen. Pada umumnya harapan konsumen merupakan keyakinan konsumen tentang apa yang diterimanya bila mereka membeli suatu produk. Kepuasan ini mendatangkan keuntungan karena mendapatkan pelanggan baru lima kali

lebih mudah dari pada mempertahankan yang sudah ada (Munawir : 2018)<sup>[3]</sup>.

Di samping itu jumlah pesaing dalam bisnis fotocopy yang semakin lama semakin bertambah, maka masing-masing perusahaan berusaha memberikan yang terbaik untuk konsumennya dengan memberikan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang bersaing. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat memberikan nilai tambah tersendiri bagi konsumen yaitu melalui kualitas pelayanan maupun produk atau jasa kita agar tidak beralih kepada perusahaan lain. Dengan adanya kualitas pelayanan dan produk yang bersaing dalam bisnis fotocopy, usaha fotocopy Pelangi membuat strategi untuk merebut hati konsumen dan membuat masing-masing perusahaan berlomba-lomba membuat strategi yang baik untuk merebut hati konsumen, baik melalui kualitas pelayanan maupun kualitas produk. Kualitas pelayanan maupun kualitas produk sangat berperan dalam kegiatan bisnis fotocopy, hal tersebut harus di kemas secara seimbang agar dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Oleh karena itu, perlu di lakukan analisis terhadap kepuasan konsumen bagi usaha tersebut untuk mengukur dan mengevaluasi sebaik mungkin. Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit dan rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka akan menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitife. Sistem pelayanan perlu di dukung oleh kualitas pelayanan, sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada

konsumen sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi perusahaan.

Menurut Kotler dan Keller (2009: 143)<sup>[4]</sup> mendefinisikan kualitas produk adalah produk atau jasa yang telah memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi menurut para ahli, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah suatu bentuk barang atau jasa yang diukur dalam ketinggian standar mutu keandalan, keistimewaan tambahan, kadar, rasa, serta fungsi kinerja produk tersebut yang dapat memenuhi ekspansi pelanggan. Kualitas produk mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya mencakup daya tahan, kehandalan, kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan, dan reparasi produk dan ciri-ciri lainnya. Dari pendapat yang di kemukakan diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk juga memiliki peranan penting karena kualitas produk adalah hal pertama yang dinilai konsumen dan menjadikan suatu pengalaman yang menarik pelanggan potensial apabila mereka merasa terpuaskan dengan produk tersebut.

Menurut Supranto (2006)<sup>[5]</sup> Kualitas Pelayanan adalah sesuatu yang harus dikerjakan oleh peyedia jasa dengan baik. Kualitas pelayanan seperti yang dirasakan oleh para konsumen, berasal dari suatu perbandingan antara apa yang ditawarkan oleh perusahaan pelayanan yaitu harapan dan dengan persepsi mereka tentang kinerja pemberi kerja. Kualitas pelayanan adalah segala bentuk pelayanan yang dilakukan oleh seseorang secara maksimal dengan segala keunggulan dalam rangka

memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Menurut Tjiptono (2012:301)<sup>[6]</sup> Kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa ketika kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Kepuasan pelanggan merupakan tujuan keberhasilan yang ingin di capai oleh perusahaan untuk memuaskan pelanggan. Dengan mengetahui apa yang diinginkan dan diharapkan oleh pelanggan dari kualitas pelayanan yang diberikan, maka perusahaan akan mempunyai nilai tambah tersendiri dari pelanggan untuk perusahaan. Pelanggan akan sering datang dan akan percaya terhadap pelayanan yang diberikan selama kualitas pelayanan belum ada yang meyangingi.

Fotocopy pelangi merupakan salah satu perusahaan fotocopy yang beroperasi di Buniwah sejak tahun 2005. Fotocopy Pelangi adalah salah satu perusahaan jasa yang tidak hanya bergerak dalam bidang fotocopy saja. Tetapi juga melayani di bidang Cutting Stiker, printing, printing sticker, cetak foto, foto KTP, foto pengantin, foto ijazah, cetak kalender, cetak buku Yassin, kartu nama, nota, benner, cetak undangan, laminating, penjilidan, scan, souvenir, desain gambar, serta menjual alat tulis kantor (ATK) dan peralatan untuk pelajar dan di fotocopy pelangi juga menyediakan pom mini. Fotocopy Pelangi berada di Jl. Raya Buniwah-Bojong Desa Buniwah Rt 03 Rw 01 Dukuh Keseran Kecamatan Bojong Kabupaten Tegal sebelah selatan Lapangan Sepak Bola Buniwah.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apa yang sebenarnya diinginkan atau diharapkan konsumen dan apa yang selama ini di persepsikan oleh konsumen atas kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diterimanya. Pada perusahaan selain pelayanan pada pelanggan dalam bentuk fisik juga dibutuhkan pelayanan non fisik, yaitu kemampuan berkomunikasi dari setiap karyawan yang bertugas. Kemampuan berkomunikasi yang dimaksudkan dalam hal ini adalah bagaimana karyawan tersebut membantu setiap pembeli yang datang berkunjung, sehingga memudahkan pembeli dalam mendapatkan pelayanan sesuai kebutuhannya. Selain itu karyawan juga harus memiliki sikap empati, ramah dan sopan, serta dapat memberikan pelayanan

dengan cepat kepada setiap pengunjung. Dalam hal pelayanan pelanggan, Fotocopy Pelangi memiliki beragam permasalahan, dimana saat ini masih terdapat karyawan yang kurang ramah kepada konsumen dan karyawan yang bekerja dengan baik hanya ketika diawasi saja. Selain itu kurangnya respon karyawan terhadap pengunjung yang datang hal ini diakibatkan karena kurang memadainya jumlah karyawan yang melayani didalam toko dengan jumlah pengunjung yang datang. Sehingga mengakibatkan pengunjung tersebut memutuskan untuk pergi karena merasa tidak dilayani. Fotocopy Pelangi sebagai salah satu dari banyak fotocopy yang harus menghadapi dinamika persaingan yang ketat dengan fotocopy lainnya. Dengan semakin meningkatnya persaingan, maka semakin penting lokasi yang strategis dan kualitas pelayanan pada pelanggan dalam memasarkan produk atau jasa yang diperdagangkan. Sedangkan memilih lokasi yang strategis sebagai alat untuk berdagang dan kualitas pelayanan pada pelanggan merupakan bagian dari pemasaran sebagai alat untuk membangun loyalitas konsumen dan turut menentukan suksesnya suatu perusahaan agar dapat bertahan, bersaing serta menguasai pasar.

Salah satu bisnis atau usaha yang merasakan dampak perubahan selera kepuasan konsumen terhadap suatu produk saat ini adalah bisnis fotocopy. Kualitas produk serta kualitas pelayanan yang ditawarkan pun beraneka macam, dengan begitu setiap perusahaan akan memiliki ciri dan keunggulan tersendiri nantinya yang akan menjadi nilai positif bagi

perusahaan tersebut. Hal inilah yang kemudian menjadi problem bagi perusahaan karena baik pemilik maupun karyawan diuntut untuk menciptakan strategi inovasi agar mampu bersaing dan unggul dibandingkan dengan kompetitor-kompetitornya. Permasalahan yang terjadi di Fotocopy Pelangi yaitu konsumen yang kurang puas dengan produk yang dihasilkan oleh Fotocopy Pelangi. Seperti hasil Fotocopy yang kurang jelas, warna yang dihasilkan dipercetakan foto cepat pudar dan produk yang dijual kurang lengkap sehingga mengakibatkan konsumen kurang puas.

Dari uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA UMKM FOTOCOPY PELANGI DESA BUNIWAH KABUPATEN TEGAL”**.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Fotocopy Pelangi Desa Buniwah ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Fotocopy Pelangi Desa Buniwah ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas produk yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Fotocopy Pelangi Desa Buniwah.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Fotocopy Pelangi Desa Buniwah.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan pemahaman peneliti mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada UMKM Fotocopy Pelangi Desa Buniwah Kabupaten Tegal.

## 2. Manfaat Praktis

### 1) Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan kesempatan yang sangat bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti dalam menerapkan teori yang didapat selama perkuliahan, serta peneliti dapat menambah pengetahuan tentang masalah-masalah yang dihadapi oleh suatu perusahaan tersebut.

### 2) Bagi Fotocopy Pelangi

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan bagi perusahaan untuk kualitas produk dan kualitas pelayanan pada konsumennya.

### 3) Bagi Politeknik Harapan Bersama

Peneliti di harapkan dapat digunakan sebagai bahan untuk menambah ilmu pengetahuan dan wawasan. Selain itu juga dapat menambah informasi, dan dapat memberikan gambaran bagi peneliti untuk penulisan tugas akhir.

## 1.5 Batasan Masalah

Permasalahan yang akan dibatasi dalam penyusunan penelitian ini yaitu:

Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada UMKM Fotocopy Pelangi Desa Buniwah Kabupaten Tegal.

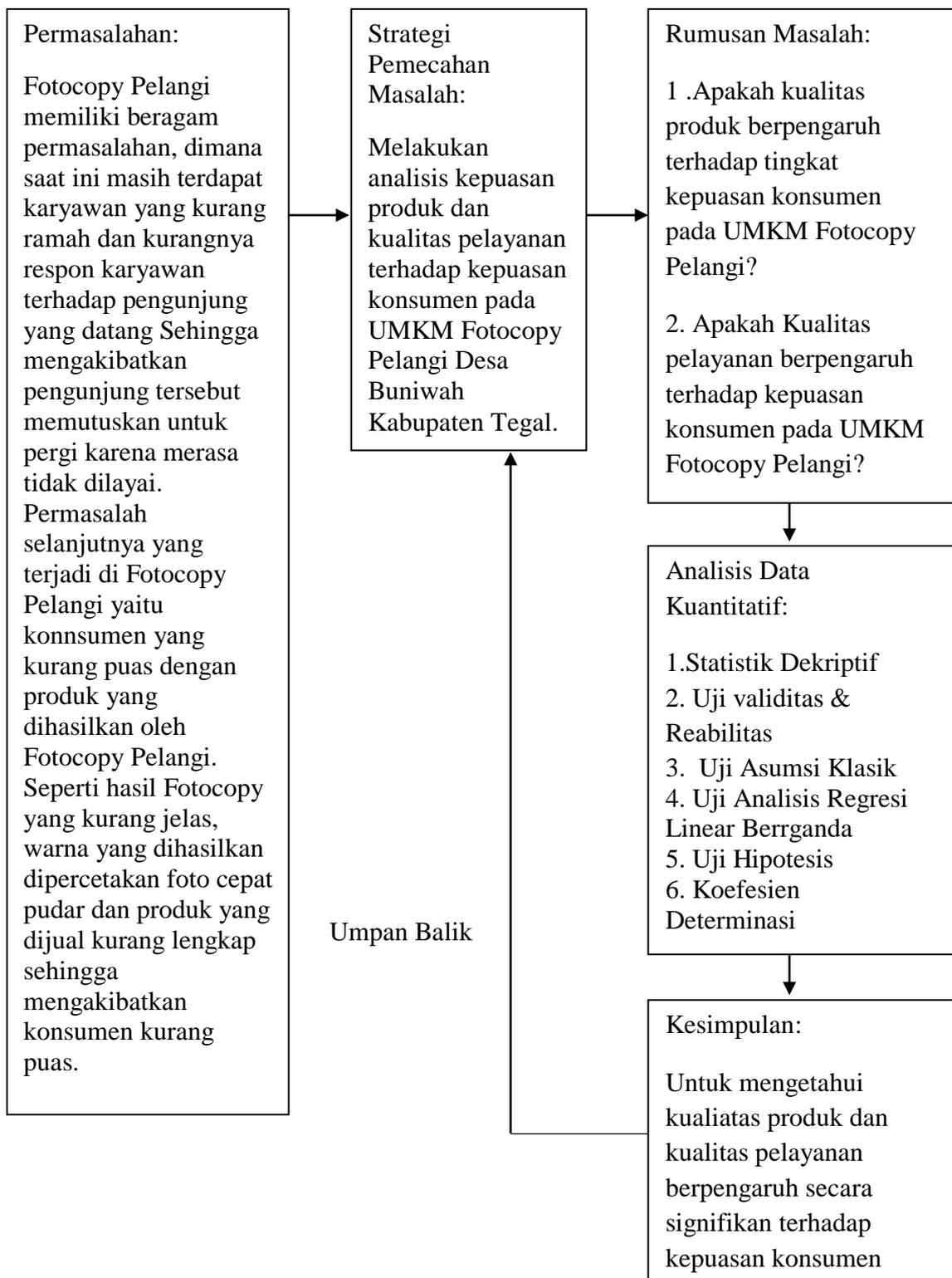
## **1.6 Kerangka Berpikir**

Pelayanan terbaik yang diberikan oleh perusahaan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen. Semua pihak yang membeli dan mengkonsumsi jasa akan memberikan penilaian yang berbeda-beda terhadap kualitas pelayanan. Penelitian berpendapat bahwa pelayanan yang di berikan oleh perusahaan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menikmati manfaat dari pelayanan yang di tawarkan. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Bila pelayanannya berkualitas maka konsumen akan puas, namun sebaliknya, bila pelayanannya tidak berkualitas maka konsumen tidak puas.

Sebuah perusahaan akan dianggap sukses dalam jangka panjang adalah perusahaan yang dapat memuaskan semua kebutuhannya terutama dalam kualitas produk dan kualitas pelayanan, sebab kepuasan atau ketidakpuasan konsumen akan suatu produk dan pelayanan akan mempengaruhi perilaku pembeli selanjutnya. Penelitian ini akan membahas tentang kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada UMKM fotocopy Pelangi Desa Buniwah Kabupaten Tegal. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan perlu dilakukan strategi pemecahan masalah yang baru, salah satunya yaitu melakukan penyebaran kuesioner.

Kemudian hasil data tersebut akan diolah dengan menggunakan statistik deskriptif. Dan menggambarkan hubungan dari variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Variabel terikat (dependen) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (independen). Dalam hal ini variabel terikat (dependen) adalah kepuasan konsumen (Y). Sedangkan variabel bebas (independen) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab atau timbulnya variabel terikat (dependen). Variabel bebas (independen) dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2). Berdasarkan hasil analisis ini, maka akan diperoleh temuan variabel kepuasan konsumen mempunyai pengaruh terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan di UMKM Fotocopy Pelangi. Temuan inilah yang digunakan sebagai dasar untuk perumusan strategi dalam memecahkan masalah.

Berdasarkan penjelasan tersebut di atas, maka dapat dilakukan penyederhanaan menggunakan kerangka berpikir penelitian sebagai berikut:



Gambar 1.1 Kerangka Berpikir

## 1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan tugas akhir ini, dibuat sistematika penulisan agar mudah untuk dipahami dan memberikan gambaran secara umum kepada pembaca mengenai tugas akhir ini. Sistematika penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

### 1. Bagian awal

Bagian awal berisi halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian Tugas Akhir (TA), halaman pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah untuk kepentingan akademis, halaman persembahan, halaman motto, kata pengantar, intisari/abstrak, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan lampiran.

Bagian awal ini berguna untuk memberikan kemudahan kepada pembaca dalam mencari bagian-bagian penting secara cepat.

### 2. Bagian isi terdiri dari lima bab, yaitu :

#### BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, kerangka berpikir dan sistematika penulisan.

#### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini memuat teori-teori tentang pengertian kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

### BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang lokasi penelitian (tempat dan alamat penelitian), waktu penelitian, metode pengumpulan data, jenis dan sumber data penelitian, dan metode analisis data.

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan laporan hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan berisi tentang garis besar dari inti hasil penelitian, serta saran dari peneliti yang diharapkan dapat berguna bagi instansi atau perusahaan.

### DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi tentang daftar buku, *literature* yang berkaitan dengan penelitian. Lampiran berisi data yang mendukung penelitian tugas akhir secara lengkap.

### 3. Bagian Akhir

#### LAMPIRAN

Lampiran berisi informasi tambahan yang mendukung kelengkapan laporan, antara lain Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian dari Tempat Penelitian, Kartu Konsultasi, Spesifikasi teknis serta data-data lain yang diperlukan.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Pengertian Kualitas Produk**

Pengertian kualitas produk menurut Kotler and Armstrong (2012:283)<sup>[7]</sup> adalah “*the ability of a product to perform its functions, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes*” dengan arti kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Sedangkan Kotler dan Keller (2009: 143)<sup>[8]</sup> mendefinisikan kualitas produk adalah produk atau jasa yang telah memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi menurut para ahli, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah suatu bentuk barang atau jasa yang diukur dalam ketinggian standar mutu keandalan, keistimewaan tambahan, kadar, rasa, serta fungsi kinerja dari produk tersebut yang dapat memenuhi ekspansi pelanggan.

##### **2.1.1 Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk**

Assauri (2001:123)<sup>[9]</sup> faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas suatu produk yaitu:

1. Fungsi suatu produk fungsi untuk apa produk tersebut digunakan atau dimaksudkan.

2. Wujud luar faktor wujud luar yang terdapat dalam suatu produk tidak hanya terlihat dari bentuk tetapi warna dan pembungkusnya.
3. Biaya produk bersangkutan. Biaya untuk perolehan suatu barang, misalnya harga barang serta biaya untuk barang itu sampai kepada pembeli.

### **2.1.2 Dimensi Kualitas Produk**

Menurut Tjiptono (2008: 25)<sup>[10]</sup> terdapat delapan dimensi kualitas produk, yaitu sebagai berikut :

1. Kinerja (*Performance*)
2. *Features*
3. Keandalan
4. *Conformance*
5. *Durability*
6. Kemampuan pelayanan
7. Estetika
8. Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived quality*)

### **2.1.3 Klasifikasi Produk**

Tjiptono (2008: 98)<sup>[11]</sup> mengungkapkan bahwa klasifikasi produk bisa dilakukan dengan berbagai macam sudut pandang. Berdasarkan berwujud dan tidaknya, produk dapat diklasifikasikan kedalam tiga kelompok utama, antara lain :

1. Barang tidak tahan lama (*nondurable goods*)

Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian.

2. Barang tahan lama (*durable goods*)

Barang tahan lama merupakan barang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama dengan banyak pemakaian.

3. Jasa

Jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual.

Kualitas produk merupakan kemampuan dari suatu produk dalam menjalankan fungsinya. Kualitas produk mempunyai hubungan yang sangat erat dengan kepuasan konsumen karena kualitas produk dapat dinilai dari kemampuan produk tersebut untuk menciptakan kepuasan konsumen. Semakin tinggi tingkat kualitas produk dalam memuaskan konsumen, maka akan menyebabkan kepuasan konsumen yang tinggi pula. Kualitas produk mempunyai pengaruh yang bersifat langsung terhadap kepuasan konsumen. Dengan meningkatkan kemampuan suatu produk maka akan tercipta keunggulan bersaing sehingga konsumen menjadi semakin puas.

## **2.2 Pengertian Kualitas Pelayanan**

Bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa, kualitas pelayanan merupakan faktor yang sangat penting. Karena dalam memasarkan produk

jasa, interaksi antara produsen dan konsumen terjadi secara langsung. Aplikasi kualitas pelayanan sebagai sifat dan penampilan produk atau kinerja merupakan salah satu bagian utama dari strategi perusahaan dalam meraih keunggulan yang kesinambungan. Baik sebagai pemimpin pasar atau sebagai strategi untuk terus berkembang.

Kualitas pelayanan yaitu memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan. Menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2013:216)<sup>[12]</sup> mengatakan bahwa kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Produk jasa atau pelayanan lebih kompleks dibandingkan dengan barang. Hal tersebut disebabkan karena dimensi kualitas pelayanan jasa lebih sulit diidentifikasi. Tetapi beberapa pakar pemasaran telah menemukan dimensi faktor utama yang menentukan kualitas pelayanan jasa.

### **2.2.1 Dimensi Kualitas Pelayanan**

Melalui penelitian yang dilakukan “Parasuraman, Zeithaml dan Bary (dalam Susanto, dkk:2020)<sup>[13]</sup> terdapat lima factor yang menentukan kualitas pelayanan jasa sekaligus sebagai ukuran didalam melihat kualitas jasa yang dipersepsikan konsumen, yaitu :

1. Berwujud (*tangible*)

Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan, oleh pembeli jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh: gedung, gudang), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

2. Keandalan (*reliability*)

Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan serta akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

3. Ketanggapan (*responsiveness*)

Yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negatif dalam pelayanan.

4. Jaminan dan kepastian (*assurance*)

Yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada

perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.

#### 5. Empati (*empathy*)

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atas pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan konsumen sesuai bahkan melebihi harapan konsumen maka pelayanan tersebut dianggap berkualitas dan memuaskan. Namun apabila pelanggan/konsumen mendapati bahwa pelayanan yang diterima itu tidak sesuai atau berada dibawah harapan konsumen, maka pelayanan dapat dianggap tidak berkualitas dan mengecewakan.

### **2.3 Pengertian Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Menurut Ratnasari dan Aksa (2011:117)<sup>[14]</sup>, kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/jasa yang diterima dan yang diharapkan. Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

### **2.3.1 Ciri-Ciri Pelanggan yang Puas**

Perilaku pelanggan yang merasa puas tentu akan berbeda dengan perilaku pelanggan yang tidak puas. Kotler (2007: 48)<sup>[15]</sup> menyatakan ciri-ciri konsumen yang merasa puas sebagai berikut:

1. Loyal terhadap produk.
2. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif.
3. Perusahaan menjadi pertimbangan utama.

### **2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan**

Sentot (2010: 19)<sup>[16]</sup> mengemukakan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, antara lain :

1. Fitur produk dan jasa
2. Emosi pelanggan
3. Atribusi untuk keberhasilan atau kegagalan jasa,

4. Persepsi terhadap kewajaran dan keadilan
5. Pelanggan lain, keluarga dan rekan kerja.

### **2.3.3 Indikator Kepuasan Pelanggan**

Kotler dan Armstrong (2012: 150)<sup>[17]</sup> mengemukakan bahwa terdapat beberapa indikator yang dapat mengukur kepuasan pelanggan, indikator tersebut antara lain :

1. Tetap loyal
2. Membeli produk baru yang ditawarkan
3. Merekomendasikan produk
4. Bersedia membayar lebih
5. Memberi masukan

### **2.4 Definisi UMKM**

Definisi yang berkaitan dengan UKM (Usaha Kecil Menengah) tersebut adalah: Ketentuan Undang-Undang No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil dan kemudian dilaksanakan lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan, dimana pengertian UKM adalah sebagaimana diatur dalam pasal 1 Undang-Undang Nomor. 9 Tahun 1995 sebagai berikut:

1. Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

2. Usaha Menengah dan Usaha Besar adalah kegiatan ekonomi yang mempunyai kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan usaha kecil.

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) pengertian UMKM adalah:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan perusahaan yang dimiliki, dikuasi, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

## 2.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah pernyataan atau tuduhan bahwa sementara masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah (belum tentu benar) sehingga harus diuji secara empiris (Erwan Agus Purwanto dan Dyah Ratih Sulistyastuti, 2007: 137)<sup>[18]</sup>. Suatu Hipotesis akan diterima apabila data yang dikumpulkan mendukung pernyataan. Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H<sub>a1</sub>: Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada UMKM Fotocopy Pelangi Desa Buniwah Kabupaten Tegal

H<sub>a2</sub>: Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada UMKM Fotocopy Pelangi Desa Buniwah Kabupaten Tegal

H<sub>a3</sub>: Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan Konsumen Pada UMKM Fotocopy Pelangi Desa Buniwah Kabupaten Tegal

## 2.6 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu**

| NO | NAMA PENELITI (TAHUN) “JUDUL PENELITIAN” | RUMUSAN MASALAH                                      | ALAT ANALISIS                       | HASIL PENELITIAN   |
|----|--|--|-------------------------------------|--|
| 1  | SITI AISYAH (2015) “PENGARUH KUALITAS    | Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan jasa | Metode analisis data yang digunakan | Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan |

|  |   |  |                                      |   |
|--|---|--|--------------------------------------|---|
|  | <p>PRODUK<br/>DAN<br/>KUALITAS<br/>PELAYANAN<br/>JASA<br/>FOTOCOPY<br/>TERHADAP<br/>TINGKAT<br/>KEPUASAN<br/>KONSUMEN<br/>FE UPI Y.A.I”</p> | <p>fotocopy terhadap<br/>tingkat kepuasan<br/>konsumen FE<br/>UPI Y.A.I.</p> | <p>adalah metode<br/>deskriptif.</p> | <p>kualitas pelayanan<br/>jasa fotocopy<br/>terhadap tingkat<br/>kepuasan<br/>konsumen<br/>khususnya<br/>mahasiswa FE UPI<br/>Y.A.I, maka<br/>kesimpulannya<br/>bahwa kualitas<br/>produk dan kualitas<br/>pelayanan memiliki<br/>pengaruh<br/>signifikan terhadap<br/>konsumen. Hal ini<br/>menunjukkan bahwa<br/>konsumen sudah<br/>terpuaskan baik<br/>dalam hal kualitas<br/>produk dan kualitas<br/>pelayanan,<br/>walaupun masih<br/>ada yang belum<br/>sesuai dengan<br/>harapan konsumen.<br/>Beberapa yang<br/>harus di perbaiki<br/>diantaranya adalah<br/>fasilitas yang ada<br/>seperti mesin<br/>fotocopy yang<br/>rusak, ruang<br/>tunggu tidak ada<br/>tempat duduk dan<br/>tidak ada pendingin<br/>(AC), pengadaan,<br/>jilid dokumen,<br/>design, editing, dan<br/>printing tidak<br/>memadai dan<br/>nyaman,<br/>kelengkapan<br/>fasilitas mesin<br/>fotocopy dan jilid,<br/>mesin laminating<br/>dan lain-lainya</p> |
|--|---|--|--------------------------------------|---|

|   |   |   |  |  |
|---|---|---|--|--|
|   |   |   |  | dinyatakan belum lengkap.  |
| 2 | RIO REZKI (2019) “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN” | 1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen?<br>2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen?<br>3. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen? | Metode analisis yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode skala likert. | 1. Terdapat nilai positif kualitas produk sebesar 0,036 dan nilai $t_{hitung}$ 0,217 < $t_{tabel}$ 2,051 dengan signifikansi sebesar 0,590 > $\alpha$ 0,05, dinyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat di artikan variabel kualitas produk (X) tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).<br>2. Terdapat nilai positif kualitas pelayanan sebesar 0,536 dan $t_{hitung}$ 3,253 > $t_{tabel}$ 2,051 dengan signifikansi sebesar 0,003 < $\alpha$ 0,005, dinyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat diartikan variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).<br>3. Terdapat nilai positif dengan nilai |

|   |  |  |  |  |
|---|--|--|--|--|
|   |  |  |  | <p><math>F_{hitung} 5,532 &gt; F_{tabel} 3,34</math> dengan tingkat signifikansi sebesar <math>0,001 &lt; \alpha 0,05</math>. Dengan demikian kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap konsumen (Y).</p>  |
| 3 | <p>TIAS WINDARTI &amp; MARIATY IBRAHIM (2017) "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK DONAT MADU"</p> | <p>Bagaimana Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan Terhadap kepuasan Konsumen produk donat madu pada CV. Donat Madu Cihanjuang</p> | <p>Dalam penelitian ini data dianalisis secara deskriptif dan kuantitatif.</p> | <p>1.Kualitas produk pada CV. Donat Madu Cihanjuang-Pekanbaru dinilai sudah baik, artinya program kualitas produk yang dilakukan oleh CV. Donat Madu Cihanjuang-Pekanbaru sudah berjalan tepat sasaran. Indikator Daya Tahan (Durability) memiliki skor tertinggi dibandingkan indikator lainnya dikarenakan CV. Donat Madu cihanjuang-Pekanbaru donat yang dijual tidak mudah cepat basi walaupun tidak memakai pengawet.<br/>2.Kualitas pelayanan pada CV. Donat Madu cihanjuang-Pekanbaru dinilai sudah baik, artinya bahwa KFC Metropolitan City</p> |

|  |  |  |  |   |
|--|--|--|--|---|
|  |  |  |  | <p>Pekanbaru telah melakukan atau memberikan pelayanan yang baik terhadap setiap pengunjung atau konsumen yang datang. Tingginya skor keandalan dibandingkan dimensi lainnya dikarenakan petugas pada CV. Donat Madu Cihanjuang-Pekanbaru. Konsumen percaya akan pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen. Sehingga banyak konsumen yang menyukainya. 3. Kepuasan Konsumen pada CV. Donat Madu Cihanjuang-Pekanbaru dinilai sudah baik, artinya kepuasan konsumen untuk membeli produk donat madu di CV. Donat Madu Cihanjuang-Pekanbaru sudah cukup tinggi. Tingginya skor Konsumen merasa puas dengan CV. Donat Madu Cihanjuang karena sesuai dengan</p> |
|--|--|--|--|---|

|  |  |  |  |   |
|--|--|--|--|---|
|  |  |  |  | <p>harapan konsumen dan Jika konsumen merasa puas maka konsumen akan membeli kembali donat madu di CV. Donat Madu Cihanjuang dibandingkan indikator lainnya dikarenakan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang selama ini dilakukan CV. Donat Madu Cihanjuang-Pekanbaru berhasil mencuri perhatian konsumen, sehingga menimbulkan kepuasan konsumen atas produk donat madu yang ditawarkan oleh CV. Donat Madu Cihanjuang-Pekanbaru.</p> <p>4. Variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin tinggi kualitas produk yang dilakukan CV. Donat Madu Cihanjuang-Pekanbaru, meningkatkan pula kepuasan konsumen di CV. Donat Madu</p> |
|--|--|--|--|---|

|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  | <p>Cihanjuang-Pekanbaru, begitupun sebaliknya.</p> <p>5. Variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan CV. Donat Madu Cihanjuang-Pekanbaru, meningkatkan pula minat beli konsumen di restoran cepat saji KFC Metropolitan City Pekanbaru, begitupun sebaliknya.</p> <p>6. Variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin tinggi kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan CV. Donat Madu Cihanjuang-Pekanbaru, meningkatkan pula kepuasan konsumen CV. Donat Madu Cihanjuang-Pekanbaru,</p> |
|--|--|--|--|--|

|   |   |  |  |  |
|---|---|--|--|--|
|   |   |  |  | begitupun sebaliknya.  |
| 4 | ROSA LESMANA & RATNASARI (2019) “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PT. RADEKATA MA PIRANTI NUSA” | 1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan secara parsial PT. Radekatama Piranti Nusa ?<br>2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial di PT. Radekatama Piranti Nusa?<br>3. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan di PT. Radekatama Piranti Nusa ? | Metode analisis menggunakan metode uji validitas data, uji reliabilitas data, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji kolerasi, uji determinasi, uji hipotesis t, dan uji hipotesis f. | 1. Dari pengujian hipotesis diperoleh t nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ( $6,118 > 1,985$ ), hal itu juga dibuktikan dengan signifikan $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian maka $H_0$ ditolak dan $H_1$ diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial Antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.<br>2. Dari pengujian hipotesis t hitung nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ( $7,645 > 1,985$ ), hal ini juga dibuktikan dengan signifikan $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian maka $H_0$ ditolak dan $H_1$ , hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.<br>3. Berdasarkan hasil |

|  |  |  |  |   |
|--|--|--|--|---|
|  |  |  |  | <p>penelitian, meunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan persamaan regresi <math>Y = 15,009 + 0,294X_1 + 0,422X_2</math>. Kontribusi pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan adalah sebesar 44,8 % sedangkan sisanya 55,2% dipengaruhi factor lain. Diperoleh nilai F hitung lebih besar F table atau <math>(39,285 &gt; 2,700)</math>, hal tersebut juga diperkuat dengan signifikansi <math>0,000 &lt; 0,05</math>. Dengan demikian <math>H_0</math> ditolak dengan <math>H_1</math> diterima. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikansi secara simultan Antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.</p> |
|--|--|--|--|---|

|   |   |  |  |  |
|---|---|--|--|--|
| 5 | HARI SUSANTO (2020) “ANALISIS KUALITAS PRODUK, HARGA, KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA FOTOCOPY DWIYAN DI SAMPIT” | 1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?<br>2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen<br>3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen | Metode analisis menggunakan metode kuantitatif | 1. Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen secara signifikan positif dan hipotesisnya diterima dengan nilai signifikansi 0,000<br>2. Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen secara signifikan dan hipotesisnya diterima dengan nilai signifikansi 0,000.<br>3. Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen secara signifikannya adalah 0,000 yang dimana kualitas produk dan kualitas pelayanan sama-sama memberikan kontribusi terhadap kepuasan konsumen. |
|---|---|--|--|--|

Sumber : Data Diolah, 2021

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini bertempat pada Fotocopy Pelangi yang beralamat di Jl. Raya Buniwah-Bojong Desa Buniwah Dukuh Keseran Rt 03 Rw 01 Kecamatan Bojong Kabupaten Tegal sebelah selatan Lapangan Sepak Bola Desa Buniwah, Kode Pos 52465.

#### **3.2 Waktu Penelitian**

Penelitian dilaksanakan selama 4 bulan, terhitung dari bulan Maret sampai dengan Juni 2021.

#### **3.3 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

##### **1. Data Kualitatif**

Data kualitatif menurut Suliyanto (2005:134) <sup>[19]</sup> yaitu data dalam bentuk kata-kata atau bukan bentuk angka. Data ini biasanya menjelaskan karakteristik atau sifat. Data kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah gambaran umum tentang instansi dan struktur organisasi dan uraian tugas masing-masing karyawan Fotocopy Pelangi Desa Buniwah Kabupaten Tegal.

##### **2. Data Kuantitatif**

Data kuantitatif menurut Suliyanto (2005:135) <sup>[19]</sup> yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk angka dan merupakan hasil dari perhitungan

dan pengukuran. Data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini seperti menitik beratkan pada pengukuran dan analisis hubungan sebab akibat setiap variabel.

Desain penelitian *explanatory* dengan jenis penelitian deskriptif dan kasual, yaitu penelitian akan melakukan pengujian terhadap hipotesis-hipotesis dan menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen.

Metode pengumpulan data menggunakan metode survey yaitu dengan penyebaran kuesioner yang di berikan kepada konsumen/pelanggan Fotocopy Pelangi Desa Buniwah Kabupaten Tegal yang dirancang untuk mendapatkan informasi yang lebih spesifik.

### **3.4 Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **1. Data Primer**

Data Primer menurut Suliyanto (2005:131) <sup>[19]</sup> adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama. Data primer yang ada dalam penelitian ini adalah data-data dari kuesioner yang berupa tanggapan dari pelanggan Fotocopy Pelangi Desa Buniwah Kabupaten Tegal.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya (Suliyanto, 2005:132)<sup>[19]</sup>. Data sekunder diperoleh dari berbagai bahan pustaka, baik berupa buku, jurnal-jurnal dan dokumen lainnya yang ada hubungannya dengan materi kajian yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data-data atau keterangan yang diperlukan dalam penelitian ini, maka metode penelitian yang digunakan penulis ialah sebagai berikut :

#### 1. Observasi

Observasi menurut Sugiyono (2012: 145)<sup>[20]</sup> yaitu teknik pengumpulan data yang berkaitan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Observasi dalam penelitian ini dilakukan secara langsung pada instansi dengan mengumpulkan data yang berkaitan dengan penyusunan tugas akhir ini.

#### 2. Wawancara

Wawancara menurut Suliyanto (2005 : 137)<sup>[19]</sup> yaitu teknik pengambilan data dimana peneliti langsung berdialog dengan responden untuk menggali informasi dari responden. Dalam penelitian ini peneliti melakukan tanya jawab secara langsung

dengan pihak yang terkait dalam penyusunan penelitian tugas akhir ini.

### 3. Studi Pustaka

Studi Pustaka menurut Sugiyono (2012:291)<sup>[20]</sup> merupakan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Studi kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur ilmiah.

### 4. Dokumentasi

Dokumentasi menurut Sugiyono (2012:239)<sup>[20]</sup> adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan, angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi yang digunakan pada penelitian ini adalah tulisan visi misi dan gambar struktur organisasi

### 5. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2012: 142)<sup>[20]</sup>. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu apa yang diharapkan responden. Dengan menggunakan kuesioner, data langsung dari responden bisa di

dapatkan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data dari responden.

Penentuan bobot yang digunakan dalam penelitian atas hasil daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden adalah dengan menggunakan skala likert yaitu dengan kriteria umum penelitian untuk skor jawaban adalah:

- a. 5 : Sangat Setuju (SS)
- b. 4 : Setuju (S)
- c. 3 : Cukup Setuju (CS)
- d. 2 : Tidak Setuju (TS)
- e. 1 : Sangat Tidak Setuju (STS)

Kuesioner ini akan dibagikan kepada pengunjung atau pelanggan di Fotocopy Pelangi Desa Buniwah.

### **3.6 Populasi dan Sampel**

#### **3.6.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2012:57)<sup>[20]</sup>, Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung atau konsumen yang datang di Fotocopy Pelangi Desa Buniwah tersebut.

### 3.6.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2012:85)<sup>[20]</sup>, Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sehingga sampel merupakan bagian dari populasi yang ada, sehingga untuk pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu yang didasarkan oleh pertimbangan-pertimbangan yang ada. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara *Accidental Sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok dengan sumber data. Penyebaran kuesioner dilakukan selama 1 (satu) minggu yaitu tertanggal 30 Juni–6 Juli, dan mendapatkan jumlah sampel sebanyak 100 orang pelanggan yang datang di Fotocopy Pelangi Desa Buniwah.

### 3.7 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2012 : 59)<sup>[20]</sup> “Variabel Penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.”

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu :

#### 1. Variabel Independen

Menurut Suliyanto (2005 : 77) <sup>[19]</sup> “Variabel Independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab besar

kecilnya variabel lain”. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari kualitas produk dan kualitas pelayanan.

## 2. Variabel Dependen

Menurut Suliyanto (2005 : 78) <sup>[19]</sup> “Variabel dependen adalah variabel yang variasinya dipengaruhi oleh variabel independen”. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi variabel bebas melalui analisis terhadap variabel terkait sangat memungkinkan untuk menemukan jawaban atau solusi dari masalah yang ada. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen.

### **3.8 Metode Analisis Data**

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif**

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpulkan sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

## **3.8.2 Uji Validitas dan Reabilitas**

### **3.8.2.1 Uji Validitas**

Uji Validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2012:267)<sup>[20]</sup>. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Suatu instrument pengumpulan data dikatakan valid apabila mampu dan dapat mengungkap data atau informasi dari suatu variabel yang diteliti secara tepat dan mampu mengukur apa yang diinginkan atas penelitian tersebut.

### **3.8.2.2 Uji Reabilitas**

Uji Reabilitas merupakan uji kehadiran yang bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh suatu alat dapat diandalkan atau dipercaya (Sugiyono, 2012:134)<sup>[20]</sup>. Keandalan berkaitan dengan estimasi sejauh mana suatu alat ukur dilihat dari stabilitas atau konsistensi internal dan informasi, jawaban atau pertanyaan, jika pengukuran dilakukan pengamatan dilakukan berulang. Apabila suatu alat ukur digunakan berulang dan hasil yang diperoleh relatif konsisten maka alat ukur tersebut dianggap handal (reliabel). Uji Reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu

alat ukur dapat memberikan hasil yang relatif dan apabila dilakukan pengukuran kembali pada objek yang sama.

### **3.8.3 Uji Asumsi Klasik**

Suatu model regresi yang baik harus memenuhi tidak adanya masalah asumsi klasik dalam modelnya. Jika masih terdapat asumsi klasik, maka model regresi tersebut masih memiliki biasanya, jika suatu model masih terdapat adanya masalah asumsi klasik, maka akan dilakukan langkah revisi model ataupun penyembuhan untuk menghilangkan masalah tersebut. Pengujian asumsi klasik akan dilakukan sebagai berikut:

#### **3.8.3.1 Uji Normalitas**

Menurut Ghozali (2011:160) <sup>[21]</sup> “Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.”

Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik normal *P-P Plot of Regression Standardized Residual* atau dengan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Untuk mengetahui normal atau tidaknya data penelitian, maka pada penelitian ini menggunakan metode uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Jika hasil uji Kolmogorov Smirnov

lebih besar dari 0,05 atau nilai  $z > \text{Sig}=0,05$  maka suatu model regresi dikatakan normal dan berlaku sebaliknya.

### 3.8.3.2 Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali (2011:105)<sup>[21]</sup> Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara *variable independent*.

Untuk mendeteksi adanya multikolonieritas dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai  $VIF > 10$  maka terjadi multikolonieritas, dan jika nilai  $VIF < 10$  maka tidak terjadi multikolonieitas.

### 3.8.3.3 Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2011:110)<sup>[21]</sup> Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi.

Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Syarat untuk regresi ganda adalah tidak ada autokorelasi

antar variabel bebas. Cara mendeteksi adanya autokorelasi dengan melihat nilai statistik pada Durbin Watson (DW). Kriteria jika pada suatu model regresi tidak terjadi auto korelasi adalah jika  $-2 < DW < 2$ . Jika nilai DW di luar batas tersebut maka pada model regresi terjadi autokorelasi.

#### 3.8.3.4 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2011:139)<sup>[21]</sup> “Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain”. Jika *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilihat pada plot residual terhadap variabel *dependent* yang distandarisasi. Dengan dasar pengambilan keputusan yaitu jika ada pola tertentu, seperti titik–titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik–titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3.8.4 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen ketika datang di Fotocopy Pelangi Desa Buniwah. Model hubungan nilai konsumen dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut: (Ghozali, 2011:82)<sup>[21]</sup>

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

$b_1$  = Koefisien Regresi  $x_1$

$x_1$  = Kualitas Produk

$b_2$  = Koefisien Regresi  $x_2$

$x_2$  = Kualitas Pelayanan

e = Error`

### 3.8.5 Uji Hipotesis

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini menggunakan metode pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dilakukan secara simultan menggunakan uji F.

### 3.8.5.1 Uji T (Uji Parsial)

Uji T bertujuan untuk melihat secara parsial apakah ada pengaruh signifikan dari variabel terikat terhadap variabel bebas yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian penelitian ini adalah :

H<sub>a1</sub>: Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada UMKM Fotocopy Pelangi Desa Buniwah Kabupaten Tegal

H<sub>a2</sub>: Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada UMKM Fotocopy Pelangi Desa Buniwah Kabupaten Tegal

H<sub>a3</sub>: Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan Konsumen Pada UMKM Fotocopy Pelangi Desa Buniwah Kabupaten Tegal  
Dalam pengambilan keputusan dengan dua cara:

- a. Dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$ 
  - H<sub>0</sub> diterima jika  $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$   $\alpha = 5\%$
  - H<sub>0</sub> ditolak ( H<sub>a</sub> diterima ) jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} < -t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$
- b. Dengan berdasarkan angka signifikansinya
  - H<sub>0</sub> diterima jika angka signifikansinya  $> 0,05$
  - H<sub>0</sub> ditolak ( H<sub>a</sub> diterima ) jika signifikansinya  $< 0,05$

Perhitungan uji t secara manual dapat dilakukan menggunakan rumus:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t=  $t_{hitung}$

r= koefisien korelasi

n= jumlah responden

### 3.8.5.2 Uji F (Uji simultan)

Dalam penelitian ini untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel *independent* secara simultan tanda variabel *dependent* di lakukan dengan menggunakan uji  $F_{tes}$  yaitu dengan cara membandingkan antara  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ . Model hipotesis yang digunakan dalam uji F ini adalah:

- $H_{a1}$ : Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada UMKM Fotocopy Pelangi Desa Buniwah Kabupaten Tegal
- $H_{a2}$ : Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada UMKM Fotocopy Pelangi Desa Buniwah Kabupaten Tegal
- $H_{a3}$ : Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan Konsumen Pada UMKM Fotocopy Pelangi Desa Buniwah Kabupaten Tegal

Dalam pengambilan keputusan dengan dua cara, yaitu :

- a. Dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$ 
  - $H_0$  diterima jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$   $\alpha = 5\%$
  - $H_0$  ditolak (  $H_a$  diterima ) jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$
- b. Dengan berdasarkan angka probabilitasnya
  - $H_0$  diterima jika angka probabilitasnya  $> 0,05$
  - $H_0$  ditolak (  $H_a$  diterima ) jika probabilitasnya  $< 0,05$

### 3.8.6 Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono (2012:97)<sup>[16]</sup> “Koefisien Determinasi =  $R^2$  (Koefisien korelasi pangkat dua) ialah besarnya sumbangan/andil (share) dari X terhadap variasi (naik turunnya) Y.” Nilai koefisien determinasi ini dapat dihitung dengan formula sebagai berikut :

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

Keterangan :

KD = Koefisien Detreminasi

$r^2$  = Nilai koefisien korelasi

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Fotocopy Pelangi**

Fotocopy Pelangi merupakan salah satu bentuk usaha dagang dan pelayanan jasa, Usaha fotocopy ini berlokasi di Jl. Raya Buniwah-Bojong Desa Buniwah Rt 03 Rw 01 Dukuh Keseran kecamatan Bojong Kabupaten Tegal di sebelah selatan Lapangan Sepak Bola Buniwah. Salah satu contoh produk yang dijual adalah berbagai macam jenis Alat Tulis Kantor (ATK), selain menjual produk fotocopy Pelangi juga menghasilkan produk salah satunya yaitu hasil fotocopy dan cetak foto.

##### **4.1.1 Sejarah Fotocopy Pelangi**

Usaha ini didirikan pada tahun 2005 bernama PERCETAKAN NADZAR yang bertempat di Desa Guci Rt 04 Rw 01 Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal, bergerak dibidang percetakan dan fotografi di Obyek Wisata Guci usaha tersebut berjalan dengan lancar. Akan tetapi karena adanya kendala di tahun 2011 tersebut usaha ini dipindahkan ke Desa Buniwah Denasri Rt 03 Rw 02 Kecamatan Bojong Kabupaten Tegal. Usaha ini diganti dengan nama ANGGUN PRINTING yang berjalan sekitar tiga tahun dan tiga tahun berikutnya usaha ini ditinggalkan pemiliknya karena pemilik usaha ini

ingin mencoba suasana atau pengalaman yang baru yaitu bergabung untuk bekerja disalah satu perusahaan asing NCL (*Norwegian Cruise Line*). Setelah kontrak kerjanya selesai sekitar tiga tahun usaha tersebut dilanjutkan kembali pada tahun 2018 yang sekarang diberi nama FOTOCOPY PELANGI dan berjalan hingga sekarang. Usaha ini tidak hanya bergerak dibidang Fotocopy saja, tetapi juga melayani dibidang Cutting Stiker, Printing Sticker, cetak foto, foto KTP, Pengantin, Ijazah, Kalender, Yassin, Kartu Nama, Nota, Benner, Cetak Undangan, Laminating, Penjilidan, Scan, Souvenir, Desain Gambar, serta menjual Alat Tulis Kantor (ATK) dan peralatan untuk pelajar. Difotocopy Pelangi juga menyediakan pom mini.

Usaha Fotocopy Pelangi adalah salah satu jenis usaha Mikro yang berlokasi di Jl. Raya Buniwah-Bojong Desa Buniwah Rt 03 Rw 01 Dukuh Keseran Kecamatan Bojong Kabupaten Tegal di sebelah selatan Lapangan Sepak Bola Desa Buniwah.

#### **4.1.2 Visi Misi Fotocopy Pelangi**

Visi

1. Menjadi usaha yang baik dan dipercayai oleh konsumen.

2. Menjadi usaha Fotocopy yang beridentitas profesional dalam setiap aspek usaha sehingga menjadi andalan para pengguna jasa percetakan
3. Menjadi distributor yang terdepan dalam bidang Fotocopy dengan selalu memberikan solusi yang tepat dan efisien.

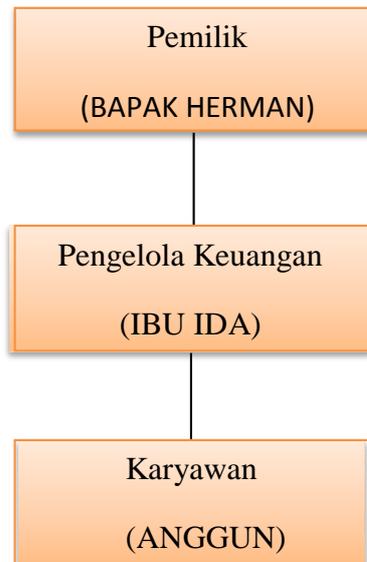
#### Misi

1. Memberikan layanan dengan kualitas terbaik dan terlengkap dalam bidangnya
2. Menjadikan mitra bisnis dan andalan bagi masyarakat
3. Memiliki teknologi informasi yang tepat
4. Produk yang dipasarkan yang dibutuhkan bermutu dan terbaik bagi pelanggan.

#### **4.1.3 Struktur Organisasi Fotocopy Pelangi**

Susunan struktur organisasi yang berkedudukan sebagai pemilik maupun karyawan dalam usaha Fotocopy Pelangi ini membuat usaha tersebut maupun menjalankan roda bisnisnya. Adapun dalam bagan dapat digambarkan struktur organisasi usaha Fotocopy Pelangi sebagai berikut

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Fotocopy Pelangi



*Sumber : Data Diolah, 2021*

#### TUGAS DAN WEWENANG

Untuk kelancaran kegiatan usaha tersebut, tiap jabatan memiliki tugas dan tanggung jawab masing-masing. Hal ini mengharuskan setiap individu berusaha melakukan kewajibannya dengan baik demi keberhasilan perusahaan. Berikut ini akan diuraikan tugas dan kewajiban setiap jabatan keanggotaan usaha Fotocopy Pelangi:

##### 1. Pemilik

Pemilik sebagai orang yang memiliki modal usaha dalam usaha Fotocopy Pelangi bertugas mengawasi dan mengatur jalanya usaha pemilik bertanggung jawab atas semua resiko dan beban usaha

## 2. Pengelola keuangan

Pengelolaan keuangan bertugas melakukan pengumpulan, perhitungan dan pengolahan data keuangan untuk menjaga penggunaan dana usaha secara efisien

## 3. Karyawan

Karyawan sebagai orang yang membantu pekerjaan dalam usaha Fotocopy Pelangi. Karyawan bertugas untuk melaksanakan kegiatan yang berkaitan dengan pelayanan perawatan tempat dan peralatan.

## 4.2 Hasil Penelitian

### 4.2.1 Data Responden

Berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan kepada pengunjung dan konsumen yang datang di Fotocopy Pelangi Desa Buniwah sebanyak 100 orang, maka diperoleh data responden sebagai berikut :

**Tabel 4.1 Jenis Kelamin**

| No. | Jenis Kelamin | Jumlah | Presentase (%) |
|-----|---------------|--------|----------------|
| 1   | Laki-laki     | 46     | 46             |
| 2   | Perempuan     | 54     | 54             |
|     | Total         | 100    | 100            |

*Sumber: Data Diolah (2021)*

diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa sebanyak 46% Dari tabel diatas diketahui bahwa responden atau 46 responden berjenis kelamin laki-laki dan 54% atau 54 responden berjenis kelamin perempuan.

Untuk klasifikasi berdasarkan pekerjaan dapat dilihat dari tabel berikut:

**Tabel 4.2 Pekerjaan**

| No.   | Pekerjaan | Jumlah | Presentase (%) |
|-------|-----------|--------|----------------|
| 1     | Pelajar   | 31     | 31             |
| 2     | Mahasiswa | 24     | 24             |
| 3     | Pegawai   | 17     | 17             |
| 4     | Lain-lain | 28     | 28             |
| Total |           | 100    | 100            |

*Sumber: Data Diolah (2021)*

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa klasifikasi responden berdasarkan pekerjaan yaitu sebanyak 31% atau 31 responden bekerja sebagai Pelajar, sebanyak 24% atau 24 responden sebagai bekerja Mahasiswa, 17% atau 17 responden bekerja sebagai Pegawai, sebanyak 28% atau 28 respoden bekerja sebagai lain-lain.

Untuk klasifikasi berdasarkan umur dapat dilihat dari tabel berikut:

**Tabel 4.3 Umur**

| No.   | Umur            | Jumlah | Presentase (%) |
|-------|-----------------|--------|----------------|
| 1     | < 15 Tahun      | 18     | 18             |
| 2     | 15 s.d 25 Tahun | 59     | 59             |
| 3     | >25 Tahun       | 23     | 23             |
| Total |                 | 100    | 100            |

*Sumber: Data Diolah (2021)*

Tabel diatas menunjukkan bahwa 18% atau 18 responden berumur < 15 tahun, 59% atau 59 responden berumur 15-25 tahun, 23% atau 23 responden berumur > 25 tahun.

### 4.3 Uji Validitas dan Realibilitas

#### 4.3.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2012:267)<sup>[16]</sup> “Uji Validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti”. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya tiap indikator pada suatu kuesioner. Berikut hasil uji validitas untuk kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen:

**Tabel 4.4 Uji Validitas**

| Variabel           | Indikator | Nilai Sig. | Keterangan |
|--------------------|-----------|------------|------------|
| Kualitas Produk    | 1         | 0,000      | Valid      |
|                    | 2         | 0,000      | Valid      |
|                    | 3         | 0,000      | Valid      |
|                    | 4         | 0,000      | Valid      |
|                    | 5         | 0,000      | Valid      |
| Kualitas Pelayanan | 1         | 0,000      | Valid      |
|                    | 2         | 0,000      | Valid      |
|                    | 3         | 0,000      | Valid      |
|                    | 4         | 0,000      | Valid      |
|                    | 5         | 0,000      | Valid      |
| Kepuasan konsumen  | 1         | 0,000      | Valid      |
|                    | 2         | 0,000      | Valid      |
|                    | 3         | 0,000      | Valid      |
|                    | 4         | 0,000      | Valid      |
|                    | 5         | 0,000      | Valid      |

*Sumber : Data Diolah, 2021*

Berdasarkan table di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai korelasi masing-masing indikator (pertanyaan) yaitu kualitas produk 1-5 dan kualitas pelayanan 1-5 terhadap kepuasan konsumen 1-5 menunjukkan nilai *sig. (2-tailed)* atau nilai signifikansi seluruh indikator lebih kecil dari *alpha* 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel diatas dinyatakan valid.

#### 4.3.2 Uji Realibilitas

Uji Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *cronbach's alpha* ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel (layak) jika *cronbach's alpha*  $>$  0,60 dan dikatakan tidak reliabel jika *cronbach's alpha*  $<$  0,60. Hasil uji reliabilitas ditampilkan pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas**

| Variabel           | Cronbach's Alpha | Keterangan |
|--------------------|------------------|------------|
| Kualitas Produk    | 0,921            | Reliabel   |
| Kualitas Pelayanan | 0,936            | Reliabel   |
| Kepuasan Konsumen  | 0,934            | Reliabel   |

*Sumber: Data Diolah, 2021*

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen dalam penelitian ini dapat diandalkan (reliabel) karena nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,60.

### 4.3.3 Uji Asumsi Klasik

#### 4.3.3.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi data normal atau tidak. Uji normalitas menggunakan uji statistik *One Sample Kolmogorov Smirnow* dilakukan dengan melihat nilai sig > 0,5 data terdistribusi normal.

**Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas**  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

|                                  |                | Standardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-----------------------|
| N                                |                | 100                   |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | .0000000              |
|                                  | Std. Deviation | .98984745             |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | .049                  |
|                                  | Positive       | .049                  |
|                                  | Negative       | -.045                 |
| Test Statistic                   |                | .049                  |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | .200 <sup>c,d</sup>   |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

*Sumber: Data Diolah, 2021*

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai *Asym. Sig ( 2-tailed)* sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 sehingga data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

#### **4.3.3.2 Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau tidak. Hasil yang diharapkan dalam pengujian multikolinearitas adalah tidak terjadinya korelasi antar variabel independen. Pengujian dapat diketahui melalui nilai *Tolerance Value (TOL)* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Jika nilai *Tolerance Value* lebih besar dari 0,10 dan VIF lebih kecil dari 10, maka tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas ditampilkan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas**

|       |            | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |       |      |                         |       |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
|       |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |       |      | Collinearity Statistics |       |
| Model |            | B                           | Std. Error | Beta                      | T     | Sig. | Tolerance               | VIF   |
| 1     | (Constant) | 2.830                       | .622       |                           | 4.551 | .000 |                         |       |
|       | Produk     | .787                        | .106       | .842                      | 7.422 | .000 | .106                    | 9.469 |
|       | Pelayanan  | .086                        | .103       | .094                      | .833  | .407 | .106                    | 9.469 |

a. Dependent Variable: Kepuasan\_pelanggan

Sumber: Data Diolah, 2021

Berdasarkan hasil analisis TOL dan VIF menunjukkan nilai *tolerance*  $0,106 > 0,10$  dan nilai VIF sebesar  $9,469 < 10$  yang berarti model regresi tidak terkena gejala Multikolinearitas.

#### 4.3.3.3 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara anggota serangkaian data observasi yang diuraikan menurut waktu (*time series*) atau ruang (*cross section*).

**Tabel 4.8 Hasil Uji Autokolerasi**

| Runs Test               |                            |
|-------------------------|----------------------------|
|                         | Unstandardized<br>Residual |
| Test Value <sup>a</sup> | .06873                     |
| Cases < Test Value      | 50                         |
| Cases >= Test Value     | 50                         |
| Total Cases             | 100                        |
| Number of Runs          | 60                         |
| Z                       | 1.809                      |
| Asymp. Sig. (2-tailed)  | .070                       |

a. Median

*Sumber: Data Diolah, 2021*

Uji Autokolerasi dengan menggunakan uji Runs Test dengan melihat nilai *Sig.* > 0,5 data tidak mengalami atau mengandung autokelaras. Berdasarkan hasil analisis uji autokolerasi menggunakan uji Runs Test menunjukkan nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* 0,070 > 0,05 maka data tidak mengalami atau mengandung autokolerasi.

#### **4.3.3.4 Uji Heteroskedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah varian dari variabel pada model regresi sama atau tidak. Uji heteroskedastisitas menggunakan uji statistik *Glesjer* dilakukan dengan melihat variabel independen memiliki nilai *Sig.* > *alpha* 0,05 maka

model regresi tidak terkena gejala heteroskedastisitas (varian data homogen).

**Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1     | (Constant) | 1.622                       | .376       |                           | 4.313  | .000 |
|       | Produk     | -.094                       | .064       | -.452                     | -1.467 | .146 |
|       | Pelayanan  | .071                        | .062       | .351                      | 1.139  | .258 |

a. Dependent Variable: abres

Sumber: Data Diolah, 2021

Berdasarkan hasil *Glesjer* menunjukkan nilai *Sig.* variabel kualitas kualitas produk sebesar  $0.146 > \alpha$  0,05 dan kualitas pelayanan sebesar  $0,258 > \alpha$  0,05 yang berarti model regresi tidak terkena gejala heterosedaktisitas.

#### 4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh baik secara parsial maupun simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap

kepuasan konsumen (Y). Hasil uji analisis regresi linier berganda ditampilkan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.10 Hasil Analisi linier berganda**

| Coefficients <sup>a</sup> |            |                             |            |                           |       |      |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                     |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|                           |            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1                         | (Constant) | 2.830                       | .622       |                           | 4.551 | .000 |
|                           | Produk     | .787                        | .106       | .842                      | 7.422 | .000 |
|                           | Pelayanan  | .086                        | .103       | .094                      | .833  | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan\_pelanggan

Sumber: Data Diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas maka dapat disusun persamaan regresinya sebagai berikut :

$$Y = 2.830 + 0,787X_1 + 0,086X_2$$

1. Nilai konstanta sebesar 2,830 menunjukkan bahwa jika kualitas produk dan kualitas pelayanan sebesar 0 satuan maka kepuasan konsumen sebesar 2,830 satuan.
2. Nilai koefisien regresi sebesar 0,787 menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel kualitas produk (X1) sebesar 1 satuan dapat menyebabkan peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,787 satuan.
3. Nilai koefisien regresi sebesar 0,086 menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel kualitas pelayanan

(X2) sebesar 1 satuan dapat menyebabkan peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,086 satuan.

### 4.3.5 Uji Hipotesis

#### 4.3.5.1 Uji T (Uji Parsial)

Uji T dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial dengan derajat keabsahan 10%. Pengambilan keputusannya dilakukan berdasarkan angka signifikansinya. Jika nilai *Sig.* < 0,05 maka berpengaruh atau nilai *Sig.* > 0,05 maka tidak berpengaruh

**Tabel 4. 11 Uji T (Uji Parsial)**

|       |            | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |       |      |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | Sig. |
| Model |            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1     | (Constant) | 2.830                       | .622       |                           | 4.551 | .000 |
|       | Produk     | .787                        | .106       | .842                      | 7.422 | .000 |
|       | Pelayanan  | .086                        | .103       | .094                      | .833  | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan\_pelanggan

Sumber: Data Diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji T dengan angka signifikansi menunjukkan bahwa variabel kualitas produk nilai *Sig.* sebesar 0,000 < *alpha* 0,05 dan pada variabel kualitas pelayanan nilai *Sig.* sebesar 0,000 < *alpha* 0,05 maka menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan konsumen.

#### 4.3.5.2 Uji F ( Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan dua cara yaitu :

**Tabel 4.12 Uji F (Uji Simultan)**

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |    |             |         |                   |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | Df | Mean Square | F       | Sig.              |
| 1                  | Regression | 1489.498       | 2  | 744.749     | 319.448 | .000 <sup>b</sup> |
|                    | Residual   | 226.142        | 97 | 2.331       |         |                   |
|                    | Total      | 1715.640       | 99 |             |         |                   |

a. Dependent Variable: Kepuasan\_pelanggan

b. Predictors: (Constant), Pelayanan, Produk

Sumber: Data Diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas dengan melihat nilai Fhitung dan menggunakan angka signifikansi maka dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai *alpha* 0,05 sehingga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen.

#### 4.3.6 Uji Koefisien Determinasi (Adj R2 )

Uji Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi yang diberikan variabel bebas (independen) secara bersama-sama terhadap variabel terikat

(dependen) yang ditunjukkan dengan persentase, semakin tinggi koefisien determinasi maka semakin tinggi kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel independennya. Hasil uji koefisien determinasi ditampilkan pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

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

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .932 <sup>a</sup> | .868     | .865              | 1.527                      |

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan\_pelanggan

*Sumber: Data Diolah, 2021*

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien determinasi ( $\text{Adj } R^2$ ) sebesar 0.865. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan dapat menjelaskan variabel kepuasan konsumen sebesar 86,5% sedangkan sisanya sebesar 13,5% dijelaskan oleh variabel lain.

#### **4.4 Pembahasan**

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas maka dapat diketahui bahwa pada Fotocopy Pelangi Desa Buniwah dikatakan baik jika kualitas produk dan kualitas pelayanan yang dihasilkan memiliki

kualitas yang baik sehingga konsumen merasa puas. Dari Hasil penelitian ini semua data yang digunakan baik data responden maupun jawaban responden bersifat valid dan reliabel hal tersebut dapat dilihat dari tabel 4.4 dan tabel 4.5. Pada hasil Uji Normalitas yang dilihat pada tabel 4.6 diperoleh nilai *Asym. (Sig 2- Tailed)* lebih besar dari nilai *alpha* 0,05 yang menunjukkan bahwa data terdistribusikan normal. Pada Uji Multikolinearitas yang dilihat pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa nilai *tolerance*  $0,106 > 0,10$  dan nilai VIF sebesar 9,469 yang berarti model regresi tidak terkena gejala Multikolinearitas. Pada Uji Autokorelasi yang dilihat pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai *Asym. Sig (2-tailed)* sebesar  $0,070 > 0,05$  maka data tidak mengalami autokorelasi. Pada Uji Heteroskedastisitas yang dilihat dari tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai Signifikan variabel kualitas produk sebesar  $0,146 > 0,05$  dan kualitas pelayanan  $0,258 > 0,05$  yang berarti model regresi tidak terkena gejala heteroskedastisitas. Pada hasil uji analisis regresi linear berganda dilihat pada tabel 4.10 diperoleh persamaan  $Y = 2,830 + 0,787X_1 + 0,086X_2$ , nilai konstanta sebesar 2,830 menunjukkan bahwa jika kualitas produk dan kualitas pelayanan sebesar 0 satuan maka kepuasan konsumen sebesar 2,830 satuan, nilai koefisien regresi sebesar 0,787 menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel kualitas produk ( $X_1$ ) sebesar 1 satuan dapat menyebabkan peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,787 satuan, nilai koefisien regresi sebesar 0,086 menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel kualitas

pelayanan (X2) sebesar 1 satuan dapat menyebabkan peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,086 satuan. Hasil pengujian hipotesis dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan konsumen

Hasil pengujian hipotesis satu mendapatkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti bahwa konsumen akan memilih produk dengan kualitas produk yang baik. Dalam penelitian ini konsumen yang menilai bahwa kualitas produk memiliki produk yang baik dan sesuai dengan keinginan konsumen. Hipotesis satu menunjukkan adanya pengaruh kualitas produk yang signifikan terhadap kepuasan konsumen yang dapat didukung oleh hasil penelitian uji T dalam (Table 4.11) dengan melihat nilai *Sig.* variabel kualitas produk sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai *alpha* 0,05 maka menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Selain dari hasil kuesioner yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen dapat dilihat juga dari hasil fotocopy yang bagus karena mesin fotocopy yang semakin canggih, produk yang dijual semakin lengkap sehingga konsumen merasa puas karena produk yang diinginkan sesuai harapan konsumen.

Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu oleh Hari Susanto (2020) yang berjudul “ Analisis Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen”.

## 2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Hasil pengujian hipotesis dua mendapatkan bahwa pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti bahwa pelayanan yang semakin baik akan meningkatkan kepuasan konsumen. Hal tersebut dapat ditunjukkan berdasarkan hasil Uji T dalam (Tabel.4.11) dengan nilai *Sig.* variabel kualitas pelayanan sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai *alpha* 0,05 maka menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Selain dari hasil kuesioner yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen dapat dilihat juga dari karyawan yang mulai ramah dan karyawan yang semakin tanggap kepada pengunjung yang datang di Fotocopy Pelangi sehingga konsumen merasa puas karena pelayanan yang semakin membaik. Hasil penelitian ini di dukung oleh hasil penelitian terdahulu oleh Tias Windarty & Mariaty Ibrahim (2017) yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu”.

## 3. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen Fotocopy Pelangi Desa Buniwah

Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama atau simultan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut ditunjukkan dengan Uji F dari (tabel 4.12) dengan nilai *Sig.* pada Uji F yaitu sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai *alpha* 0,05 sehingga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama atau simultan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk dan kualitas pelayanan dapat menjelaskan variabel kepuasan konsumen sebesar 86,5% sedangkan sisanya 13,5% dijelaskan oleh variabel lain.

Penelitian ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu oleh Siti Aisyah (2015) yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Jasa Fotocopy Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen FE UPI Y.A.P’.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada UMKM Fotocopy Pelangi Desa Buniwah Kabupaten Tegal “. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pengaruh kualitas produk menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di Fotocopy Pelangi Desa Buniwah. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,787, nilai t sebesar 7,422 dengan nilai signifikan 0,000. Koefisien regresi mempunyai nilai positif, dan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kualitas produk maka semakin meningkat pula kepuasan konsumen.
- 2) Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pengaruh kualitas pelayanan menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh positif dan signifikansi secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Fotocopy Pelangi Desa Buniwah. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,086, nilai t sebesar 0,833 dengan nilai signifikansi 0,000. Koefisien regresi mempunyai nilai positif, dan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin

baik kualitas pelayanan yang disajikan maka semakin meningkat pula kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil uraian diatas dapat disimpulkan kembali bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara bersama-sama atau simultan terhadap kepuasan konsumen di Fotocopy Pelangi Desa Buniwah. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi ( $Adj R^2$ ) sebesar 0,865 atau 86,5%, nilai F sebesar 319,448 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan besarnya kontribusi dari variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan dapat menjelaskan variabel kepuasan konsumen sebesar 86,5% sedangkan sisanya 13,5% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan saran ke Fotocopy Pelangi:

- 1) Sebaiknya Fotocopy Pelangi perlu meningkatkan kualitas produk terutama pada hasil foto copy untuk mempertahankan kepuasan konsumen. Karena kualitas produk yang baik akan menimbulkan kepuasan pelanggan pada suatu produk sehingga mendorong konsumen untuk menggunakan jasa fotocopy dikemudian hari.
- 2) Kualitas pelayanan dapat membentuk suatu citra atau image suatu perusahaan. Apabila perusahaan mempunyai citra yang baik dimata

pelanggan, maka pelanggan akan memberi penilaian positif pada perusahaan tersebut yang mendorong mereka untuk loyal pada produk tersebut. Sebaliknya, bila perusahaan mempunyai citra yang buruk, pelanggan akan memberi penilaian negatif sehingga pelanggan berpindah ke tempat lain. Hal ini harus diperhatikan oleh Fotocopy Pelangi untuk selalu memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada setiap pelanggannya agar mereka tidak berpindah ke fotocopyan lain. Karena kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

- 3) Untuk peneliti selanjutnya dapat dilakukan kembali dengan menambahkan variabel lain seperti variabel harga, loyalitas pelanggan dan lain sebagainya. Agar dapat mengeksplorasi kemungkinan variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Hananto, H. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Konsumen Di Cikka Fotocopy Yogyakarta.
- [2] Hermanto, R. A. (2019). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fotocopy Anugrah Rengat. *Journal of Economics and Business*.
- [3] Munawir. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Foto Copy Awy Comp Di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi. *Jurnal Istiqro: Jurnal Hukum Islam, Ekonomi dan Bisnis Vol.4/No.2: 204-215, Juli 2018 ISSN : 2599-3348 (online) ISSN : 2460-0082 (cetak)*.
- [4] Keller & Kotler. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Penerbit : Erlangga. Jakarta.
- [5] Supranto. (2006). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar. Jakarta.
- [6] Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Pertama. Yogyakarta : Andi Offset
- [7] Kotler, P and G. Armstrong. (2012). *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited. New Jersey.
- [8] Kotler, P , dan K.L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Penerbit : Erlangga. Jakarta
- [9] Assauri, Sofjan. 2001. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Edisi Revisi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- [10] Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi OFFSET
- [11] Tjiptono, F. 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*, Penerbit Andi : BPFE. Yogyakarta.
- [12] Lupiyoadi R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa (Praktik dan Teori)*. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- [13] Susanto, H. (2020). Analisa Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen. *E-Jurnal Profit (Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan) Vol. 5/No. 1/ 2020/15-34 ISSN: 2503-4901*.
- [14] Ratnasari, Ririn Tri dan Mastuti Aksa. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Ghalia Indonesia. Bogor.

- [15]Kotler. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*, Edisi Ke-12. Alih bahasa: Bob Sabran. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- [16]Sentot, I. W. 2010. *Manajemen Pemasaran Bank*. Ghara Ilmu. Yogyakarta.
- [17]Kotler, P and G. Amstrong. 2012. *Marketing Management*, Edisi 14, Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- [18]Purwanto, E. A., & Sulistyastuti, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Gawa Media.
- [19]Suliyanto. (2005). *Metode Riset Bisnis*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- [20]Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Administrasi dilengkapi R&D*. Cetakan Kedua puluh, Alfabeta. Bandung.
- [21]Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM. SPSS 19* (edisi kelima). Semarang: Universitas Diponegoro.
- [22]Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 1997 Tentang Penerimaan Negara Bukan Pajak.
- [23]Supranto, J. (2010). *Statistik Teori dan Aplikasi*. Edisi Ketujuh. Penerbit Erlangga
- [24]Retnasari, Heni. (2015). *Pengaruh Pendapatan Kebersihan Kapal Centrang Dan Kapal Pursesinc Terhadap Retribusi Kebersihan Kapal PT. Pelabuhan Indonesia III (Persero) Kawasan Tegal*. Politeknik Harapan Bersama.

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### *Lampiran 1 Kuesioner Penelitian*

### **Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada UMKM Fotocopy Pelangi Desa Buniwah Kabupaten Tegal**

#### ANGKET PENELITIAN

#### **Petunjuk Mengerjakan**

1. Anda diminta kesediaannya untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dibawah ini dengan memberi tanda (√) pada kolom disamping pertanyaan-pertanyaan dengan memberi jawaban sesuai dengan pendapat anda.
2. Atas partisipasi dan perhatiannya, saya ucapkan terimakasih.

#### IDENTITAS RESPONDEN

|               |   |               |                 |
|---------------|---|---------------|-----------------|
| Nama          | : |               |                 |
| Jenis Kelamin | : | Laki-laki ( ) | Perempuan ( )   |
| Pekerjaan     | : | Pelajar ( )   | Pegawai ( )     |
|               |   | Mahasiswa ( ) | Lain-lain ( )   |
| Usia          | : | <15 Tahun ( ) | 15-25 Tahun ( ) |
|               |   | >25 Tahun ( ) |                 |

#### **Opsi Jawaban :**

- |    |   |                 |       |
|----|---|-----------------|-------|
| a. | 5 | : Sangat Setuju | (SS)  |
| b. | 4 | : Setuju        | (S)   |
| c. | 3 | : Cukup Setuju  | (CS)  |
| d. | 2 | : Tidak Setuju  | (TS)  |
| e. | 1 | : Sangat Setuju | (STS) |

**VARIABEL X.1**

Kualitas Produk pada Fotocopy Pelangi Desa Buniwah

| NO | Pernyataan   | SS | S | CS | TS | STS |
|----|--|----|---|----|----|-----|
| 1. | Hasil fotocopy sesuai dengan harapan konsumen      |    |   |    |    |     |
| 2. | Hasil penjilidan yang dihasilkan tidak mudah rusak |    |   |    |    |     |
| 3. | Fotocopy Pelangi menyediakan produk dengan lengkap |    |   |    |    |     |
| 4. | Hasil percetakan foto yang dihasilkan bagus        |    |   |    |    |     |
| 5. | Hasil fotocopy yang dihasilkan jelas               |    |   |    |    |     |

*Sumber: Hari Susanto (2020)***VARIABEL X.2**

Kualitas Pelayanan pada Fotocopy Pelangi Desa Buniwah

| NO | Pernyataan  | SS | S | CS | TS | STS |
|----|---|----|---|----|----|-----|
| 1. | Keramahan dan kemampuan berkomunikasi karyawan pada fotocopy Pelangi sudah cukup baik |    |   |    |    |     |
| 2. | Memberikan pelayanan secara cepat dan tepat sesuai dengan permintaan konsumen         |    |   |    |    |     |
| 3. | Tata letak dan desain toko memberikan kemudahan bagi konsumen bertransaksi            |    |   |    |    |     |
| 4. | Karyawan selalu memberikan perhatian kepada setiap pelanggan.                         |    |   |    |    |     |
| 5. | Karyawan selalu mengutamakan kebutuhan pelanggan.                                     |    |   |    |    |     |

*Sumber: Hari Susanto (2020)*

**VARIABEL Y**

## Kepuasan Konsumen Pada Fotocopy Pelangi Desa Buniwah

| NO | Pernyataan  | SS | S | CS | TS | STS |
|----|---|----|---|----|----|-----|
| 1. | Kualitas produk yang diberikan di Fotocopy Pelangi sesuai dengan keinginan konsumen                             |    |   |    |    |     |
| 2. | Kualitas pelayanan yang diberikan di Fotocopy Pelangi sesuai dengan yang diharapkan konsumen                    |    |   |    |    |     |
| 3. | Kemampuan memenuhi kebutuhan konsumen agar konsumen puas terhadap produk sesuai dengan yang diharapkan konsumen |    |   |    |    |     |
| 4. | Kemampuan pelayanan kepada konsumen saat produk diberikan sesuai dengan harapan konsumen                        |    |   |    |    |     |
| 5. | Kemampuan dalam memberikan produk sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen                                    |    |   |    |    |     |

Sumber: Hari Susanto (2020)

*Lampiran 2 Data Deskriptif Responden*

| No | NAMA            | Jenis Kelamin | Pekerjaan | Usia        |
|----|-----------------|---------------|-----------|-------------|
| 1  | INTAN PANDINI   | Perempuan     | Pelajar   | 15-25 Tahun |
| 2  | M. IFAN MAULANA | Laki-laki     | Pelajar   | 15-25 Tahun |
| 3  | M. LANA FADILAH | Laki-laki     | Pelajar   | <15 Tahun   |
| 4  | YENI SULASTIN   | Perempuan     | Mahasiswa | 15-25 Tahun |
| 5  | ADAM ADIATMA    | Laki-laki     | Lain-lain | 15-25 Tahun |
| 6  | HIMATUL ALIYAH  | Perempuan     | Pelajar   | 15-25 Tahun |

|    |                  |           |           |             |
|----|------------------|-----------|-----------|-------------|
| 7  | LULU ATUS SILVIA | Perempuan | Mahasiswa | 15-25 Tahun |
| 8  | NIA RAMADHANI    | Perempuan | Pelajar   | <15 Tahun   |
| 9  | M. RIZKI AGUNG   | Laki-laki | Pelajar   | 15-25 Tahun |
| 10 | DEWI SEPTIANI    | Perempuan | Mahasiswa | 15-25 Tahun |
| 11 | AISYAH SYIFATUN  | Perempuan | Pelajar   | <15 Tahun   |
| 12 | RINI WAHYU       | Perempuan | Lain-lain | 15-25 Tahun |
| 13 | WINDA KARINA     | Perempuan | Lain-lain | 15-25 Tahun |
| 14 | FITROTULMAULIDA  | Perempuan | Lain-lain | 15-25 Tahun |
| 15 | RIFAT SAOQI      | Laki-laki | Lain-lain | 15-25 Tahun |
| 16 | IZA RIZKI HATAMI | Perempuan | Lain-lain | 15-25 Tahun |
| 17 | UMAM ARIFUDIN    | Laki-laki | Lain-lain | 15-25 Tahun |
| 18 | ZIAN FITRIA H    | Perempuan | Mahasiswa | 15-25 Tahun |
| 19 | FITA A           | Perempuan | Mahasiswa | 15-25 Tahun |
| 20 | ADE PUJI WAHYUNI | Perempuan | Mahasiswa | 15-25 Tahun |
| 21 | FAISAL FAJAR     | Laki-laki | Pegawai   | 15-25 Tahun |
| 22 | FUJI MUFLIKHUN   | Laki-laki | Pegawai   | <15 Tahun   |
| 23 | HERI TRI KUSUMA  | Laki-laki | Pegawai   | 15-25 Tahun |
| 24 | IBNU ZAMAN       | Laki-laki | Pegawai   | 15-25 Tahun |
| 25 | SULTON NUR AZIZ  | Laki-laki | Mahasiswa | >25 Tahun   |
| 26 | ALWI USMAN       | Laki-laki | Pegawai   | >25 Tahun   |
| 27 | RAHMAT HIDAYAT   | Laki-laki | Pegawai   | >25 Tahun   |
| 28 | NANANG FAONDRA   | Laki-laki | Lain-lain | 15-25 Tahun |
| 29 | DINDA EKA P      | Perempuan | Mahasiswa | 15-25 Tahun |
| 30 | EKI PRATIWI      | Perempuan | Pegawai   | 15-25 Tahun |

|    |                    |           |           |             |
|----|--------------------|-----------|-----------|-------------|
| 31 | VIVI ANGRAENI      | Perempuan | Lain-lain | 15-25 Tahun |
| 32 | NELA FARTA         | Perempuan | Pelajar   | <15 Tahun   |
| 33 | NADIROTUL ZULFA    | Perempuan | Lain-lain | 15-25 Tahun |
| 34 | BAYU AGUNG         | Laki-laki | Pegawai   | 15-25 Tahun |
| 35 | INDAH PURWATI      | Perempuan | Mahasiswa | 15-25 Tahun |
| 36 | ABDUL KODIR        | Laki-laki | Lain-lain | >25 Tahun   |
| 37 | NATASYA ALIFA N    | Perempuan | Pelajar   | <15 Tahun   |
| 38 | SINTA N            | Perempuan | Mahasiswa | 15-25 Tahun |
| 39 | AQILATUSSYIFA      | Perempuan | Mahasiswa | 15-25 Tahun |
| 40 | KHOERUNNISA        | Perempuan | Pelajar   | <15 Tahun   |
| 41 | AHDAMIATI          | Perempuan | Mahasiswa | 15-25 Tahun |
| 42 | TRI ZIDAN R        | Laki-laki | Pelajar   | <15 Tahun   |
| 43 | ARU TRIMADANI      | Laki-laki | Mahasiswa | 15-25 Tahun |
| 44 | TRI ARWANDA A      | Laki-laki | Lain-lain | 15-25 Tahun |
| 45 | ALFAN ROSYADI      | Laki-laki | Lain-lain | 15-25 Tahun |
| 46 | IWANG HR           | Laki-laki | Pegawai   | >25 Tahun   |
| 47 | M. ILHAM M         | Laki-laki | Lain-lain | >25 Tahun   |
| 48 | FAIZ ALFAENI       | Laki-laki | Lain-lain | 15-25 Tahun |
| 49 | AHMAD FAIZ A       | Laki-laki | Mahasiswa | 15-25 Tahun |
| 50 | M ILZAMULLOH       | Laki-laki | Mahasiswa | 15-25 Tahun |
| 51 | TATI SITI KHODIJAH | Perempuan | Lain-lain | >25 Tahun   |
| 52 | ISTIQOMAH          | Perempuan | Lain-lain | >25 Tahun   |
| 53 | ANGGUN H           | Perempuan | Pelajar   | 15-25 Tahun |
| 54 | NILA DWI R         | Perempuan | Pelajar   | <15 Tahun   |

|    |                      |           |           |             |
|----|----------------------|-----------|-----------|-------------|
| 55 | DEWI IMAS<br>SAPUTRI | Perempuan | Pelajar   | <15 Tahun   |
| 56 | TRI LALILATUL A      | Perempuan | Pelajar   | 15-25 Tahun |
| 57 | NUR ANISA            | Perempuan | Mahasiswa | 15-25 Tahun |
| 58 | NAZIATUN NAZWA       | Perempuan | Pelajar   | <15 Tahun   |
| 59 | M. NIZAR             | Laki-laki | Pegawai   | >25 Tahun   |
| 60 | FAIZATUL ATIKAH      | Perempuan | Pegawai   | >25 Tahun   |
| 61 | DILA WISTANUL A      | Perempuan | Pelajar   | <15 Tahun   |
| 62 | SAMSUL MA'ARIF       | Laki-laki | Pegawai   | >25 Tahun   |
| 63 | M. MIMBAENI S        | Laki-laki | Lain-lain | 15-25 Tahun |
| 64 | ARIF SALIS           | Laki-laki | Lain-lain | 15-25 Tahun |
| 65 | SINTA NUR AMALIA     | Perempuan | Pelajar   | <15 Tahun   |
| 66 | WITA HAPSARI         | Perempuan | Pegawai   | >25 Tahun   |
| 67 | NOVAL ALDI M         | Laki-laki | Lain-lain | 15-25 Tahun |
| 68 | MAYA YULIANA         | Perempuan | Pelajar   | 15-25 Tahun |
| 69 | MUSLIHATUN           | Perempuan | Lain-lain | >25 Tahun   |
| 70 | M. EKA SYUKRIA       | Laki-laki | Pegawai   | >25 Tahun   |
| 71 | AHMAD ZIYAD          | Laki-laki | Pelajar   | 15-25 Tahun |
| 72 | FAIDA MUSYAFA        | Perempuan | Pegawai   | 15-25 Tahun |
| 73 | KAMAL FIRDAUSI       | Laki-laki | Pelajar   | 15-25 Tahun |
| 74 | KASYAFA ROJULIN      | Perempuan | Pelajar   | 15-25 Tahun |
| 75 | ALIKA TSUROYA        | Perempuan | Pegawai   | >25 Tahun   |
| 76 | ARIF RAFI            | Laki-laki | Mahasiswa | 15-25 Tahun |
| 77 | BADI SYAHWALI        | Laki-laki | Pelajar   | <15 Tahun   |

|     |                  |           |           |             |
|-----|------------------|-----------|-----------|-------------|
| 78  | RIZQI AZKA       | Laki-laki | Pelajar   | <15 Tahun   |
| 79  | ELSA FERGIANA    | Perempuan | Pegawai   | >25 Tahun   |
| 80  | ALIYUL ADZHAN    | Laki-laki | Mahasiswa | 15-25 Tahun |
| 81  | M.EZA MAOLANA    | Laki-laki | Lain-lain | >25 Tahun   |
| 82  | M.GILANG         | Laki-laki | Mahasiswa | 15-25 Tahun |
| 83  | M.MIRZA ANDIKA   | Laki-laki | Pelajar   | <15 Tahun   |
| 84  | NAIYA PUTRI      | Perempuan | Pelajar   | 15-25 Tahun |
| 85  | MAULIDA KHAFIDZ  | Perempuan | Mahasiswa | 15-25 Tahun |
| 86  | M IBNU SYADAD    | Laki-laki | Lain-lain | >25 Tahun   |
| 87  | MUHAMMAD AZIZ    | Laki-laki | Pelajar   | 15-25 Tahun |
| 88  | M AHZA           | Laki-laki | Pelajar   | 15-25 Tahun |
| 89  | AQILATUNNISA     | Perempuan | Pegawai   | >25 Tahun   |
| 90  | NAFAATIL ILMA    | Perempuan | Lain-lain | >25 Tahun   |
| 91  | ANDINI NAZMA     | Perempuan | Mahasiswa | 15-25 Tahun |
| 92  | NIDA ASYIFATUN   | Perempuan | Pelajar   | 15-25 Tahun |
| 93  | MAHIRA NIQUISHA  | Perempuan | Pelajar   | <15 Tahun   |
| 94  | NURUL HUDA       | Laki-laki | Lain-lain | >25 Tahun   |
| 95  | HAQMALIANDY      | Laki-laki | Mahasiswa | 15-25 Tahun |
| 96  | QORIN IKLIMATU A | Laki-laki | Lain-lain | >25 Tahun   |
| 97  | RISKA RAHMAWATI  | Perempuan | Mahasiswa | 15-25 Tahun |
| 98  | ROBIATU SANIA    | Perempuan | Lain-lain | >25 Tahun   |
| 99  | AULIA IZZATI     | Perempuan | pelajar   | <15 Tahun   |
| 100 | SYEFI FITHRIA    | Perempuan | Mahasiswa | 15-25 Tahun |

*Lampiran 3 Data Karakteristik Responden*

| No | Jenis Kelamin | Pekerjaan | Usia |
|----|---------------|-----------|------|
| 1  | 2             | 1         | 2    |
| 2  | 1             | 1         | 2    |
| 3  | 1             | 1         | 1    |
| 4  | 2             | 2         | 2    |
| 5  | 1             | 4         | 2    |
| 6  | 2             | 1         | 2    |
| 7  | 2             | 2         | 2    |
| 8  | 2             | 1         | 1    |
| 9  | 1             | 1         | 2    |
| 10 | 2             | 2         | 2    |
| 11 | 2             | 1         | 1    |
| 12 | 2             | 4         | 2    |
| 13 | 2             | 4         | 2    |
| 14 | 2             | 4         | 2    |
| 15 | 1             | 4         | 2    |
| 16 | 2             | 4         | 2    |
| 17 | 1             | 4         | 2    |
| 18 | 2             | 2         | 2    |
| 19 | 2             | 2         | 2    |
| 20 | 2             | 2         | 2    |
| 21 | 1             | 3         | 2    |
| 22 | 1             | 3         | 1    |
| 23 | 1             | 3         | 2    |
| 24 | 1             | 3         | 2    |
| 25 | 1             | 2         | 3    |
| 26 | 1             | 3         | 3    |
| 27 | 1             | 3         | 3    |
| 28 | 1             | 4         | 2    |
| 29 | 2             | 2         | 2    |
| 30 | 2             | 3         | 2    |
| 31 | 2             | 4         | 2    |
| 32 | 2             | 1         | 1    |
| 33 | 2             | 4         | 2    |
| 34 | 1             | 4         | 2    |
| 35 | 2             | 2         | 2    |
| 36 | 1             | 4         | 3    |

|    |   |   |   |
|----|---|---|---|
| 37 | 2 | 1 | 1 |
| 38 | 2 | 2 | 2 |
| 39 | 2 | 2 | 2 |
| 40 | 2 | 1 | 1 |
| 41 | 2 | 2 | 2 |
| 42 | 1 | 1 | 1 |
| 43 | 1 | 2 | 2 |
| 44 | 1 | 4 | 2 |
| 45 | 1 | 4 | 2 |
| 46 | 1 | 3 | 3 |
| 47 | 1 | 4 | 3 |
| 48 | 1 | 4 | 2 |
| 49 | 1 | 2 | 2 |
| 50 | 1 | 2 | 2 |
| 51 | 2 | 4 | 3 |
| 52 | 2 | 4 | 3 |
| 53 | 2 | 1 | 2 |
| 54 | 2 | 1 | 1 |
| 55 | 2 | 1 | 1 |
| 56 | 2 | 1 | 2 |
| 57 | 2 | 2 | 2 |
| 58 | 2 | 1 | 1 |
| 59 | 1 | 3 | 3 |
| 60 | 2 | 3 | 3 |
| 61 | 2 | 1 | 1 |
| 62 | 1 | 3 | 3 |
| 63 | 1 | 4 | 2 |
| 64 | 1 | 4 | 2 |
| 65 | 2 | 1 | 1 |
| 66 | 2 | 3 | 3 |
| 67 | 1 | 4 | 2 |
| 68 | 2 | 1 | 2 |
| 69 | 2 | 4 | 3 |
| 70 | 1 | 3 | 3 |
| 71 | 1 | 1 | 2 |
| 72 | 2 | 3 | 2 |
| 73 | 1 | 1 | 2 |
| 74 | 2 | 1 | 2 |
| 75 | 2 | 3 | 3 |

|     |   |   |   |
|-----|---|---|---|
| 76  | 1 | 2 | 2 |
| 77  | 1 | 1 | 1 |
| 78  | 1 | 1 | 1 |
| 79  | 2 | 3 | 3 |
| 80  | 1 | 2 | 2 |
| 81  | 1 | 4 | 3 |
| 82  | 1 | 2 | 2 |
| 83  | 1 | 1 | 1 |
| 84  | 2 | 1 | 2 |
| 85  | 2 | 2 | 2 |
| 86  | 1 | 4 | 3 |
| 87  | 1 | 1 | 2 |
| 88  | 1 | 1 | 2 |
| 89  | 2 | 3 | 3 |
| 90  | 2 | 4 | 3 |
| 91  | 2 | 2 | 2 |
| 92  | 2 | 1 | 2 |
| 93  | 2 | 1 | 1 |
| 94  | 1 | 4 | 3 |
| 95  | 1 | 2 | 2 |
| 96  | 1 | 4 | 3 |
| 97  | 2 | 2 | 2 |
| 98  | 2 | 4 | 3 |
| 99  | 2 | 1 | 1 |
| 100 | 2 | 2 | 2 |

*Lampiran 4 Tabulasi Data*

1) Variabel Kualitas Produk

| No | Produk 1 | Produk 2 | Produk 3 | Produk 4 | Produk 5 | Total |
|----|----------|----------|----------|----------|----------|-------|
| 1  | 4        | 4        | 4        | 3        | 4        | 19    |
| 2  | 4        | 4        | 5        | 5        | 4        | 22    |
| 3  | 3        | 3        | 3        | 4        | 4        | 17    |
| 4  | 5        | 5        | 5        | 5        | 5        | 25    |
| 5  | 3        | 3        | 4        | 3        | 3        | 16    |
| 6  | 4        | 4        | 5        | 5        | 5        | 23    |
| 7  | 2        | 2        | 3        | 2        | 2        | 11    |
| 8  | 3        | 4        | 3        | 3        | 4        | 17    |
| 9  | 1        | 2        | 3        | 2        | 2        | 10    |

|    |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|----|
| 10 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 12 |
| 11 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 15 |
| 12 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| 13 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 14 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 15 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 11 |
| 16 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 19 |
| 17 | 1 | 2 | 3 | 3 | 2 | 11 |
| 18 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 11 |
| 19 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 17 |
| 20 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 |
| 21 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 21 |
| 22 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 16 |
| 23 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 20 |
| 24 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 25 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 26 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 27 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 28 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 17 |
| 29 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 30 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 31 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 13 |
| 32 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 16 |
| 33 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 23 |
| 34 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 18 |
| 35 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 23 |
| 36 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 17 |
| 37 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 16 |
| 38 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 18 |
| 39 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 11 |
| 40 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 |
| 41 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 42 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 43 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 44 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 18 |
| 45 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 46 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 17 |
| 47 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 16 |
| 48 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 13 |

|    |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|----|
| 49 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 14 |
| 50 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 14 |
| 51 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 52 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 53 | 1 | 2 | 3 | 3 | 2 | 11 |
| 54 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 13 |
| 55 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 16 |
| 56 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 13 |
| 57 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 19 |
| 58 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 20 |
| 59 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 60 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 18 |
| 61 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 13 |
| 62 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 63 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 64 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 65 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 66 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 22 |
| 67 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 12 |
| 68 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 12 |
| 69 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 16 |
| 70 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 18 |
| 71 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| 72 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 73 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 16 |
| 74 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 9  |
| 75 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 11 |
| 76 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 23 |
| 77 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 16 |
| 78 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 20 |
| 79 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 16 |
| 80 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 81 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 14 |
| 82 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 16 |
| 83 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 23 |
| 84 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 19 |
| 85 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 86 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 87 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 14 |

|     |   |   |   |   |   |    |
|-----|---|---|---|---|---|----|
| 88  | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 14 |
| 89  | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 14 |
| 90  | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 14 |
| 91  | 2 | 2 | 4 | 3 | 1 | 12 |
| 92  | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 13 |
| 93  | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| 94  | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 |
| 95  | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 15 |
| 96  | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| 97  | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 14 |
| 98  | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| 99  | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 18 |
| 100 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 14 |

## 2) Variabel Kualitas Pelayanan

| No | Pelayanan<br>1 | Pelayanan<br>2 | Pelayanan<br>3 | Pelayanan<br>4 | Pelayanan<br>5 | Total |
|----|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-------|
| 1  | 4              | 4              | 4              | 4              | 4              | 20    |
| 2  | 4              | 4              | 4              | 5              | 4              | 21    |
| 3  | 3              | 3              | 3              | 3              | 3              | 15    |
| 4  | 5              | 5              | 5              | 5              | 5              | 25    |
| 5  | 3              | 3              | 4              | 3              | 4              | 17    |
| 6  | 4              | 4              | 5              | 5              | 4              | 22    |
| 7  | 2              | 2              | 3              | 3              | 3              | 13    |
| 8  | 3              | 4              | 4              | 4              | 4              | 19    |
| 9  | 1              | 2              | 2              | 2              | 2              | 9     |
| 10 | 2              | 2              | 3              | 3              | 3              | 13    |
| 11 | 3              | 3              | 3              | 5              | 3              | 17    |
| 12 | 5              | 4              | 4              | 5              | 5              | 23    |
| 13 | 3              | 4              | 4              | 4              | 3              | 18    |
| 14 | 4              | 5              | 5              | 4              | 5              | 23    |
| 15 | 2              | 2              | 2              | 2              | 3              | 11    |
| 16 | 3              | 3              | 4              | 4              | 4              | 18    |
| 17 | 1              | 2              | 2              | 2              | 2              | 9     |
| 18 | 2              | 2              | 2              | 2              | 3              | 11    |
| 19 | 3              | 4              | 3              | 3              | 3              | 16    |
| 20 | 5              | 4              | 4              | 4              | 4              | 21    |
| 21 | 4              | 3              | 3              | 4              | 4              | 18    |
| 22 | 3              | 2              | 3              | 3              | 4              | 15    |

|    |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|----|
| 23 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 17 |
| 24 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 25 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 26 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 27 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| 28 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 17 |
| 29 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 22 |
| 30 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 31 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 14 |
| 32 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 33 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 34 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 18 |
| 35 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 22 |
| 36 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 17 |
| 37 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 19 |
| 38 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 17 |
| 39 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 11 |
| 40 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 22 |
| 41 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 20 |
| 42 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 43 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 44 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 45 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 22 |
| 46 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 14 |
| 47 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 14 |
| 48 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 49 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 14 |
| 50 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 16 |
| 51 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 52 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 53 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 9  |
| 54 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 14 |
| 55 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 17 |
| 56 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 12 |
| 57 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 18 |
| 58 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 19 |
| 59 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 60 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 17 |
| 61 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 13 |

|     |   |   |   |   |   |    |
|-----|---|---|---|---|---|----|
| 62  | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 |
| 63  | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 64  | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 65  | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 11 |
| 66  | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 67  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 68  | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 12 |
| 69  | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 17 |
| 70  | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 16 |
| 71  | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 72  | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| 73  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 74  | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 8  |
| 75  | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 11 |
| 76  | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 23 |
| 77  | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 14 |
| 78  | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| 79  | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 80  | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 81  | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 15 |
| 82  | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 18 |
| 83  | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 84  | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 21 |
| 85  | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 86  | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 18 |
| 87  | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 10 |
| 88  | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 14 |
| 89  | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 15 |
| 90  | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 14 |
| 91  | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 11 |
| 92  | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 9  |
| 93  | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| 94  | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 18 |
| 95  | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 16 |
| 96  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 97  | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 12 |
| 98  | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 99  | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 17 |
| 100 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 15 |

## 3) Variabel Kepuasan Konsumen

| No | Kepuasan<br>1 | Kepuasan<br>2 | Kepuasan<br>3 | Kepuasan<br>4 | Kepuasan<br>5 | Total |
|----|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-------|
| 1  | 3             | 4             | 3             | 4             | 4             | 18    |
| 2  | 5             | 5             | 5             | 5             | 4             | 24    |
| 3  | 4             | 3             | 4             | 3             | 3             | 17    |
| 4  | 5             | 5             | 5             | 5             | 5             | 25    |
| 5  | 3             | 4             | 3             | 3             | 4             | 17    |
| 6  | 5             | 5             | 5             | 5             | 4             | 24    |
| 7  | 2             | 3             | 2             | 3             | 3             | 13    |
| 8  | 3             | 3             | 3             | 4             | 4             | 17    |
| 9  | 2             | 3             | 2             | 2             | 2             | 11    |
| 10 | 3             | 3             | 3             | 3             | 3             | 15    |
| 11 | 3             | 4             | 3             | 5             | 3             | 18    |
| 12 | 4             | 5             | 4             | 5             | 5             | 23    |
| 13 | 4             | 4             | 4             | 4             | 3             | 19    |
| 14 | 5             | 5             | 5             | 4             | 5             | 24    |
| 15 | 2             | 3             | 2             | 2             | 3             | 12    |
| 16 | 4             | 5             | 4             | 4             | 4             | 21    |
| 17 | 3             | 3             | 3             | 2             | 2             | 13    |
| 18 | 2             | 3             | 2             | 2             | 3             | 12    |
| 19 | 3             | 3             | 3             | 3             | 3             | 15    |
| 20 | 5             | 5             | 5             | 4             | 4             | 23    |
| 21 | 4             | 5             | 4             | 4             | 4             | 21    |
| 22 | 4             | 4             | 4             | 3             | 4             | 19    |
| 23 | 4             | 4             | 4             | 3             | 3             | 18    |
| 24 | 5             | 5             | 5             | 5             | 5             | 25    |
| 25 | 3             | 3             | 3             | 3             | 3             | 15    |
| 26 | 5             | 5             | 5             | 5             | 5             | 25    |
| 27 | 4             | 4             | 4             | 3             | 4             | 19    |
| 28 | 4             | 4             | 4             | 3             | 4             | 19    |
| 29 | 5             | 5             | 5             | 4             | 5             | 24    |
| 30 | 5             | 5             | 5             | 5             | 4             | 24    |
| 31 | 2             | 3             | 2             | 3             | 3             | 13    |
| 32 | 4             | 3             | 4             | 3             | 3             | 17    |
| 33 | 5             | 5             | 5             | 4             | 5             | 24    |
| 34 | 4             | 4             | 4             | 4             | 4             | 20    |
| 35 | 4             | 5             | 4             | 5             | 4             | 22    |

|    |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|----|
| 36 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 37 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 17 |
| 38 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 17 |
| 39 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 12 |
| 40 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 41 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 |
| 42 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 43 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 44 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 |
| 45 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 46 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 17 |
| 47 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 48 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 13 |
| 49 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 50 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 16 |
| 51 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 52 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 53 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 13 |
| 54 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 17 |
| 55 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 17 |
| 56 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 14 |
| 57 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 22 |
| 58 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 59 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 23 |
| 60 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 17 |
| 61 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 17 |
| 62 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 |
| 63 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 64 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 65 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 14 |
| 66 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 22 |
| 67 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 12 |
| 68 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 69 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 16 |
| 70 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| 71 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 72 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| 73 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 17 |
| 74 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 6  |

|     |   |   |   |   |   |    |
|-----|---|---|---|---|---|----|
| 75  | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 13 |
| 76  | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 77  | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 17 |
| 78  | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 18 |
| 79  | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 13 |
| 80  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 81  | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 13 |
| 82  | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 17 |
| 83  | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 84  | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 23 |
| 85  | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 86  | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 |
| 87  | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 17 |
| 88  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 89  | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 16 |
| 90  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 91  | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 15 |
| 92  | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 14 |
| 93  | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 17 |
| 94  | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 20 |
| 95  | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 17 |
| 96  | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 18 |
| 97  | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 |
| 98  | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 99  | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 16 |
| 100 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 18 |

*Lampiran 5 Hasil Uji Validitas*

| Variabel        | Indikator | Nilai Sig. | Keterangan |
|-----------------|-----------|------------|------------|
| Kualitas Produk | 1         | 0,000      | Valid      |
|                 | 2         | 0,000      | Valid      |
|                 | 3         | 0,000      | Valid      |
|                 | 4         | 0,000      | Valid      |

|                    |   |       |       |
|--------------------|---|-------|-------|
|                    | 5 | 0,000 | Valid |
| Kualitas Pelayanan | 1 | 0,000 | Valid |
|                    | 2 | 0,000 | Valid |
|                    | 3 | 0,000 | Valid |
|                    | 4 | 0,000 | Valid |
|                    | 5 | 0,000 | Valid |
| Kepuasan konsumen  | 1 | 0,000 | Valid |
|                    | 2 | 0,000 | Valid |
|                    | 3 | 0,000 | Valid |
|                    | 3 | 0,000 | Valid |
|                    | 4 | 0,000 | Valid |

*Lampiran 6 Hasil Uji Reabilitas*

| Variabel           | Cronbach's Alpha | Keterangan |
|--------------------|------------------|------------|
| Kualitas Produk    | 0,921            | Reliabel   |
| Kualitas Pelayanan | 0,936            | Reliabel   |
| Kepuasan Konsumen  | 0,934            | Reliabel   |

*Lampiran 7 Hasil Uji Normalitas*

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|                                  |                | Standardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-----------------------|
| N                                |                | 100                   |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | .0000000              |
|                                  | Std. Deviation | .98984745             |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | .049                  |
|                                  | Positive       | .049                  |
|                                  | Negative       | -.045                 |
| Test Statistic                   |                | .049                  |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | .200 <sup>c,d</sup>   |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

*Lampiran 8 Hasil Uji Multikoleniaritas*

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1     | (Constant) | 2.830                       | .622       |                           | 4.551 | .000 |                         |       |
|       | Produk     | .787                        | .106       | .842                      | 7.422 | .000 | .106                    | 9.469 |
|       | Pelayanan  | .086                        | .103       | .094                      | .833  | .407 | .106                    | 9.469 |

a. Dependent Variable: Kepuasan\_pelanggan

*Lampiran 9 Hasil Uji Autokorelasi*

**Runs Test**

|                         | Unstandardized Residual |
|-------------------------|-------------------------|
| Test Value <sup>a</sup> | .06873                  |
| Cases < Test Value      | 50                      |
| Cases >= Test Value     | 50                      |
| Total Cases             | 100                     |
| Number of Runs          | 60                      |
| Z                       | 1.809                   |
| Asymp. Sig. (2-tailed)  | .070                    |

a. Median

*Lampiran 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas*

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T      | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1     | (Constant) | 1.622                       | .376       |                           | 4.313  | .000 |
|       | Produk     | -.094                       | .064       | -.452                     | -1.467 | .146 |

|           |      |      |      |       |      |
|-----------|------|------|------|-------|------|
| Pelayanan | .071 | .062 | .351 | 1.139 | .258 |
|-----------|------|------|------|-------|------|

a. Dependent Variable: abres

*Lampiran 11 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda*

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1     | (Constant) | 2.830                       | .622       |                           | 4.551 | .000 |
|       | Produk     | .787                        | .106       | .842                      | 7.422 | .000 |
|       | Pelayanan  | .086                        | .103       | .094                      | .833  | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan\_pelanggan

*Lampiran 12 Hasil Uji t (Uji Parsial)*

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1     | (Constant) | 2.830                       | .622       |                           | 4.551 | .000 |
|       | Produk     | .787                        | .106       | .842                      | 7.422 | .000 |
|       | Pelayanan  | .086                        | .103       | .094                      | .833  | .407 |

a. Dependent Variable: Kepuasan\_pelanggan

*Lampiran 13 Hasil Uji F (Uji Simultan)*

**ANOVA<sup>a</sup>**

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F       | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| 1     | Regression | 1489.498       | 2  | 744.749     | 319.448 | .000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 226.142        | 97 | 2.331       |         |                   |
|       | Total      | 1715.640       | 99 |             |         |                   |

a. Dependent Variable: Kepuasan\_pelanggan

b. Predictors: (Constant), Pelayanan, Produk

*Lampiran 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi*

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

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .932 <sup>a</sup> | .868     | .865              | 1.527                      |

- a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Produk  
 b. Dependent Variable: Kepuasan\_pelanggan

**SURAT KESEDIAAN MEMBIMBING TUGAS AKHIR**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bahri Kamal, SE, MM  
 NIPY : 05.015.218  
 Jabatan : Dosen Pembimbing 1

Dengan ini menyatakan bersedia untuk membimbing Tugas Akhir Mahasiswa berikut:

Nama : Alviatun Nisa Rizkiani  
 NIM : 18030210  
 Prodi : D3 Akuntansi

**Usulan Judul TA :**

1. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada UMKM Fotocopy Pelangi Desa Buniwah Kecamatan Bojong Kab. Tegal

Kesediaan membimbing tersebut termasuk di dalamnya adalah kesediaan untuk menyediakan waktu minimal dua kali perminggu untuk membimbing, yaitu :

1. Hari : Senin-Jumat  
 Waktu : 08.00-16.00 WIB  
 Tempat : Politeknik Harapan Bersama
2. Hari : Sabtu-Minggu  
 Waktu : 08.00-11.00 WIB  
 Tempat : Di rumah

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya, agar maklum.

Tegal, 15 Maret 2021  
 Calon Pembimbing



Bahri Kamal, SE, MM  
 NIPY 05.015.218

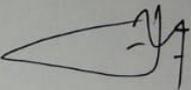
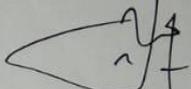
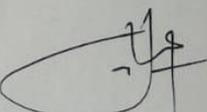


## BUKU BIMBINGAN TUGAS AKHIR

PROGRAM STUDI DIII AKUNTANSI

TAHUN AKADEMIK GENAP 2020/2021

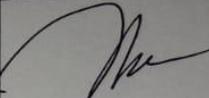
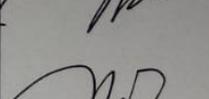
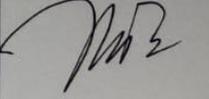
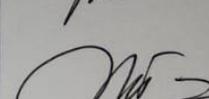
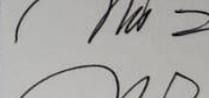
Nama Mahasiswa : ALMATUS NISA RIZHANI  
NIM : 18030210  
Semester & Kelas : 6E  
Pembimbing 1 : BAHRI KAMAL, SE, PMM  
Pembimbing 2 : DEWI SULISTYOWATI, SE, CAAT  
Judul Tugas Akhir : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT  
KERIASAN KONSUMEN PADA UMKM.....  
FOTOCOPY PELANGI DESA BUTIWAH.....  
KABUPATEN TEGAL.....

| No | Hari / Tanggal | Substansi / Uraian Konsultasi                               | Tanda Tangan Pembimbing I   |
|----|----------------|---|---|
| 1  | 2 Maret        | pagin jurnal  |    |
| 2  | 5 April        | jurnal AOC  |    |
| 3  | 19 Mei         | pagin proposal<br>Misi pd perusahaan<br>dan metode peneliti |    |
| 4  | 3 Juni         | proposal AOC<br>Kajis TA                                    |  |
| 5  | 8 Juni         | pagin bab 1-3<br>Misi pd populasi<br>dan sampel             |  |
| 6  | 26 Juni        | Pengajian kuesioner<br>Revisi kuesioner                     |   |

- Catatan :
1. Harus Selalu Dibawa Saat Bimbingan dengan Dosen Pembimbing
  2. Bimbingan Minimal 12 kali sampai Disetujui Untuk Tugas Akhir (TA)
  3. Dilampirkan Pada Saat Penjilidan Tugas Akhir (TA)

| No | Hari / Tanggal | Substansi / Uraian Konsultasi          | Tanda Tangan Pembimbing I |
|----|----------------|--|---------------------------|
| 7. | 29 Juni        | Kuesioner Acc                          |                           |
| 8. | 14 Juli        | Pengajuan Bab 1-5<br>Revisi BAB 4-5    |                           |
| 9  | 16 Juli        | BAB 4-5 Acc<br>LATJUT TA LENGKAP       |                           |
| 10 | 23 Juli        | PENGAJUAN TA LENGKAP<br>TA LENGKAP ACC |                           |

- Catatan :**
1. Harus Selalu Dibawa Saat Bimbingan dengan Dosen Pembimbing
  2. Bimbingan Minimal 12 kali sampai Disetujui Untuk Tugas Akhir (TA)
  3. Dilampirkan Pada Saat Penjilidan Tugas Akhir (TA)

| No | Hari / Tanggal | Substansi / Uraian Konsultasi | Tanda Tangan Pembimbing II  |
|----|----------------|-------------------------------|---|
|    | 7/5 - 2021     | Pengajuan judul               |  |
|    | 3/6 - 2021     | Ace judul                     |  |
|    |                | Revisi proposal               |  |
|    | 14/6 - 2021    | Revisi proposal               |  |
|    | 25/6 - 2021    | Ace proposal                  |  |
|    | 21/7 - 2021    | Pengajuan Bab 1 - 5<br>Att TA |   |

- Catatan :**
1. Harus Selalu Dibawa Saat Bimbingan dengan Dosen Pembimbing
  2. Bimbingan Minimal 12 kali sampai Disetujui Untuk Tugas Akhir (TA)
  3. Dilampirkan Pada Saat Penjilidan Tugas Akhir (TA)