

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK MAKANAN PADA
MARKETPLACE KULINER
(STUDI KASUS MASYARAKAT DESA RANDUDONGKAL,
KECAMATAN RANDUDONGKAL, KABUPATEN PEMALANG)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh :

**SALSABILA AINUN RAHMANDHANI
NIM. 1817201078**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Salsabila Ainun Rahmandhani
NIM : 1817201078
Jenjang : S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Makanan Pada *Marketplace* Kuliner (Studi Kasus Masyarakat Desa Randudongkal)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, September 2022

Saya yang menyatakan



Salsabila Ainun Rahmandhani

NIM. 1817201078

LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-835624, Fax: 0281-835553, Website: febi.uinpurwokerto.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK MAKANAN
PADA *MARKETPLACE* KULINER (STUDI KASUS MASYARAKAT
DESA RANDUDONGKAL)**

Yang disusun oleh Saudara Salsabila Ainun Rahmandhani NIM 1817201078 Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari Selasa tanggal 04 Oktober 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

H. Slamet Akhmadi, M.S.I.
NIDN. 2111027901

Sekretaris Sidang/Penguji

Sofia Yustiani Suryandari, S.E., M.Si.
NIP. 19780716 200901 2 006

Pembimbing/Penguji

H. Sochimim, Lc., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001

Purwokerto, 11 Oktober 2022



Mengetahui/Mengesahkan

Dekan

Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Salsabila Ainun Rahmandhani NIM 1817201078 yang berjudul :

**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap
Kepuasan Konsumen Produk Makanan Pada *Marketplace* Kuliner
(Studi Kasus Masyarakat Desa Randudongkal)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E.)

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, September 2022

Pembimbing,



H. Sochimmi, Lc., M.Si.
NIP. 19691009 200312 12 1 001

MOTTO

Bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar.



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK MAKANAN PADA
MARKETPLACE KULINER
(STUDI KASUS MASYARAKAT DESA RANDUDONGKAL,
KECAMATAN RANDUDONGKAL, KABUPATEN PEMALANG)**

Salsabila Ainun Rahmandhani
NIM. 1817201078

Email: salsabila.ainun23@gmail.com

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Produk Makanan Pada *Marketplace* Kuliner di Desa Randudongkal. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seorang konsumen setelah membandingkan produk atau jasa dengan harapan yang dipikirkan sebelumnya. Berdasarkan hasil observasi terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan dijadikan variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk makanan pada *marketplace* kuliner di desa Randudongkal.

Metode penelitian yang digunakan ialah dengan metode kuantitatif. Data primer dari populasi penelitian yaitu masyarakat di desa Randudongkal yang pernah membeli produk makanan pada *marketplace* dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan meliputi kuesioner, observasi, dan wawancara. Uji keabsahan data yang digunakan berupa uji validitas dan uji reliabilitas. Uji asumsi klasik mencakup uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinieritas. Metode analisis data menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis menggunakan uji T, uji F, dan uji koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ($p < 0,05$), dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ($p < 0,05$). Secara simultan terbukti kualitas pelayanan dan kualitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen ($p < 0,05$).

Kata Kunci : Kepuasan Konsumen, Kualitas pelayanan, Kualitas Produk

***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PRODUCT QUALITY ON
CONSUMER SATISFACTION OF FOOD PRODUCTS IN CULINARY
MARKETPLACE
(CASE STUDY OF RANDUDONGKAL VILLAGE, RANDUDONGKAL
DISTRICT, PEMALANG DISTRICT)***

Salsabila Ainun Rahmandhani
NIM. 1817201078

Email: salsabila.ainun23@gmail.com

*Studi Program of Sharia Economics, Faculty of Islamic Economics and
Business, State Islamic University, Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*

ABSTRACT

This study discusses the influence of service quality and product quality on consumer satisfaction of food products in the culinary market place in Randudongkal Village. Consumer satisfaction is the feeling of pleasure or disappointment of a consumer after comparing a product or service with previously thought out expectations. Based on the results of observations, there are several factors that influence customer satisfaction and are used as variables to be used in this study, namely service quality and product quality. The purpose of this study was to determine the effect of service quality and product quality on consumer satisfaction of food products in the culinary marketplace in Randudongkal village.

The research method used is the quantitative method. Primary data from the research population is the people in Randudongkal village who have bought food products in the marketplace with a sample of 100 respondents. Collection techniques include questionnaires, observations, and interviews. Test the validity of the data used in the form of validity and reliability tests. Classical assumption test includes normality test, heteroscedasticity test, and multicollinearity test. Methods of data analysis using multiple linear regression analysis method. Hypothesis testing using T test, F test, and test the coefficient of determination (R²).

The results of this study partially show that service quality has an effect on consumer satisfaction ($p < 0.05$), and product quality has an effect on consumer satisfaction ($p < 0.05$). Simultaneously, it was proven that service quality and quality had a significant effect on customer satisfaction ($p < 0.05$).

Keywords: Customer Satisfaction, Service Quality, Product Quality

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I Nomor 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	S	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
	Zal	Z	Zet

ز			
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)

ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	Tha	TH	te (dengan titik di bawah)
ظ	Zha	ZH	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	...'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en

هـ	Ha	H	Ha
و	Waw	W	We
ء	Hamzah	..'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

مُتَّعِقِينَ	Ditulis	<i>muta' aqqidin</i>
عدة	Ditulis	'iddah

3. Ta' marbutah

حبة	Ditulis	<i>Hibbah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya, kecuali apabila dikehendaki lafal aslinya).

كرمة الأولياء	Ditulis	<i>Karāmah al auliyā'</i>
---------------	---------	---------------------------

Apabila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dhammah ditulis t.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakātul-fīṭri</i>
------------	---------	----------------------

4. Vokal pendek

اَ	Kasrah	Ditulis	<i>I</i>
اَ	fathah	Ditulis	<i>A</i>

و,	ḍammah	Ditulis	U
----	--------	---------	---

5. Vokal panjang

1	Fathah + alif جاهل <i>ḡāhil</i>	Ditulis	Ā <i>Jāhiliyyah</i>
2	Fathah + ya' mati يسعى <i>yas'ī</i>	Ditulis	Ā <i>yas'ā</i>
3	Kasrah + ya' mati كريم <i>karīm</i>	Ditulis	Ī <i>Karīm</i>
4	Dhammah + wawu mati فروض <i>furūḍ</i>	Ditulis	Ū <i>Furūd</i>

6. Vokal rangkap

1	Fathah + ya' mati بينكم <i>baynakum</i>	Ditulis	ai <i>Bainakum</i>
2	Fathah + wawu mati قول <i>qawul</i>	Ditulis	au <i>Qaulun</i>

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أأنتم <i>ā'antum</i>	Ditulis	<i>a'antum</i>
أأعدت <i>ā'iddat</i>	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لألن شكرنم <i>la'in syakartum</i>	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

8. Kata sandang alif + lam

Apabila diikuti huruf qamariyyah ditulis dengan menggunakan huruf “al”

الذران <i>al-ḍarān</i>	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
------------------------	---------	------------------

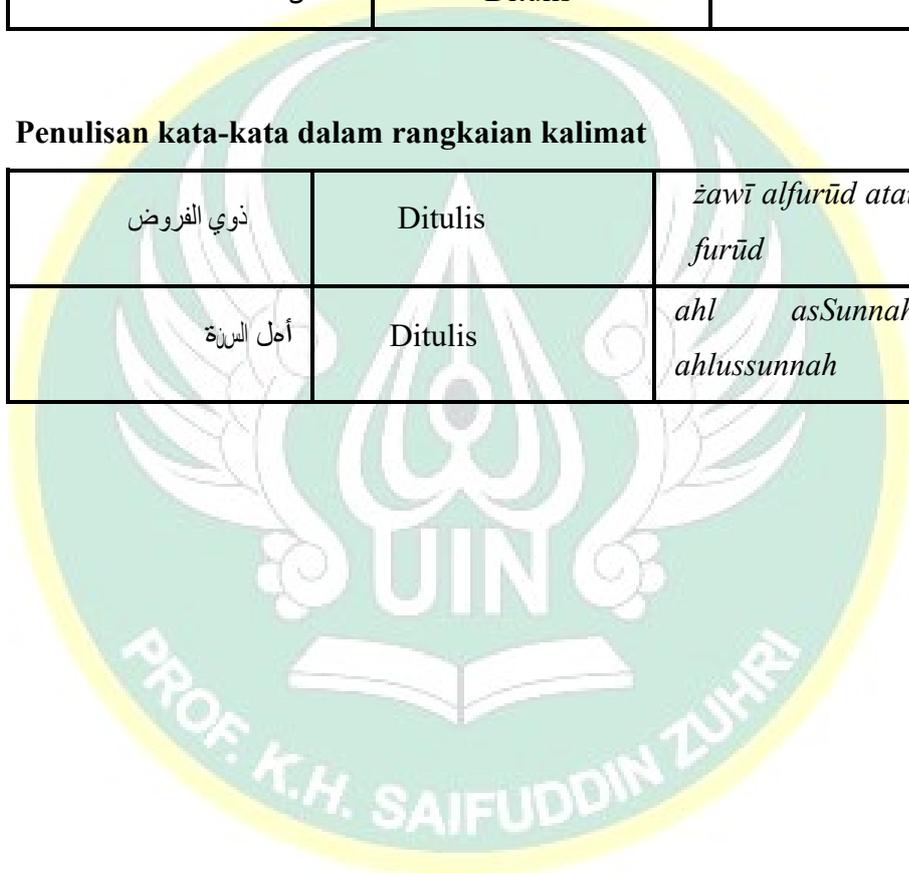
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>
--------	---------	-----------------

Apabila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, dengan menghilangkan huruf “al” nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

ذوي الفروض	Ditulis	<i>zawī alfurūd</i> atau <i>zawil furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl asSunnah</i> atau <i>ahlussunnah</i>



PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur kepada Allah SWT, karya ini saya persembahkan kepada :

1. Kampus UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Almamaterku Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Untuk diri saya sendiri, terimakasih telah bisa melewati semuanya dengan baik sampai sejauh ini.
4. Untuk kedua orang tua saya, Bapak dan Ibu yang telah mendidik, merawat, memberikan doa dan dukungan, memberikan semangat dan motivasi, serta selalu memberikan kasih sayang yang tak terhingga sehingga penulis bisa berada di titik ini.
5. Untuk kedua saudaraku yang memberikan pelajaran berharga serta selalu membantu dalam keadaan apapun, memberikan semangat, saran, dan doa sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
6. Untuk seseorang terkasih yang telah menemani dan memberikan dukungan, semangat, dan doa dalam bentuk apapun sehingga saya yakin dan bisa menyelesaikan skripsi ini.
7. Dan untuk sahabat dan teman-teman seperjuangan saya yang telah memberikan semangat dan dukungan.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah robbil'alamin, Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Produk Makanan Pada *Marketplace* Kuliner (Studi Kasus Masyarakat Desa Randudongkal)”. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, serta pengikutnya yang membawa umatnya dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang.

Bersama dengan selesainya skripsi ini, penulis ucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT, berkat rahmat dan lindungan-Nya.
2. Prof. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag. selaku Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
3. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. H. Sochim, Lc., M.Si., selaku pembimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi. Terimakasih saya ucapkan atas segala bimbingan, arahan, masukan serta kesabaran demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini.
7. Segenap Dosen dan Staff Administrasi UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan selama ini dan segala bantuan beserta fasilitas yang diberikan.
8. Kedua Orangtua saya tercinta yang hebat, Bapak Fathurrahman dan Ibu Retno Lantasi yang selalu percaya kepada anaknya, segala perjuangan saya

hingga titik ini saya persembahkan kepada dua orang yang paling berharga di hidup saya. Hidup menjadi lebih mudah dan lancar ketika saya memiliki orang tua yang lebih memahami kita daripada diri kita sendiri. Terimakasih telah menjadi orangtua yang hebat dan sempurna.

9. Kepada kedua kakak saya, Riandy Aditya Rahman dan Anjas Rinaldy yang sama pentingnya dihidup saya, yang selalu bersedia membantu dan memudahkan perjalanan saya hingga sampai dititik ini.
10. Kepada yang terkasih, Hafizh Athoriq tempat berkeluh kesah saya yang selalu bersedia menemani dan telah menyediakan pundak untuk menangis dan memberi bantuan saat saya membutuhkannya, terimakasih selalu ada dikala suka dan duka, terimakasih telah memberikan semangat, dukungan serta doa sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
11. Kepada sahabat dan teman seperjuangan saya, Chindy Fauliah Arifin, Delfia Nur Khasanah, Leksani Dwi Rahayu, Fasa Aqilunaza, Esa Candra Sutisna, Taufik Eka Ramadhan, Aji Purnama, Agung Tegar Setiawan, dan Bary Pambudi yang telah memberi motivasi dan hal-hal baiknya selama saya berada dikota ini.
12. Kepada teman sebimbangan saya, Salsabila Mudzakir, Wahyu Putri Utami, Ike Tiyani dsb yang telah memberi semangat dan dukungannya.
13. Kepada teman kost saya, Meilina Istanti, Heni Rahmawati, dan Nuri Isnaeni yang telah banyak membantu, memberi doa dan dukungan yang baik saat senang maupun susah.
14. Teman-teman Ekonomi Syariah B angkatan 2018, terimakasih telah membantu, serta berbagi kenangan baik suka maupun duka dalam melewati dunia perkuliahan ini.
15. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

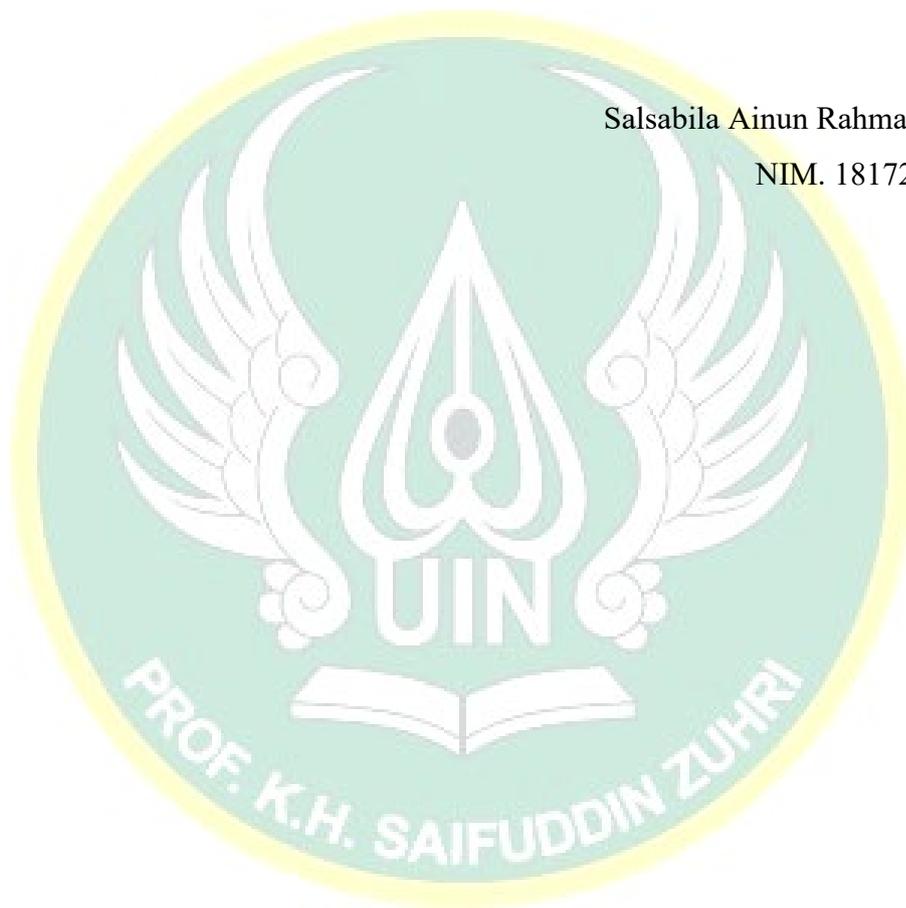
Semoga Allah membalas segala kebaikan kepada semua pihak yang telah turut serta membantu terselesaikannya skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberi manfaat khususnya bagi penulis, dan bagi pembaca.

Purwokerto, September 2022

Penulis

Salsabila Ainun Rahmandhani

NIM. 1817201078



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengguna <i>Marketplace</i> Kuliner di Kabupaten Pemalang	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Indikator Penelitian	32
Tabel 3.2 Preferensi Jawaban Skor	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.3 karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pembelian	42
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Data Variabel X ₁	43
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Data Variabel X ₂	44
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Data Variabel Y	45
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Data Variabel X ₁	45
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Data Variabel X ₂	46
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Data Variabel Y	46
Tabel 4.10 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	47
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolineritas	48
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas Rank Spearman	49
Tabel 4.13 Hasil Uji Parsial (Uji T)	50
Tabel 4.14 Hasil Uji Simultan (Uji F)	51
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pertumbuhan Industri Penyedia Makanan, Minuman, dan Restoran Tahun 2011-2022	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	26



DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
PEDOMAN LITERASI ARAB-INDONESIA	viii
PERSEMBAHAN	xiii
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR ISI	xix
BAB I	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
D. Sistematika Pembahasan	11
BAB II	13
A. Landasan Teori	13
1. Marketplace	13
2. Kualitas Pelayanan	14
3. Kualitas Produk	16
4. Kepuasan Konsumen	19
B. Landasan Teologis	22
C. Tinjauan Pustaka	23
D. Kerangka Pemikiran	27
E. Hipotesis Penelitian	28

BAB III	30
A. Jenis Penelitian.....	30
B. Tempat dan Waktu Penelitian	30
C. Populasi dan Sampel Penelitian	30
D. Sumber Data	32
E. Subjek dan Objek Penelitian	33
F. Variabel dan Indikator Penelitian	33
G. Teknik Pengumpulan Data	34
H. Metode Analisis Data	35
I. Teknik Pengujian	35
BAB IV	41
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	41
B. Karakteristik Responden	42
C. Teknik Pengujian	45
1. Uji Validitas	45
2. Uji Reliabilitas	47
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	49
1. Uji Normalitas	49
2. Uji Multikolinieritas	50
3. Uji Heteroskedastisitas	51
E. Hasil Uji Hipotesis	52
1. Uji Parsial (Uji T)	52
2. Uji Simultan (Uji F)	53
3. Koefisien Determinasi (R^2)	54
F. Pembahasan	55
BAB V	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN-LAMPIRAN	63
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	108

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

E-commerce (Elektronic Commerce) adalah pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet, televisi, *world wide web* atau jaringan-jaringan komputer lainnya. Salah satu jaringan yang sering digunakan adalah internet. Internet merupakan faktor pendorong utama pada perkembangan *e-commerce* (Prasetio, 2021). Sehubungan dengan hal tersebut, maka pertumbuhan pengguna internet berkembang dengan pesat. Menurut Henri Kasyfi Soemartono selaku Sekjen APJII dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2017, total pengguna internet menyumbang 54,68% dari keseluruhan penduduk Indonesia 273,5 juta mengalami peningkatan jika dibandingkan tahun sebelumnya yaitu sebanyak 132,7 juta orang pada tahun 2016.

Jumlah pengguna internet Indonesia sebesar 51,43% untuk wanita dan 48,57% untuk pria. Ada pula berlandaskan pada usia yaitu sebanyak 16.68% pengguna internet berusia mulai dari 13 sampai 18 tahun dan 49.52% berusia mulai dari 19 sampai 34 tahun. Selain itu, sebagian kecil pengguna internet berusia mulai dari 35-54 tahun memperoleh 29.55%, dan juga pengguna internet yang berumur 54 tahun keatas memperoleh 4.24% (Setiawan, 2017). Perkembangan teknologi dan informasi yang semakin cepat membawa perubahan yang cukup besar pada beberapa industri di dunia ini. Salah satu industri yang berkembang dengan baik yaitu industri kuliner. Industri kuliner di Indonesia mempunyai potensi yang cukup besar karena di negara Indonesia sendiri didukung oleh sumber bahan baku yang baik dan berkualitas.

Untuk jangka kedepan, industri kuliner bisa menjadi salah satu pendukung perekonomian di negara Indonesia agar terus maju. Dr. Ir. Wawan Rusiawan, M.M., selaku Direktur Riset dan Pengembangan Bekraf mengungkapkan bahwa dengan hadirnya industri kuliner ini mempunyai pengaruh cukup besar sebanyak 41% terhadap penghasilan sektor pariwisata

dan ekonomi kreatif dalam tahun 2017 (Ika, 2019). Perkembangan industri kuliner selama ini memberikan kontribusi terbesar bagi perkembangan industri kreatif berikut kerajinan dan *fashion*. Menteri Pariwisata, Ekonomi Kreatif, dan Pariwisata beropini bahwa dunia kuliner tidak bisa dipisahkan dari kegiatan pariwisata.

Saat ini, makan sambil jalan-jalan menjadi daya tarik utama pariwisata di Indonesia. Saat ini, makan sambil jalan-jalan menjadi daya tarik utama pariwisata di Indonesia. Setiap terdapat lokasi wisata, terdapat pula tempat kulineran. Maka dari itu hal ini yang akan menjadi pendorong ekonomi bagi masyarakat Indonesia (Prameswara, 2019). Dibawah ini yakni *trend* data pertumbuhan industri penyedia makanan, minuman, restoran, dan sejenisnya pada tahun 2011-2022.

Gambar 1.1
Data Pertumbuhan Industri Penyedia Makanan, Minuman, Restoran Pada Tahun 2011-2022



Sumber : Data Industri (2022)

Pada tahun 2011-2022 pertumbuhan industri makanan dan minuman menyebutkan bahwasanya kinerja tersebut perkuartal mengalami pertumbuhan sebesar 4,41%. Sedangkan untuk kinerja tahunan sektor industri penyedia makanan dan minuman untuk 6 bulan pertama pada tahun 2022 tumbuh sebesar 4,91%. Kinerja pertumbuhan yang positif ini melanjutkan kinerja tahun 2021 yang juga positif. Meskipun kinerja tahun 2020 mengalami penurunan akibat adanya pandemi covid-19.

Tetapi pada tahun 2022 disebutkan bahwa masyarakat sudah mulai beradaptasi dengan adanya pandemi covid-19, dan juga perusahaan yang sudah mulai berinovasi memperjual belikan barang dagangannya seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi yang semakin canggih. Banyak perusahaan yang memperjual belikan dagangannya pada *e-commerce* yang tersedia pada website atau aplikasi yang telah disediakan.

Perkembangan dunia bisnis di era saat ini telah berkembang cukup pesat dan mengalami perubahan yang berkelanjutan dari setiap tahun ke tahun. Setiap perusahaan dituntut untuk lebih cerdas dalam mempertahankan pangsa pasarnya agar mampu bersaing dalam bisnisnya. Seiring berkembangnya zaman yang semakin modern kebanyakan perusahaan menjual produknya di *marketplace* yang ada. Perusahaan juga harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya agar konsumen merasa puas karena kualitas produk dan kualitas pelayanannya yang baik (Pratama, 2021).

Untuk dapat bertahan dalam persaingan bisnis maka perlu dilakukan peningkatan kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Bagi setiap konsumen kualitas pelayanan ialah hal yang sangat penting. Kualitas pelayanan dipengaruhi oleh kemampuan setiap perusahaan dalam merespon kebutuhan dan kepentingannya sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seorang ataupun sekelompok orang guna memenuhi kebutuhan orang lain sesuai dengan prosedur dan sistem yang telah ditentukan sebelumnya. Kualitas pelayanan berupaya memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen terhadap suatu transaksi.

Bagi perusahaan yang berjalan dibidang bisnis, kualitas pelayanan menjadi suatu hal yang penting. Dengan adanya pelayanan yang baik dapat memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan, serta dengan begitu perusahaan bisa meningkatkan

pembelian konsumen. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang kenyataannya mereka terima/dapat dengan pelayanan yang mereka harapkan/inginkan.

Apabila jasa yang diterima sesuai dengan apa yang mereka harapkan, maka kualitas pelayanan dapat dikatakan baik dan memuaskan, apabila jasa yang diterima melebihi harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dapat dikatakan sangat baik dan berkualitas. Tetapi apabila jasa yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan apa yang mereka harapkan/inginkan, maka kualitas pelayanannya dapat dikatakan buruk.

Perusahaan yang gagal meningkatkan kualitas pelayanannya akan menghadapi masalah. Biasanya konsumen yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada konsumen lain untuk tidak merekomendasikan bertransaksi pada perusahaan tersebut. Oleh karena itu, setiap perusahaan barang atau jasa wajib merencanakan, mengorganisasikan, dan mengendalikan sistem kualitas pelayanan dengan baik sehingga pelayanan dapat memuaskan para pelanggan dan memberikan respon/dampak yang positif untuk kesediaan konsumen menggunakan jasa/produk dari perusahaan tersebut dan dapat juga sebagai rekomendasi untuk konsumen lainnya.

Dengan adanya kualitas pelayanan yang memadai dapat membangun kepuasan untuk setiap konsumen. Apabila konsumen merasa senang menggunakan jasa yg telah diterima, maka pembeli dapat membandingkan pelayanan yang diterima. Jadi, setiap perusahaan harus memikirkan pentingnya pelayanan konsumen. Semakin disadari bahwa pelayanan merupakan aspek yang penting dalam meningkatkan usaha di persaingan bisnis yang ada (Tjiptono, 2004).

Tidak hanya kualitas pelayanan saja yang penting bagi setiap perusahaan, tetapi kualitas produk juga sama pentingnya bagi setiap perusahaan. Produk adalah segala sesuatu baik berwujud barang/jasa yang digunakan untuk memuaskan konsumen, dimana setiap barang memiliki manfaat yang berbeda-beda. Konsumen dalam membeli setiap barang tidak

hanya membeli sekumpulan atribut fisiknya tetapi lebih dari itu. Konsumen bersedia membayar sesuatu yang diharapkan agar dapat memuaskan keinginan dan kebutuhannya.

Kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Semakin sesuai dengan ketentuan yang berlaku maka akan dinilai produk tersebut semakin berkualitas. Setiap perusahaan harus memiliki kualitas produk yang baik dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen. Setiap menjalankan proses bisnis harus berkaitan dengan upaya mengembangkan produk yang tepat dimana produk yang ditawarkan harus memiliki kualitas yang baik dan diharapkan sesuai dengan pelayanan yang diberikan. Dengan adanya kualitas produk yang baik, suatu perusahaan dapat mempertahankan bisnisnya dan mampu bersaing dengan perusahaan yang lainnya.

Kualitas produk dapat digambarkan sebagai kombinasi karakteristik produk yang diperoleh melalui produksi & pemeliharaan, pemasaran serta rekayasa yang memungkinkan produk tersebut memenuhi harapan setiap pelanggan/konsumen. Maka dari itu, wajib bagi perusahaan itu sendiri mempunyai kualitas produk yang baik supaya bisa menaruh loyalitas pada pembeli.

Kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor terpenting yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan agar dapat memberikan ekspektasi yang lebih terhadap konsumennya. Kepuasan konsumen menurut Kotler (2009) yakni rasa senang/kecewa pada individu itu sendiri yang dihasilkan atas perbandingan kinerja produk dengan harapan lainnya. Peningkatan kepuasan konsumen memberikan manfaat, seperti hubungan antara bisnis dan konsumen untuk datang kembali melakukan pembelian ulang, dan juga dapat menghasilkan rekomendasi dari mulut ke mulut yang bermanfaat bagi bisnis. Misalnya, sebuah perusahaan harus mampu menyediakan suatu produk dengan kualitas terbaik. Fasilitas lengkap, harga menarik, dan promo yang bagus. Oleh karena itu diperlukan strategi untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain.

Pada era globalisasi, misalnya kini persaingan bisnis dalam era global menjadi sangat sempit. Untuk tetap kuat dalam menghadapi persaingan yang ketat, perusahaan saling bersaing untuk bertahan dalam bisnisnya. Perusahaan harus menggunakan taktik pemasaran yang efektif, salah satunya melalui internet. Yang mana harus mempertahankan pelanggan yang lama, menciptakan pelanggan baru dan menaikkan volume penjualan. Dengan mempertahankan pelanggan lama dan menghasilkan pelanggan baru bisa digunakan dengan bermacam cara, misalnya menaikkan kualitas produk serta menghasilkan produk yang lebih baru. Bukan hanya itu, penggunaan berbagai teknologi digital memudahkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk dan menjadi salah satu alasan mengapa pembeli sangat menyukai produk tersebut (Rahmadhani, 2011).

Aplikasi Facebook, selain untuk bertukar pesan, menciptakan halaman pribadi, memperbanyak teman, mengupdate status, atau membagikan jenis konten lainnya, dapat juga sebagai lapak untuk jual beli secara online. Salah satu *e-commerce* yang ada di aplikasi Facebook yakni grup Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya. Alasan peneliti memilih pada wilayah desa Randudongkal yaitu, karena menurut data yang peneliti cari, bahwa pengguna terbanyak di wilayah Kabupaten Pemalang yaitu berada di wilayah desa Randudongkal. Peneliti telah mensurvey beberapa grup *marketplace* kuliner yang ada di kabupaten Pemalang, berikut data anggota grup *marketplace* kuliner pada beberapa desa yang ada di kabupaten Pemalang. Berikut data yang telah diperoleh :

Tabel 1.1

Data Pengguna *Marketplace* kuliner di Desa yang ada di Kabupaten Pemalang.

No	Nama <i>Marketplace</i>	Anggota
1.	<i>Marketplace</i> Kuliner Desa Randudongkal	36.313 Anggota

2.	<i>Marketplace</i> Kuliner Desa Bantarbolang	24.563 Anggota
3.	<i>Marketplace</i> Kuliner Desa Moga	3.318 Anggota

Sumber : Data Primer yang diolah (2022)

Data diatas yaitu data primer yang diolah oleh peneliti pada bulan Juni 2022. Peneliti memperoleh data tersebut dilihat dari setiap *marketplace* pada aplikasi *Facebook* yang ada di Kabupaten Pematang Jaya. Pengguna terbanyak yaitu terdapat di Desa Randudongkal sebanyak 36.313 anggota, desa Bantarbolang sebanyak 24.563 anggota dan desa Moga yaitu sebanyak 3.318 anggota. Peneliti tertarik untuk meneliti *marketplace* kuliner desa Randudongkal karena di desa Randudongkal menduduki peringkat pertama dalam pengguna/anggota terbanyak. Oleh karena itu peneliti ingin meneliti bagaimana pengaruh variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Peneliti tertarik untuk meneliti variabel kualitas pelayanan dan variabel kualitas produk serta dampaknya pada kepuasan konsumen karena dalam melakukan transaksi ekonomi, konsumen berusaha memuaskan kebutuhan mereka pada suatu produk (Kotler & Keller, 2009).

Berdasarkan penelitian Windarti (2017) kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk. Kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa yang dirasakan oleh konsumen karena membandingkan kinerja produk dengan harapan mereka (Kotler & Keller, 2009). Kepuasan konsumen merupakan salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan, karena konsumen yang puas dinilai akan tetap setia pada produk tersebut, tertarik tatkala perusahaan yang sama menawarkan atau mengeluarkan produk baru,

ataupun mengulas hal-hal baik mengenai produk tersebut (Kotler & Keller, 2009)

Alasan peneliti memilih variabel kualitas pelayanan yakni, menurut Tjiptono (2005) kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan harapan pelanggan. Pelayanan yang diberikan oleh pedagang pada *marketplace* kuliner Randudongkal tergolong dengan pelayanan yang ramah dan responsif terhadap konsumen. Namun, masih juga terdapat beberapa catatan yang perlu dievaluasi mengenai masalah pelayanan. Salah satu contohnya adalah dirasakan oleh beberapa konsumen pada proses pengantaran makanan seringkali konsumen menunggu terlalu lama pesanan yang dipesan.

Faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk. Alasan peneliti memilih variabel kualitas produk adalah, menurut Kotler & Keller (2009) kualitas produk merupakan keseluruhan ciri yang terdapat pada suatu produk yang kemampuannya diharapkan dapat memenuhi konsumen. Dari observasi pendahuluan diketahui 20 dari 30 masyarakat desa Randudongkal menyebutkan bahwa kualitas produk menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Para pedagang pada *marketplace* kuliner desa Randudongkal memastikan produknya aman, halal, dan baik untuk dikonsumsi.

Alasan lain yang ingin dikembangkan dari penelitian sebelumnya yaitu peneliti juga ingin melengkapi keterbatasan penelitian sebelumnya serta kesenjangan hasil penelitian dari beberapa penelitian terdahulu. Karena berdasarkan penelitian Windarti (2017) mendapatkan hasil bahwa variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen sedangkan pada penelitian Mariansyah (2020) mendapatkan hasil bahwa variabel kualitas produk tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian diatas,

maka peneliti ingin mengetahui bagaimana kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen produk makanan pada *marketplace* kuliner desa Randudongkal.

Awal mula berdirinya grup Kuliner Randudongkal dan sekitarnya pada pertengahan bulan April tahun 2018. Pemikiran dari Mas Muhammad Dafi dan kedua temannya yang bernama Pak Taufan dan Ibu Tati yang berasal dari Desa Randudongkal. Tujuannya diciptakan grup tersebut adalah sebagai wadah untuk menjalin tali silaturahmi antara pedagang khususnya di wilayah desa Randudongkal dan juga untuk memajukan ekonomi masyarakat desa Randudongkal serta dalam waktu jangka panjangnya untuk mencari icon desa Randudongkal di bidang kuliner. Bahkan *marketplace* Kuliner Randudongkal juga cukup sering mengadakan acara bazar kuliner di waktu tertentu, misalnya pada tahun baru, menjelang bulan ramadhan, hari kemerdekaan, ataupun hut hari jadi Kabupaten Pematang Jaya. Dan penggunaannya untuk bulan Mei tahun 2022 sudah mencapai 36.313 orang.

Cara pemasarannya pun cukup mudah, yaitu penjual hanya mengunggah foto barang dagangannya melalui *marketplace* grup Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya, lalu dilanjutkan menulis deskripsi dari isi produknya disertakan dengan kontak dan alamat penjual. Pengiriman untuk produknya pun cukup mudah, bisa dengan menggunakan sistem COD (*Cash On Delivery*) dan konsumen cukup menunggu di rumah lalu si penjual mengirim ke alamat tujuan konsumen masing-masing.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti ingin mengetahui bagaimana kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna grup *marketplace* Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya. Karena berdasarkan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Alvin Mariansyah pada tahun 2020 menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Perbedaannya penelitian sebelumnya menggunakan konsumen Cafe Kabalu sebagai objeknya, sedangkan peneliti menggunakan konsumen grup

marketplace Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya di Desa Randudongkal sebagai objeknya.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada pengguna *marketplace* Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya di Desa Randudongkal?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada pengguna *marketplace* Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya di Desa Randudongkal?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh simultan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna *marketplace* Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya di Desa Randudongkal?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, tujuan dan manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Tujuan
 - a. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *marketplace* Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya di Desa Randudongkal.
 - b. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen *marketplace* Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya di Desa Randudongkal.
 - c. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersamaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *marketplace* Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya di Desa Randudongkal.
2. Manfaat
 - a. Teoritis
 1. Bagi Akademis, menjadi tambahan referensi penelitian ilmiah tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk

terhadap kepuasan konsumen *marketplace* kuliner di desa Randudongkal.

2. Bagi penelitian, dapat menjadi saran untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh, menambah wawasan mengenai industri kuliner.

b. Praktis

1. Bagi peneliti, menambah pengetahuan tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersamaan terhadap kepuasan konsumen *marketplace* kuliner di desa Randudongkal.
2. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pihak perusahaan dalam meningkatkan kepuasan konsumen melalui kualitas pelayanan dan kualitas produk.
3. Bagi masyarakat, menambah pengetahuan mengenai khasanah ilmu pengetahuan dan teknologi.

D. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah dalam memahami penelitian, pada penelitian ini penulis menggunakan sistematika penulisan, sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN. Bab ini menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika pembahasan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA. Bab ini menjelaskan mengenai landasan teori yang menjadi landasan pada perumusan hipotesis serta analisis penelitian, kemudian diuraikan menjadi kerangka pemikiran dari penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN. Bab ini menjelaskan mengenai variabel penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, kerangka pemikiran dan hipotesis serta metode analisis yang digunakan untuk menganalisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN. Bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum mengenai objek penelitian, analisis data serta pembahasan.

BAB V PENUTUP. Bab ini berisi simpulan dan saran dari hasil penelitian.



BAB II LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. *Marketplace*

a. Pengertian *Marketplace*

Menurut Opiida (2014) *marketplace* adalah media online berbasis internet tempat melakukan kegiatan bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual. Pembeli dapat mencari supplier sebanyak mungkin dengan kriteria yang diinginkan, sehingga memperoleh sesuai harga pasar. Sedangkan bagi penjual dapat mengetahui apa keinginan pada konsumennya.

Jenis-jenis *marketplace* dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

1) *Marketplace* murni

Marketplace murni mempunyai peran yang cukup penting sebagai fasilitator antara penjual dan pembeli. Disini, penjual bebas untuk melakukan berbagai transaksi produk, mengelola pembayaran, serta menampilkan informasi mengenai produk. *Marketplace* hanya berperan sebagai perantara dan mengirim produk kepada pembeli. Jadi penjual barang dapat mengurus dan mengelola berbagai aktivitas dengan lebih fleksibel sesuai dengan peraturan dari platform yang berlaku. Penjual juga berkewajiban untuk menyertakan informasi dan data terkait produk yang dipasarkan secara lengkap dan detail. Agar dapat memudahkan dan meyakinkan pembeli untuk membeli produk tersebut.

2) *Marketplace* konsinyasi

Jenis *marketplace* ini merupakan jenis pasar online dimana penjual hanya memiliki akses untuk menitipkan produknya saja. Dari pihak penjual hanya dapat menyediakan barang serta mengirimkan deskripsi informasi detail dari barang tersebut. Tugas dari *marketplace* konsinyasi adalah sebagai perantara, sekaligus mengatur urusan pembayaran, pengiriman barang, foto

produk, dan lain sebagainya. Jadi penjual hanya sekedar menyediakan barang. Untuk proses penetapan harga akan dilakukan oleh pihak platform sendiri.

3) *Marketplace* horizontal

Yang dimaksud *marketplace* horizontal adalah website dan aplikasi yang menjual berbagai barang dan jasa dari beragam kategori. Biasanya, *marketplace* horizontal melabeli dirinya sebagai toko serba ada dengan mengandalkan kenyamanan sebagai nilai jual utamanya.

4) *Marketplace* vertical

Marketplace vertical memasarkan produk dari satu Kategori tertentu saja melalui situs webnya.

5) *Marketplace* global

Saat ini persaingan pasar online di seluruh dunia sangatlah ketat. Salah satunya yang paling banyak digunakan adalah platform *ecommerce*. Semakin banyaknya minat konsumen untuk membeli produk barang atau jasa melalui online daripada menggunakan transaksi konvensional. *Marketplace* global adalah website yang dapat menjadi tempat transaksi jual beli beragam jenis produk dari banyak sumber diseluruh dunia (Kusumaningsih, 2021).

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler & Keller (2009) kualitas yakni kondisi di mana barang dan jasa, orang, operasi, dan lingkungan memenuhi atau melampaui harapan. Kualitas adalah kapasitas barang atau jasa untuk memuaskan kebutuhan konsumen, menurut Heizer dan Render (2001:171). Ini juga digambarkan sebagai keseluruhan penampilan dan kualitas produk atau layanan yang bekerja dengan kemampuan terbaiknya untuk memenuhi kebutuhan spesifik. (Dharma, 2005).

Menurut Lupiyoandi dan A. Hamdani (2006) kata “Pelayanan” itu sendiri mempunyai banyak arti, segala sesuatu mulai dari layanan pribadi hingga layanan sebagai produk disertakan. Menurut Kotler (2022), sangat penting bagi sebuah perusahaan untuk memantau kualitas layanan. Evaluasi pelanggan atau konsumen terhadap produk atau layanan yang mereka terima (*perceived service*) dibandingkan dengan tingkat layanan yang dicari atau diharapkan dikenal sebagai kualitas layanan (*expected service*). Produsen mendefinisikan kualitas layanan sebagai spesifikasi produk atau layanan yang dibuat dan disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan atau preferensi konsumen untuk memastikan kepuasan mereka terhadap produk atau layanan. (Idrus, 2019).

Dari definisi diatas bisa disimpulkan bahwa jika perusahaan sudah bisa menciptakan pelayanan dan kebutuhan konsumen dengan baik dan sesuai apa yang dibutuhkan pelanggan, sebaiknya perusahaan meningkatkan tingkat kinerja dalam pelayanan agar pelanggan lebih puas dengan pelayanan yang diterima dari perusahaan tersebut.

b. Indikator Kualitas Pelayanan

Terdapat indikator kualitas pelayanan terletak pada lima dimensi yaitu sebagai berikut (Tjiptono, 2012) :

1. Bentuk Fisik (*Tangibles*)

Terkait dengan infrastruktur fisik yang diperlukan untuk proses pelayanan dan telah ditunjukkan oleh penyedia dalam berbagai cara. Bentuk fisik (*tangible*) yang diberikan perusahaan akan menentukan secara signifikan seberapa puas pengguna jasa.

2. Keandalan (*Reliability*)

Hal ini berkaitan dengan kapasitas untuk memberikan layanan yang tepat seperti yang dijanjikan dan kapasitas untuk mendapatkan kepercayaan, terutama dalam hal memberikan

layanan secara konsisten tanpa kesalahan, tepat waktu, dan sesuai dengan jadwal yang ditetapkan.

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Berkaitan dengan kesiapan dan kapasitas penyedia layanan untuk membantu konsumen dan bertindak segera dalam menanggapi permintaan mereka.

4. Jaminan (*Assurance*)

Berkaitan dengan pengetahuan, kebijaksanaan, dan kesopanan anggota staf dalam meningkatkan kepercayaan dan kepercayaan konsumen.

5. Empati (*Emphaty*)

Hal ini berkaitan dengan apakah bisnis mengenali masalah yang dihadapi konsumen, bertindak demi kepentingan terbaik mereka, menangani mereka secara pribadi, dan mempertahankan jam operasional yang wajar.

c. Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2000) ada beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu (Prasastono, 2012) :

a. Pelayanan yang dirasakan

Persepsi konsumen terhadap pelayanan harus sesuai dengan harapan agar dapat diterima oleh konsumen.

b. Pelayanan yang diharapkan

Konsumen dapat menentukan bahwa suatu layanan memiliki kualitas pelayanan yang buruk jika pelayanan yang mereka terima tidak sesuai dengan harapan mereka atau jika pelayanan yang mereka terima memenuhi harapan konsumen.

3. Kualitas Produk

a. Pengertian Kulitis Produk

Kualitas merupakan faktor penting untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang tidak terlepas dari produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Kualitas produk memiliki teori bahwa produk yang

ditawarkan oleh konsumen memiliki nilai jual lebih yang tidak semua produk pesaing miliki.

Menurut Tjiptono dalam (Kuspriyono, 2016) kualitas produk meliputi usaha untuk memenuhi harapan konsumen, kualitas produk terdiri dari produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan.

Menurut Kotler dalam (Melyani, 2016) menyebutkan bahwa kualitas produk yakni keseluruhan ciri dari sifat barang dan jasa yang mempengaruhi kemampuannya dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, jadi produsen berusaha membuat produk yang berkualitas yang ditampilkan baik itu dari model (*design*) produk maupun isi produk itu sendiri.

Menurut Kotler & Keller (2009) kualitas produk dapat didefinisikan sebagai suatu produk untuk memuaskan kebutuhan konsumen, baik dinyatakan secara langsung ataupun tidak langsung.

Kualitas produk menurut Yan, Sengupta, and Wyer Jr (2014) yaitu suatu kinerja produk yang diinginkan oleh konsumen, baik dilihat dari kemasan produk, kualitas produk, daya tahan dan tampilan yang bisa dikatakan baik menurut sudut pandang konsumen.

Sedangkan menurut Kotler dan Amstrong (2012) kualitas produk yaitu karakteristik sebuah produk atau jasa yang memberikan kemampuan untuk mencukupi sebuah kebutuhan dari konsumen (Suryati, 2015).

Dari beberapa teori-teori diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas dari suatu produk yakni tingkat baik atau tidaknya barang atau jasa yang terdiri dari semua faktor yang ada pada barang dan jasa tersebut, sehingga suatu produk mempunyai kemampuan untuk dapat digunakan sesuai keinginan konsumen.

b. Indikator Kualitas Produk

Menurut Irawan (2002) terdapat 6 dimensi dari kualitas produk yang perlu diperhatikan oleh perusahaan terhadap kepuasan konsumen, yaitu :

1. Kinerja (*Performance*)

Dimensi yang paling dasar dan berhubungan dengan fungsi utama dari suatu produk. Konsumen akan merasa kecewa apabila harapan mereka terhadap kinerja perusahaan tidak terpenuhi.

2. Keandalan (*Reliability*)

Dimensi kinerja dengan keandalan terlihat hampir mirip tetapi terdapat perbedaan yang jelas. Tetapi keandalan lebih menunjukkan masalah produk gagal untuk menjalankan fungsinya.

3. Fitur (*Feature*)

Dengan adanya perkembangan teknologi, maka fitur menjadi target para perusahaan untuk berinovasi dalam upaya memuaskan harapannya.

4. Daya Tahan (*Durrability*)

Suatu pengukuran terhadap daya tahan produk baik secara teknis maupun waktu. Produk disebut tahan lama jika sudah banyak digunakan atau sudah lama digunakan.

5. Kesesuaian (*Conformance*)

Dimensi ini menunjukkan seberapa jauh suatu produk dapat menyamakan standar atau spesifikasi tertentu. Produk yang mempunyai *conformance* yang tinggi berarti produk tersebut sesuai dengan standar yang telah ditentukan.

6. Desain (*Design*)

Dimensi ini menawarkan aspek emosional dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Dimensi ini dimasukkan dalam faktor penggerak operasional.

c. Klasifikasi Kualitas Produk

Pada dasarnya produk dapat diklasifikasikan menjadi beberapa karakteristik, yaitu berdasarkan sifat, wujud dan berdasarkan tujuan atau pemakaian. Klasifikasi produk dapat dibedakan berdasarkan karakteristik/sifat, wujud dan berdasarkan tujuan atau pemakaian. Menurut Saladin (1994) dan Kotler & Keller (2012) berdasarkan karakteristik/sifatnya bahwa produk terdiri dari :

- a. Barang tahan lama (*durable goods*), yaitu barang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama dengan banyak sekali pemakaian.
- b. Barang tidak tahan lama (*non-durable goods*), yaitu barang berwujud yang biasanya dikonsumsi beberapa kali saja.
- c. Jasa (*service*), yaitu kegiatan, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dibeli.

Berdasarkan pada wujudnya, bahwa produk bahwa produk dapat diklasifikasikan sebagai berikut, yaitu :

- a. Barang nyata atau berwujud (*tangible goods*).
- b. Barang tidak nyata atau tidak berwujud (*intangible goods*).

4. Kepuasan Konsumen

a. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan setelah membandingkan hasil yang telah dirasakan dengan harapan konsumen. Keller (2007) mengatakan bahwa kepuasan konsumen ialah perasaan bahagia atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan suatu barang atau jasa yang telah mereka harapkan sebelumnya (Suryani, 2019).

Kotler & Keller (2009) mendefinisikan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antar persepsi/kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapan lainnya.

Sedangkan menurut Tjiptono (2012) mengatakan kepuasan konsumen adalah keadaan yang ditunjukkan konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya terpenuhi sesuai dengan harapan mereka masing-masing.

Selain itu Engel et. al. 1990 mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen merupakan evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil yang sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Dari beberapa pendapat diatas terdapat beberapa persamaan, yaitu menyangkut tentang kepuasan konsumen dengan harapan/kinerja dari hasil yang telah dirasakan. Pada umumnya harapan konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan konsumen tentang apa yang akan diterimanya apabila mereka membeli atau mengkonsumsi suatu produk. Sedangkan kinerja yang dirasakan yaitu persepsi konsumen terhadap apa yang mereka terima setelah mereka menerima atau mengkonsumsi produk yang dibeli (Budianto, 2015).

b. Indikator Kepuasan Konsumen

Dimensi kepuasan konsumen menurut Tjiptono (2012) ada 4, yaitu sebagai berikut :

a. Berwujud (*Tangible*)

Kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang terbaik bagi konsumennya dan hal tersebut merupakan hal yang tidak dapat diubah.

b. Kereponsifan (*Responsiveness*)

Berkaitan dengan bagaimana perusahaan memberikan pelayanan yang bersifat responsif terhadap semua keinginan dan apa yang dibutuhkan oleh konsumen.

c. Keyakinan (*Empaty*)

Keyakinan berkaitan dengan kepuasan konsumen dan erat kaitannya dengan perhatian yang tulus dan dekat kepada masing-masing konsumen.

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Menurut Wijayanti (2017) ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan adalah kebutuhan konsumen, harapan-harapan yang terselubung, pelanggan khusus, sentuhan emosional, dan zona toleransi yang didasarkan pada informasi dari beberapa sumber diantaranya (Hamali, 2016) :

a. Dari Mulut ke Mulut (*word of mouth*)

Pengaruh ini didasarkan oleh segala sesuatu yang didengar oleh konsumen dari konsumen yang lainnya. Faktor ini merupakan faktor potensial karena konsumen cenderung mempercayai konsumen lain yang pernah membeli/mencoba produk atau jasa yang telah diberikan oleh perusahaan.

b. Kebutuhan Pribadi (*personal needs*)

Faktor ini bergantung kepada kebutuhan masing-masing setiap orang, zkonsumen yang satu biasanya berbeda antar konsumen lainnya, sehingga konsumen tidak memerlukan harapan yang sama.

c. Pengalaman Masa Lalu (*past experience*)

Keadaan yang diharapkan selalu berharap dari transaksi sebelumnya yang pernah dilakukan. Karena semakin tinggi pengalamannya maka akan sangat berpengaruh terhadap harapannya dalam mempengaruhi kebutuhan.

d. Komunikasi Eksternal (*external communication*)

Komunikasi eksternal yaitu seperti diadakannya promosi ataupun penyuluhan yang menarik konsumen dan akan mempengaruhi harapan dari konsumen itu sendiri. Faktor ini bergantung kepada kebutuhan masing-masing setiap orang, zkonsumen yang satu

biasanya berbeda antar konsumen lainnya, sehingga konsumen tidak memerlukan harapan yang sama.

B. Landasan Teologis

Secara etimologis, *Theologi* berasal dari bahasa Yunani yang artinya *Theos* yang berarti Tuhan atau Desa dan *Logos* yang berarti pengetahuan. Teologi dapat diartikan sebagai ilmu ketuhanan atau *science of god*. Teologi adalah ilmu yang mengutamakan pemahaman masalah Tuhan dengan pendekatan logis dari ilmu dasar tauhid yang bersama-sama dengan syariat membentuk tujuan-tujuan keagamaan tertentu (Ahmad, 2003).

Dalam agama islam diajarkan bahwa apabila kita ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang ataupun jasa, maka harus dengan hasil yang baik dan berkualitas. Jangan memberikan hasil yang buruk kepada orang lain. Berikut ini landasan teologis yang mendasari variabel kualitas pelayanan yaitu terdapat dalam Q.S Al-Baqarah ayat 267:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيذِهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَعَلَّمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ .

Artinya :

“Wahai orang-orang yang beriman, infakkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya, Maha Terpuji.” (QS. Al-Baqarah: 267)

Ayat di atas menjelaskan bahwa adanya kewajiban untuk menafkahkan hasil dari usaha yang telah kita lakukan harus berupa kekayaan ataupun nafkah baik. Setiap manusia secara naluriah, menginginkan sesuatu yang terbaik, termasuk hasil panen. Orang-orang sungkan mengkonsumsi hasil panen yang buruk untuk diri mereka sendiri. Berdasarkan hal tersebut, Allah SWT menekankan kepada umat Islam ketika bersedekah ataupun

melakukan sesuatu demi kepentingan orang lain harus dari harta ataupun kualitas yang terbaik (Islam, 2019).

Sedangkan landasan teologis untuk kualitas produk terdapat di dalam QS. Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ
عَدُوٌّ مُّبِينٌ.

Artinya :

“Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu” (QS. Al-Baqarah: 168).

Maksud dari ayat di atas yakni, bumi yang telah disiapkan oleh Allah bagi semua manusia, mukminin, ataupun kafir. Setiap upaya dari siapa saja untuk menukarkan hasilnya, baik itu dari kelompok kecil maupun kelompok besar, keluarga, suku, bangsa atau ras, dengan merugikan yang lain, maka itu bertentangan dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Allah. Oleh karena itu, semua manusia diajak untuk mengkonsumsi segala sesuatu yang halal yang ada di muka bumi (Shihab, 2000). Sedangkan dalam konteks ekonomi, khususnya kualitas produk dapat dipahami bahwa untuk memproduksi suatu barang ataupun jasa, kita harus memperhatikan kualitas produk tersebut agar nantinya produk tersebut dapat dimanfaatkan dengan baik dan benar.

C. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka adalah suatu kegiatan mengamati, mendalami, memahami, dan mengidentifikasi pengetahuan, atau hal-hal yang telah ada untuk mengetahui apa yang sudah ada dan belum ada (Arikunto, 2000). Sementara itu, setelah menelaah beberapa penelitian, peneliti menemukan terdapat beberapa penelitian yang meneliti tentang kepuasan konsumen.

Penelitian pertama yang berjudul *“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado”*. Dalam penelitian ini besar pengaruh kualitas

pelayanan, harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Raja Oci Manado (Tombeng, 2019).

Penelitian kedua yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado*”. Hasil yang didapat dalam analisis regresi linier berganda dengan pengujian secara simultan diketahui bahwa variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen pada PT. Air Manado (Maramis, 2018).

Penelitian ketiga yaitu berjudul “*Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome*”. Dalam penelitian ini kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indihome, kemudian kualitas pelayanan juga berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indihome (Mahira, 2021).

Penelitian yang keempat yaitu “*Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu*”. Dalam penelitian ini mendapatkan hasil bahwa variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Windarti, 2017).

Penelitian yang kelima berjudul “*Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu*”. Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa variabel kualitas produk tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan variabel harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Mariansyah, 2020).

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan

1.	Maramis, Sepang dan Soegoto (2018) “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado”	Kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Air Manado, sehingga hipotesis pada penelitian tersebut dapat diterima.	Variabel bebas yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan Variabel terikat nya yaitu kepuasan konsumen. Dan menggunakan metode kuantitatif.	Tempat penelitian dan objek penelitian.
2.	Tombeng, Roring dan Rumokoy (2019) “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja	Berdasarkan pengamatan dan pengujian yang telah dilakukan secara bersama-sama (simultan), variabel kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan oci.	Variabel bebas yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan Variabel terikat nya yaitu kepuasan konsumen. Dan menggunakan metode kuantitatif.	Tempat penelitian dan objek penelitian.

	Oci Manado”			
3.	Purnomo Edwin Setyo (2017) “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Best Autoworks”	Kualitas produk memiliki pengaruh parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan tidak memiliki pengaruh parsial terhadap kepuasan konsumen.	Menggunakan kualitas produk sebagai variabel bebas. Dan menggunakan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat, dan menggunakan metode kuantitatif.	Tempat penelitian dan objek penelitian.
4.	Alvin Mariansyah (2020) “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu”	Variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen cafe kabalu.	Variabel bebas yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan Variabel terikat nya yaitu kepuasan konsumen. Dan menggunakan metode	Tempat penelitian dan objek penelitian.

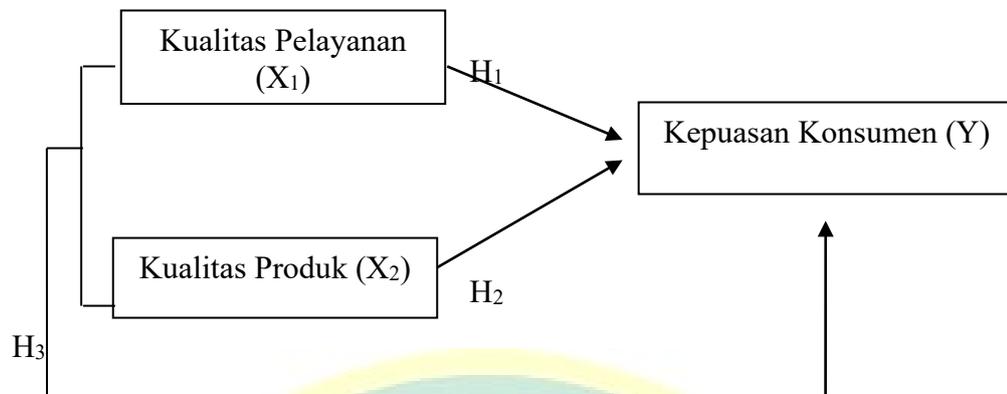
			kuantitatif.	
5.	Ananda Indriani Ayulina Saputri (2020) “Efektivitas Pelayanan Jasa Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Multipindo Gilang Makmur Cabang Banjarmasin”	Hasil penelitian menunjukkan dalam efektivitas pelayanan jasa pengiriman barang terhadap kepuasan pelanggan PT. Multipindo Gilang Makmur Cabang Banjarmasin sudah dapat dikatakan efektif walaupun masih terdapat beberapa kekurangan-kekurangan kecil dalam pelayanan, namun dari segi daya tanggap sudah efektif dan bisa melayani dengan baik.	Kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen.	Tempat penelitian, objek penelitian dan metode penelitian.

Sumber : Data yang diolah (2022)

D. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran yaitu model konseptual untuk menunjuk ke berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting (Sugiyono, 2015). Variabel yang diteliti yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk sebagai variabel bebas serta kepuasan konsumen sebagai variabel terikat.

Gambar 2.1



E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis yakni klaim sementara terhadap perkembangan masalah penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban hanya berdasarkan pada teori yang relevan daripada fakta empiris dari data yang dikumpulkan (Sugiyono, 2015). Hipotesis adalah pernyataan tentang hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat, dan hubungan dari keduanya dapat diuji secara empiris. Hipotesis dari penelitian ini adalah :

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Penelitian Mariansyah (2020) membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada konsumen Cafe Kabalu. Apabila pada sebuah cafe memberikan pelayanan yang dinilai baik oleh konsumen maka konsumen akan merasa bahagia dan merasa puas. Ginting (2015) mengatakan bahwa apabila pembeli menilai kualitas pelayanan yang diterima oleh konsumen dinilai menyenangkan maka konsumen akan mendapatkan kepuasan. Didukung oleh penelitian Tombeng (2019) yang membuktikan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi daya minat konsumen untuk membeli karena merasakan kepuasan. Penelitian Maramis (2018), Setyo (2017), dan Saputri (2020) juga membuktikan bahwa adanya kualitas pelayanan yang baik berpengaruh pada kualitas pelayanan. Oleh karena itu, hipotesis pertama pada penelitian ini adalah:

H₁ : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Penelitian Setyo (2017) membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada konsumen Best Autoworks. Jika pada sebuah perusahaan menghasilkan produk yang baik maka konsumen akan merasa puas. Menurut Yan, Sengupta, and Wyer Jr (2014) apabila kinerja produk yang diciptakan oleh perusahaan, baik dilihat dari kemasan produk, kualitas produk, daya tahan dan tampilan yang bisa dikatakan baik menurut sudut pandang konsumen. Didukung oleh penelitian Maramis (2017) yang membuktikan bahwa kualitas produk mempengaruhi minat konsumen untuk membeli produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dan hal ini juga berpengaruh pada kepuasan konsumen. Penelitian Tombeng (2019), dan Mariansyah (2020) juga membuktikan bahwa apabila terdapat kualitas produk yang baik maka akan berpengaruh pada kepuasan konsumen. Oleh karena itu, hipotesis kedua pada penelitian ini yaitu :

H₂ : Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Pada penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Tombeng (2019), Mariansyah (2020), Maramis (2018), Setyo (2017), dan Saputri (2020) membuktikan bahwa dengan adanya kualitas pelayanan dan kualitas produk yang baik, maka akan berpengaruh pada kepuasan konsumen untuk mempengaruhi minat pembeli untuk membeli produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Oleh karena itu, hipotesis ketiga pada penelitian ini yaitu :

H₃ : Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

BAB III

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2015) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data melalui kegiatan penelitian yang didasarkan secara rasional, empiris, dan sistematis. Jenis metode penelitian yang dilakukan oleh peneliti merupakan metode penelitian kuantitatif.

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang didasarkan pada data kuantitatif dimana data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau bilangan. Metode penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti terhadap populasi tertentu, pengumpulan data dan menggunakan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Suliyanto, 2018).

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Desa Randudongkal, Kecamatan Randudongkal, Kabupaten Pematang Jaya. Waktu Penelitian dilakukan sejak bulan November 2021 dan dilanjutkan secara berkala hingga September 2022 sampai data-data yang dibutuhkan untuk menyusun penelitian ini telah terpenuhi.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang menunjukkan ciri karakteristik tertentu dan ditentukan oleh peneliti untuk diselidiki dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dan juga populasi mengandung semua ciri/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu sendiri, bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang diteliti (Sugiyono, 2017). Pada penelitian ini peneliti menetapkan populasi penelitian adalah masyarakat di desa Randudongkal. Jumlah masyarakat di desa Randudongkal yang tercantum di Badan Pusat

Statistik (BPS) Kabupaten Pemalang yaitu sebanyak 20.702 jiwa per tahun 2021.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017). Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat di desa Randudongkal yang pernah melakukan pembelian di *Marketplace* Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya pada aplikasi *Facebook*. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu *non probability sampling* dengan *purposive sampling*. Alasannya karena teknik ini tidak memberikan peluang yang sama untuk setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan menggunakan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017). Adapun pertimbangan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu, yaitu :

- a. Masyarakat Desa Randudongkal
- b. Bergabung di grup *Marketplace* Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya pada aplikasi *facebook*.
- c. Pernah membeli produk di *Marketplace* Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya.
- d. Bersedia menjadi responden.

Jumlah sampel ditentukan berdasarkan perhitungan dari rumus Slovin. Dalam menentukan jumlah sampel yang akan digunakan, peneliti menggunakan tingkat kesalahan sebesar 10% dan tingkat kepercayaan 90% karena pada setiap penelitian tidak mungkin hasilnya sempurna 100%. Dalam menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin untuk menyimpulkan hasil penelitian dan perhitungannya tidak memerlukan tabel jumlah sampel, tetapi dapat dilakukan dengan menggunakan rumus dan perhitungan sederhana. Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

n : ukuran sampel/jumlah responden

N : ukuran populasi

e : presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditoleransi (5% atau 10%)

Dengan menghitung menggunakan rumus Slovin seperti rumus yang diatas, maka jumlah sampel yang akan diperoleh yaitu :

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1 + N(e)^2} \\
 &= \frac{20702}{1 + 20702(10\%)^2} \\
 &= \frac{20702}{208.02} \\
 &= 99.51927 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ responden.}
 \end{aligned}$$

Jadi, jumlah responden yang akan diteliti pada penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden.

D. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung pada saat melakukan penelitian. Data primer pada penelitian ini adalah hasil kuesioner yang diisi oleh masyarakat desa Randudongkal, kecamatan Randudongkal yang bersedia menjadi responden.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh tidak secara langsung yaitu melalui sumber-sumber lain seperti buku atau dokumentasi lainnya. Data sekunder pada penelitian ini adalah buku maupun penelitian lain yang masih berkaitan dengan penelitian yang peneliti lakukan, serta data yang diperoleh melalui internet.

E. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan tempat memperoleh informasi penelitian, dapat juga diartikan sebagai seseorang atau sesuatu yang seorang peneliti ingin mendapatkan informasi darinya (Amirin, 1995). Subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat Desa Randudongkal, Kecamatan Randudongkal yang sudah pernah bertransaksi di *Marketplace* Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sesuatu yang diteliti pada suatu penelitian. Objek penelitian ini ialah pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

F. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel Penelitian

a. Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi atau menjadi penyebab besar kecilnya nilai variabel yang lain atau variabel terikat (Suliyanto, 2018). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X_1) dan kualitas produk (X_2). Variabel kualitas pelayanan dan variabel kualitas produk akan menjadi variabel yang mempengaruhi variabel kepuasan konsumen.

b. Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel terikat adalah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variasi variabel bebas (Suliyanto, 2018). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y). Variabel kepuasan konsumen menjadi variabel yang dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan dan variabel kualitas produk.

2. Indikator Penelitian

Tabel 3.1
Indikator Penelitian

Variabel	Indikator
Kualitas Pelayanan	1) Bentuk Fisik 2) Keandalan 3) Daya Tanggap 4) Jaminan 5) Empati
Kualitas Produk	1) Kinerja 2) Keandalan 3) Fitur 4) Daya Tahan 5) Kesesuaian 6) Desain
Kepuasan Konsumen	1) Berwujud 2) Keresponsifan 3) Keyakinan

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Jenis kuesioner pada penelitian ini yaitu kuesioner tertutup.

Skala yang digunakan pada penelitian ini yaitu skala likert. Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang mengenai suatu fenomena sosial. Pada penelitian ini menggunakan skala likert dengan lima alternatif jawaban skor, yaitu :

Tabel 3.2
Preferensi Jawaban Skor

Preferensi	Skor
Sangat Setuju (ST)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

H. Metode Analisis Data

1. Mentransformasi Data Ordinal ke Interval

Pada penelitian ini hasil yang diperoleh dari jawaban kuesioner dengan menggunakan skala likert adalah data ordinal. Seperti halnya pada analisis regresi linier sederhana, variabel-variabel yang akan dianalisis dengan uji regresi linier berganda juga harus berskala interval atau rasio. Agar dapat dianalisis secara statistik maka data tersebut harus diubah menjadi data interval (Sugiyono, 2006). Menurut Sedarmayanti dan Syarifudin Hidayat (2015), *Method of Successive* (MSI) adalah metode penskalaan untuk menaikkan skala pengukuran interval. Berdasarkan konsep tersebut dapat ditinjau bahwa MSI merupakan merupakan alat untuk mengubah data menjadi interval. Dalam proses pengolahan data MSI tersebut, peneliti menggunakan bantuan *Additional Instrument (Add-Ins)* pada Microsoft Excel.

I. Teknik Pengujian

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Validitas yakni suatu ukuran keefektifan atau tingkat keabsahan dari suatu instrumen. Suatu instrumen dapat dikatakan valid jika dapat mengukur apa yang diinginkan dan mewakili data dari variabel yang diteliti (Arikunto, 2013). Pada penelitian ini uji validitas dilakukan

dengan uji korelasi Pearson menggunakan SPSS. Berikut ini adalah rumus dari korelasi Pearson :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} : korelasi *product moment*

$\sum X$: jumlah skor masing-masing item (total)

$\sum Y$: jumlah skor seluruh item (total)

$\sum X^2$: kuadrat dari jumlah skor tiap item

$\sum Y^2$: kuadrat dari skor total

n : jumlah subyek yang diselidiki

Adapun syarat dalam uji validitas yang dikemukakan oleh Sugiyono (2017) dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Apabila nilai r hitung $> r$ tabel maka *item* dinyatakan valid.
- b. Apabila nilai r hitung $< r$ tabel maka *item* dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Instrumen dapat dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut cukup baik untuk mendeteksi data yang reliabel. Reliabilitas menunjuk pada pemahaman bahwa instrumen cukup andal untuk digunakan sebagai alat penghasil data karena sudah cukup baik (Arikunto, 2013). Rumus yang digunakan untuk menguji validitas suatu instrumen yaitu rumus *Alpha Cronbach* :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} : reliabilitas instrumen

k : banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$: varians butir

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik untuk menguji suatu model yang termasuk layak atau tidak layak digunakan dalam penelitian. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas metode *rank spearman*.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak (Aziz dan Utami, 2020). Dalam uji ada cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan melakukan uji statistic kolmogorof. Dengan kriteria :

- 1) $\text{Sig} > 0,05$ maka data berdistribusi normal
- 2) $\text{Sig} < 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mendeteksi apakah ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas pada model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Jika terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas, maka model regresi terdapat gejala multikolinier. Untuk mengetahui adanya multikolinieritas antar variabel, salah satunya dengan melihat nilai VIF (Variance Inflation Factor) dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya (Aziz dan Utami, 2020). Ketentuannya sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $\text{VIF} > 10$, maka antar variabel bebas terjadi persoalan multikolinieritas.
- 2) Jika nilai $\text{VIF} < 10$, maka antar variabel bebas tidak terjadi persoalan multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas dengan Metode *Rank Spearman*

Uji heteroskedastisitas dengan metode *Rank Spearman* dilakukan dengan mengkorelasikan semua variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya dengan menggunakan korelasi *Rank*

Spearman. Jika terdapat korelasi variabel bebas yang signifikan positif dengan nilai mutlak residualnya maka dalam model regresi yang dibentuk terdapat masalah heteroskedastisitas (Suliyanto, 2011). Dengan ketentuannya sebagai berikut :

- 1) Jika nilai Sig. > 0,05 maka dapat dikatakan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai Sig. < 0,05 maka dapat dikatakan terdapat masalah heteroskedastisitas.

3. Uji Hipotesis

Pendekatan analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda merupakan teknik analisis data yang digunakan dalam menganalisis pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Menurut Sugiyono (2017) persamaan regresi linier berganda yang ditetapkan adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi untuk X_1

b_2 = Koefisien regresi untuk X_2

X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2 = Kualitas Produk

e = Nilai Residu (Kesalahan Pengganggu)

Hasil pengujian statistik dengan menggunakan regresi linier berganda yang perlu dianalisis dan dibahas adalah:

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji Parsial digunakan dalam menguji apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Suatu variabel dikatakan memiliki pengaruh apabila t hitung lebih besar dari t tabel (Suliyanto, 2018).

Adapun kriteria uji t satu arah positif yaitu :

1. H_0 diterima atau H_a ditolak jika : $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$, dan $\text{sig.} > 0,05$.
2. H_0 ditolak atau H_a diterima jika : $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, dan $\text{sig.} \leq 0,05$ arah koefisien positif.

Adapun kriteria uji t satu arah negatif yaitu :

1. H_0 diterima atau H_a ditolak jika : $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$, dan $\text{sig.} > 0,05$.
2. H_0 ditolak atau H_a diterima jika : $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, dan $\text{sig.} \leq 0,05$ arah koefisien negative.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk menguji apakah variabel independen yang digunakan mampu untuk menyimpulkan apakah model masuk dalam kategori cocok atau tidak (Suliyanto, 2018). Untuk menghitung besarnya F hitung digunakan rumus sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2 / (K-1)}{1 - R^2 / (K-1)}$$

Keterangan :

F = Nilai F Hitung

R^2 = Koefisien Determinasi

k = Jumlah Variabel

n = Jumlah Pengamatan (Ukuran Sampel)

Adapun kriteria Uji Simultan (Uji F) yaitu :

1. H_0 diterima atau H_3 ditolak jika : $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, dan $\text{sig.} > 0,05$.
2. H_0 ditolak atau H_a diterima jika : $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, dan $\text{sig.} \leq 0,05$.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. nilai R^2 yang

kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

Namun penggunaan koefisien determinasi memiliki kelemahan yaitu bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 saat mengevaluasi model regresi terbaik (Suliyanto, 2011).



BAB IV PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Gambaran Umum *Marketplace* Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya

Marketplace Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya merupakan salah satu grup lapak jual beli produk makanan dan minuman yang terdapat pada aplikasi *facebook*. Lapak grup ini hanya untuk kawasan wilayah Kecamatan Randudongkal dan sekitarnya. Awal mula berdirinya grup ini yaitu pada pertengahan bulan april tahun 2018, pemikiran diadakannya grup ini dari Bapak Muhammad Dafi dan kedua temannya yang bernama Bapak Taufan dan Ibu Tati Husana yang berasal dari desa Randudongkal.

Tujuannya dibentuk grup tersebut adalah sebagai wadah untuk menjalin tali silaturahmi antara pedagang khususnya di wilayah desa Randudongkal dan juga untuk memajukan ekonomi masyarakat desa Randudongkal serta dalam waktu jangka panjangnya untuk mencari icon desa Randudongkal di bidang kuliner. Bahkan *marketplace* Kuliner Randudongkal juga cukup sering mengadakan acara bazar kuliner di waktu tertentu, misalnya pada tahun baru, pada saat bulan ramadhan, hari kemerdekaan, ataupun hut hari jadi Kabupaten Pematang.

Selain itu grup ini juga memudahkan masyarakat untuk menemukan kuliner-kuliner yang ada di Randudongkal dan juga sebagai tempat untuk para pemilik usaha kuliner untuk memasarkan produknya. Untuk bulan September 2022 anggota grup tersebut sudah mencapai 36.993 orang. Cara memasarkan produknya pun cukup mudah, yaitu penjual hanya mengunggah foto barang dagangannya melalui *marketplace* grup Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya, lalu dilanjutkan menulis deskripsi dari isi produknya disertakan dengan kontak dan alamat penjual. Pengiriman untuk produknya pun juga

dapat dengan menggunakan sistem COD (*Cash On Delivery*) dan konsumen cukup menunggu di rumah lalu si penjual mengirim ke alamat tujuan konsumen masing-masing.

B. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah semua konsumen dari grup *Marketplace* Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya di desa Randudongkal. Responden yang menjadi objek penelitian ini berjumlah 100 orang yang diambil sebagai sampel populasi dari jumlah masyarakat desa Randudongkal. Metode pengambilan sampel yang dipakai pada riset ini yakni *non-probability sampling*. Jenis dari *non-probability sampling* yang digunakan yaitu *purposive sampling* yakni pemilihan responden berdasar pada kriteria tertentu, yaitu masyarakat desa Randudongkal yang pernah membeli produk makanan/minuman pada lapak jual beli grup *Marketplace* Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya. Adapun karakteristik responden dapat digambarkan melalui beberapa tabel berikut ini :

1. Jenis Kelamin

Data jenis kelamin yang berasal dari jawaban responden hasil sebaran kuesioner, kemudian dianalisis dengan menggunakan uji deskriptif statistik untuk melihat jumlah jenis kelamin responden penelitian yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	29	29,0	29,0	29,0
	Perempuan	71	71,0	71,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

Sumber : Data *Output* SPSS, 2022

Berdasarkan hasil analisis deskriptif karakteristik berdasarkan jenis kelamin responden diketahui bahwa 100 responden memiliki karakteristik jenis kelamin antara lain : jenis kelamin laki-laki sebanyak 29 orang (29,0%) dan jenis kelamin perempuan sebanyak 71 orang (71,0%). Jadi responden dalam penelitian ini mayoritas berjenis kelamin perempuan. Hal ini dapat dipahami bahwa pada umumnya konsumen *Marketplace* Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya yaitu perempuan, dan disamping itu pula dikarenakan karena perempuan lebih banyak menyukai hal-hal yang berkaitan dengan perbelanjaan.

2. Usia

Data usia yang berasal dari jawaban responden hasil sebaran kuesioner, kemudian dianalisis dengan menggunakan uji deskriptif statistik untuk melihat jumlah jenis kelamin responden penelitian yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Usia			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	14-19 tahun	37	37,0	37,0	37,0
	20-25 tahun	46	46,0	46,0	83,0
	26-30 tahun	4	4,0	4,0	87,0
	31-35 tahun	6	6,0	6,0	93,0
	>36 tahun	7	7,0	7,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data *Output*SPSS, 2022

Berdasarkan hasil analisis deskriptif karakteristik berdasarkan usia responden diketahui bahwa 100 responden memiliki karakteristik umur antara lain : umur antara 14-19 tahun sebanyak 37 orang (37,0%), 20-25 tahun sebanyak 46 orang (46,0%), 26-30 tahun sebanyak 4 orang (4,0%), 31-35 tahun sebanyak 6 orang (6,0%) dan >36 tahun sebanyak 7 orang (7,0%). Jadi responden penelitian dapat

diketahui bahwa umur responden berkisar antara 20-25 tahun. Data tersebut menunjukkan bahwa yang melakukan pembelian pada *Marketplace* Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya didominasi oleh remaja berumur 20-25 tahun. Hal ini dapat diketahui bahwa kebanyakan remaja yang sering membuka sosial media dibandingkan dengan orang yang memiliki umur lebih tua.

3. Rata-Rata Pembelian

Data rata-rata pembelian yang berasal dari jawaban responden hasil sebaran kuesioner, kemudian dianalisis dengan menggunakan uji deskriptif statistik untuk melihat jumlah jenis kelamin responden penelitian yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pembelian

		Rata-Rata Pembelian			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	1-3 kali	64	64,0	64,0	64,0
	4-5 kali	29	29,0	29,0	93,0
	>5 kali	7	7,0	7,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

Sumber : Data *Output* SPSS, 2022

Berdasarkan hasil analisis deskriptif karakteristik responden berdasarkan rata-rata pembelian diketahui bahwa 100 responden memiliki karakteristik rata-rata pembelian sebagai berikut : 1-3 kali sebanyak 64 orang (64,0%), 4-5 kali sebanyak 29 orang (29,0%) dan >5 kali sebanyak 7 orang (7,0%). Jadi rata-rata pembelian yang dilakukan oleh konsumen mayoritas melakukan pembelian sebanyak 1-3 kali dalam sebulan.

C. Teknik Pengujian

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian ini bertujuan untuk mengukur valid atau tidaknya semua item butir kuesioner. Setiap item butir kuesioner memiliki nilai r hitung yang akan diperbandingkan dengan nilai r tabel untuk mendapatkan kesimpulan valid atau tidak. Nilai r tabel diperoleh dengan rumus $df = n - 2$ dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ uji dua arah. Jika nilai n sebanyak 30 (sampel percobaan), maka $df = n - 2 = 30 - 2 = 28$ maka nilai r tabel sebesar 0,361. Keputusan pengujian yaitu apabila nilai r hitung $>$ r tabel maka item butir kuesioner berstatus valid. Tetapi apabila nilai r hitung $<$ r tabel maka item butir kuesioner berstatus gugur atau tidak valid.

1. Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Kuesioner X_1 tentang kualitas pelayanan yang terdiri dari tiga belas item butir pertanyaan. Tiga belas item butir pertanyaan ini akan diuji validitasnya menggunakan *software* SPSS. Hasil perbandingan r hitung dan r tabel pengujian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.4

Hasil Uji Validitas Data Variabel X_1 (Kualitas Pelayanan)

Kuesioner X_1 (Kualitas Pelayanan)	R hitung	R tabel	Status
Item Butir 1	0,763	0,361	Valid
Item Butir 2	0,809	0,361	Valid
Item Butir 3	0,787	0,361	Valid
Item Butir 4	0,836	0,361	Valid
Item Butir 5	0,710	0,361	Valid
Item Butir 6	0,767	0,361	Valid
Item Butir 7	0,818	0,361	Valid
Item Butir 8	0,824	0,361	Valid
Item Butir 9	0,839	0,361	Valid
Item Butir 10	0,845	0,361	Valid

Item Butir 11	0,876	0,361	Valid
Item Butir 12	0,829	0,361	Valid
Item Butir 13	0,777	0,361	Valid

Sumber : Data *output* SPSS

Berdasarkan hasil uji validitas variabel X1 diatas dapat diketahui bahwa semua data item 1-13 diperoleh nilai indek validitas lebih besar dari ,361, maka data butir tersebut dapat dikatakan valid. Hal ini didasarkan pada kriteria jika koefisien korelasi $r > 0,361$, maka item dinyatakan valid.

2. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2)

Kuesioner variabel X₂ tentang kualitas produk yang terdiri dari enam item butir pertanyaan. Data kuesioner tersebut akan diuji tingkat tingkat validitasnya. Tabel dibawah ini merupakan data olahan dari hasil data *output* SPSS uji validitas variabel X₂.

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas Data Variabel X₂ (Kualitas Produk)

Kuesioner X ₂ (Kualitas Produk)	R hitung	R tabel	Status
Item Butir 1	0,708	0,361	Valid
Item Butir 2	0,857	0,361	Valid
Item Butir 3	0,824	0,361	Valid
Item Butir 4	0,912	0,361	Valid
Item Butir 5	0,862	0,361	Valid
Item Butir 6	0,851	0,361	Valid

Sumber : Data *Output* SPSS

Hasil uji validitas yang diolah seperti pada tabel diatas apabila diamati, seluruh nilai r hitung item butir kuesioner kualitas produk nilai nya lebih besar dari nilai r tabel. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa seluruh item butir kuesioner variabel kualitas produk berstatus valid.

3. Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Kuesioner kepuasan konsumen merupakan variabel dependen yang terdiri dari tiga item butir pertanyaan. Tiga item butir pertanyaan ini akan diuji validitasnya menggunakan *software* SPSS. Hasil perbandingan r hitung dan r tabel pengujian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas Data Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

Kuesioner Y (Kepuasan Konsumen)	R hitung	R tabel	Status
Item Butir 1	0,885	0,361	Valid
Item Butir 2	0,951	0,361	Valid
Item Butir 3	0,941	0,361	Valid

Sumber : Data *Output* SPSS

Berdasarkan hasil uji validitas variabel Y diatas dapat diketahui bahwa semua data item 1-3 diperoleh nilai indek validitas lebih besar dari 0,361, maka data butir tersebut valid. Hal ini didasarkan pada kriteria apabila koefisien korelasi $r > 0,361$, maka item dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

1. Uji Reliabilitas Data Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Tabel 4.7

Hasil Uji Reliabilitas Data Variabel X_1 (Kualitas Pelayanan)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,955	13

Sumber : Data *Output* SPSS

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai *alpha* dari variabel $X_1 = 0,955$. Nilai

Cronbach's Alfa variabel $X_1 > 0,60$, jadi data dari kuesioner tentang kualitas pelayanan dikatakan reliabel. Instrumen penelitian yang digunakan dalam pengumpulan data variabel X_1 adalah reliabel sehingga menghasilkan data yang reliabel. Dengan demikian data variabel X_1 telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, sehingga data tersebut layak digunakan dalam penelitian.

2. Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X_2)

Tabel 4.8

Hasil Uji Reliabilitas Data Variabel Kualitas Produk (X_2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,914	6

Sumber : Data *Output* SPSS

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai *alpha* dari variabel $X_2 = 0,914$. Nilai *Cronbach's Alfa* variabel $X_2 > 0,60$, jadi data dari kuesioner variabel kualitas produk reliabel. Instrumen penelitian yang digunakan dalam pengumpulan data variabel X_2 adalah reliabel sehingga menghasilkan data yang reliabel. Dengan demikian data variabel X_2 telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, sehingga data tersebut layak digunakan dalam penelitian.

3. Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 4.9

Hasil Uji Reliabilitas Data Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,916	3

Sumber : Data *Output* SPSS

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai *alpha* dari variabel Y = 0,916. Nilai *Cronbach's Alfa* variabel Y > 0,60, jadi data dari kuesioner tentang kepuasan konsumen dikatakan reliabel. Instrumen penelitian yang digunakan dalam pengumpulan data variabel Y adalah reliabel sehingga menghasilkan data yang reliabel. Dengan demikian data variabel Y telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, sehingga data tersebut layak digunakan dalam penelitian.

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, perlu diketahui terlebih dahulu bahwa suatu model regresi yang baik adalah model regresi yang memenuhi asumsi klasik. Asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini antara lain : normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi yang normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov*, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal.

Tabel 4.10

Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,98984745
Most Extreme Differences	Absolute	,081
	Positive	,051
	Negative	-,081
Test Statistic		,081

Asymp. Sig. (2-tailed) ,102^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data *Output* SPSS, 2022

Berdasarkan data diatas diperoleh nilai *Asymp.sig* (2-tailed) sebesar 0,102. Artinya nilai Sig 0,102 > 0,05 berdasarkan kriteria pengambilan keputusan diatas dapat disimpulkan bahwa nilai Sig > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factors*). Jika nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinieritas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi multikolinieritas. Cara mengukur terjadi multikolinieritas atau tidak yaitu dengan cara melihat nilai *tolerance* (besaran tingkat kesalahan yang dibenarkan secara statistic) dan nilai *Variance Inflation Factors* (VIF), yaitu tidak terjadi multikolinieritas apabila nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10.

Tabel 4.11

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Standard Error				Tolerance	VIF
(Constant)	1,719	1,481		1,161	,249		
Kualitas Pelayanan	,160	,036	,447	4,413	,000	,729	1,372

Kualitas Produk	,094	,073	,130	1,282	,203	,729	1,372
-----------------	------	------	------	-------	------	------	-------

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
 Sumber : Data *Output* SPSS, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factors* (VIF) untuk masing-masing variabel penelitian yaitu sebagai berikut :

- 1) Nilai *tolerance* pada variabel kualitas pelayanan adalah 0,729 dan nilai *Variance Inflation Factors* (VIF) adalah 1,372 apabila nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10 maka variabel tidak mengalami gejala multikolinieritas, pada output diatas diperoleh nilai *tolerance* sebesar 0,729 > 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factors* (VIF) adalah 1,372 < 10 artinya variabel kualitas pelayanan tidak mengalami gejala multikolinieritas.
- 2) Nilai *tolerance* pada variabel kualitas produk adalah sebesar 0,729 dan nilai *Variance Inflation Factors* (VIF) adalah 1,372 apabila nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10 maka variabel tidak mengalami gejala multikolinieritas, pada output diatas diperoleh nilai *tolerance* sebesar 0,729 > 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factors* (VIF) adalah 1,372 < 10 artinya variabel kualitas produk tidak mengalami gejala multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik yaitu heteroskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan cara menguji heteroskedastisitas dengan metode *Rank Spearman* menggunakan *software* SPSS.

Tabel 4.12
Uji Heteroskedastisitas *Rank Spearman*

Correlations

			Kualitas Pelayanan	Kualitas Produk	Unstand ardized Residual
Spear man's rho	Kualitas	Correlation Coefficient	1,000	,473**	-,012
	Pelayanan	Sig. (2-tailed)	.	,000	,908
		N	100	100	100
	Kualitas	Correlation Coefficient	,473**	1,000	-,078
	Produk	Sig. (2-tailed)	,000	.	,440
		N	100	100	100
Unstand ardized Residual	Unstandard	Correlation Coefficient	-,012	-,078	1,000
	ized	Sig. (2-tailed)	,908	,440	.
	Residual	N	100	100	100

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

Sumber : Data *Output* SPSS, 2022

Berdasarkan hasil output diatas hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode *Rank Spearman* terlihat bahwa nilai signifikansi pada variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai 0,908 dan nilai variabel kualitas produk diperoleh nilai 0,440. Kriteria pengambilan keputusan dengan metode *Rank Spearman* adalah jika nilai sig > 0,05 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas, sebaliknya jika nilai sig < 0,05 maka dapat dikatakan bahwa terjadi heteroskedastisitas. Jadi dapat disimpulkan nilai signifikansi dari masing-masing variabel independen adalah lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

3. Hasil Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji T)

Uji T dilakukan untuk menentukan apakah variabel independen X_1 dan X_2 berpengaruh secara parsial atau individu terhadap variabel dependen (Y). Adapun kriteria penerimaan hipotesis, yaitu jika nilai signifikansi < 0,05, maka ada pengaruh

variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) atau hipotesis diterima. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak ada pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) atau hipotesis ditolak.

Tabel 4.13
Hasil Uji Parsial (Uji T)

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,249	1,550		,806	,422
Kualitas Pelayanan	,093	,028	,310	3,299	,001
Kualitas Produk	,133	,059	,212	2,258	,026

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data *Output* SPSS

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan hasil uji T adalah :

- a. Nilai Sig $X_1 = 0,001$. Hasil tersebut diketahui lebih kecil dari 0,05, artinya variabel kualitas pelayanan secara parsial atau individu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- b. Nilai Sig $X_2 = 0,026$. Hasil tersebut diketahui lebih kecil dari 0,05, artinya variabel kualitas produk secara parsial atau individu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependennya. Berikut hasil analisis uji statistik F dengan program SPSS.

Tabel 4.14
 Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	29,596	2	14,798	8,452	,000 ^b
Residual	169,839	97	1,751		
Total	199,435	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

Sumber : Data *Output* SPSS

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan nilai signifikansi F sebesar 0,000. Adapun kriteria pengujian menentukan bahwa jika nilai probabilitas (Sig) < 0,05, maka hipotesis diterima. Dengan demikian karena 0,000 < 0,05 artinya variabel independen Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara simultan (bersamaan) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Kepuasan Konsumen.

3. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai R² menunjukkan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil koefisien determinasi sebagai berikut :

Tabel 4.15
 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,385 ^a	,148	,131	1,32322

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

Sumber : Data *Output* SPSS

Dari hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai R *Square* = 0,148 atau 14,8%. Hal ini menunjukkan bahwa total variasi variabel Kepuasan Konsumen dipengaruhi oleh variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk sebesar 14,8%. Sedangkan selebihnya sebesar 85,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

4. Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti maka diperoleh suatu hasil penelitian sebagai berikut :

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Produk Makanan Pada *Marketplace* Kuliner

Hasil penelitian analisis statistik uji t diperoleh Nilai sig. $X_1 = 0,001$. Hasil tersebut diketahui lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$), artinya variabel kualitas pelayanan secara parsial atau individu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *marketplace* kuliner Randudongkal. Kualitas pelayanan merupakan faktor yang sangat penting untuk dikelola dalam suatu perusahaan. Kualitas pelayanan yakni penilaian dari pelanggan atau konsumen terkait atas pelayanan dari suatu produk atau jasa yang mereka terima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan.

Berdasarkan penjabaran diatas dapat disimpulkan pada penelitian ini terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Makanan Pada *Marketplace* Kuliner Studi Kasus Masyarakat desa Randudongkal. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu Mahira dkk (2021) berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. Dalam penelitian tersebut menunjukkan hasil penelitiannya yang menyatakan bahwa Kualitas

Pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indihome.

Oleh karena itu, pada penelitian ini didapati hasil bahwa kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan pada *marketplace* kuliner berjalan dengan baik sesuai dengan pelayanannya yaitu memprioritaskan konsumen agar konsumen tidak merasa kecewa.

2. Pengaruh Kualitas Produk (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian analisis statistik uji t diperoleh Nilai sig. $X_2 = 0,026$. Hal tersebut diketahui lebih besar dari 0,05 ($0,026 < 0,05$), artinya variabel kualitas produk secara parsial atau individu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *marketplace* kuliner Randudongkal. Kualitas produk yang diinginkan oleh konsumen, baik dilihat dari kemasan produk, kualitas isi produknya, daya tahan produk, dan tampilan produk yang dinilai baik menurut sudut pandang konsumen.

Berdasarkan penjabaran diatas dapat disimpulkan pada penelitian ini terdapat pengaruh antara Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Makanan Pada *Marketplace* Kuliner Studi Kasus Masyarakat desa Randudongkal. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu Mahira dkk (2021) berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. Dalam penelitian tersebut menunjukkan hasil penelitiannya yang menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indihome.

Oleh karena itu, penelitian didapati hasil bahwa kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh kualitas produk

dengan kualitas produk makanan yang terdapat pada *marketplace* kuliner Randudongkal berfungsi dengan baik sesuai dengan isinya, menggunakan komposisi yang aman dan layak untuk dikonsumsi.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Hasil penelitian analisis statistik uji F diperoleh Nilai sig. = 0,000. Hasil tersebut diketahui lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), artinya kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan keadaan yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari apakah kebutuhan dan keinginannya telah terpenuhi sesuai harapan mereka masing-masing. Adanya kepuasan konsumen dapat memberikan dan mengumpulkan tanggapan konsumen mengenai produk/jasa yang telah mereka terima guna untuk transaksi pada konsumen selanjutnya mengenai produk/jasa yang serupa mereka beli.

Berdasarkan penjabaran diatas, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Makanan Pada *Marketplace* Kuliner Studi Kasus Masyarakat Desa Randudongkal. Penelitian ini sejalan dengan Maramis dkk (2018) yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado. Pada penelitian tersebut menunjukkan hasil penelitiannya bahwa variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Air Manado.

Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai R $Square = 0,148$ atau 14,8%. Hal ini menunjukkan bahwa total variasi variabel kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk sebesar 14,8%. Sedangkan selebihnya sebesar 85,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Penelitian ini masih kurang sempurna hanya terbatas pada variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk saja, untuk itu diharapkan pada penelitian selanjutnya untuk meneliti variabel lain yang juga mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti harga, citra merk, faktor kemudahan dan lain sebagainya.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil hipotesis yang telah diajukan dengan model analisis data uji asumsi klasik, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan (X_1) dengan Kepuasan Konsumen (Y) produk makanan pada *marketplace* kuliner pada masyarakat desa Randudongkal.

Berdasarkan hasil pengujian statistik regresi linear berganda uji parsial (Uji T) menunjukkan bahwa nilai sig. (2-tailed) variabel Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen sebesar $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak H_1 diterima. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,93 yang positif menunjukkan hubungan kuat, sehingga semakin baiknya kualitas pelayanan semakin meningkatkan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, variabel Kualitas Pelayanan (X_1) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada produk makanan pada *marketplace* kuliner.

2. Terdapat pengaruh antara Kualitas Produk (X_2) dengan Kepuasan Konsumen (Y) produk makanan pada *marketplace* kuliner pada masyarakat desa Randudongkal.

Berdasarkan hasil pengujian statistik regresi linear berganda uji parsial (Uji T) menunjukkan bahwa nilai sig. (2-tailed) variabel Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen sebesar $0,026 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,133 yang positif menunjukkan hubungan yang kuat, sehingga semakin tinggi kualitas produk semakin meningkatkan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, variabel Kualitas Produk (X_2) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada produk makanan pada *marketplace* kuliner.

3. Terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen produk makanan pada *marketplace* kuliner pada masyarakat desa Randudongkal.

Berdasarkan hasil pengujian statistik regresi linear berganda uji simultan (Uji F) menunjukkan bahwa nilai sig variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh antara variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen produk makanan pada *marketplace* kuliner pada masyarakat desa Randudongkal.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, untuk memberi gambaran sekaligus menjadi pertimbangan bagi peneliti selanjutnya, berikut ini beberapa saran yang dapat peneliti kemukakan :

1. Faktor-faktor kepuasan konsumen yang dijelaskan dalam penelitian ini yaitu meliputi kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh simultan terhadap kepuasan konsumen produk makanan pada *marketplace* kuliner pada masyarakat desa Randudongkal, sehingga bagi pihak manajemen perusahaan harus memperhatikan dan meningkatkan mutu pelayanan dan produk yang telah ditawarkan.
2. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, namun ada faktor lain juga yang berpengaruh tetapi tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Untuk itu diharapkan penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel bebas lainnya seperti : harga, citra merk, faktor kemudahan dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, H. (2003). *Pengantar Teologi Islam*. Jakarta: Pustaka Al-Husna.
- Arikunto, S. (2000). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aziz, F. A. (2020). *UMKM di Era Baru Kewirausahaan*. Banyumas: CV Rizquna.
- Budianto, A. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Dharma, S. (2005). *Manajemen Kinerja*. Pustaka Pelajar.
- Hamali, A. Y. (2016). *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. Jakarta: Kencana.
- Idrus, S. A. (2019). *Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian*. Malang: Media Nusa Creative.
- Ika. (2019). *Industri Kuliner Jadi Pemopang Terbesar Perekonomian kreatif Indonesia*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Industri, D. (2022). *Tren Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman, 2011 – 2022*. Badan Pusat Statistik (BPS) dan Bank Indonesia (BI).
- Islam, D. (2019). *Asbabun Nuzul Surat Al-Baqarah Ayat 267, Bersedekah dengan Harta Terbaik*.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Lane, Kevin. (2009). *Managemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoandi, R. &. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mahira. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome*. Malang.
- Maramis. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado*. Sulawesi Utara.
- Mariansyah. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Cabalu*. Sulawesi Selatan.

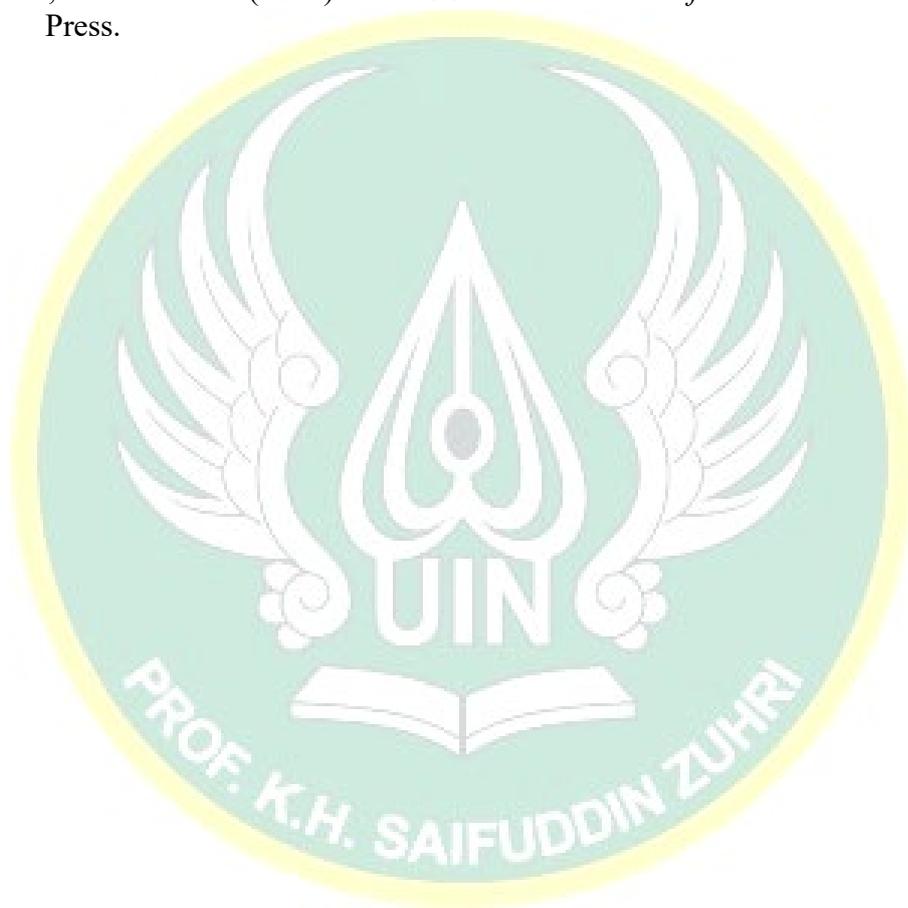
- Prameswara, A. (2019). *Industri Kreatif dalam Dunia Kuliner*. hal. 3-5.
- Prasastono, N. d. (2012). *Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi*. Jurnal Dinamika Kepariwisata Vol. 10 No. 2.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Antasari Press.
- S, A. (2013). *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Saputri, Ananda Indriani Aulia. (2020). *Efektivitas Pelayanan Jasa Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Multipindo Gilang Makmur Cabang Banjarmasin*. Banjarmasin
- Setiawan, S. R. (2017). *Pengguna Internet di Indonesia Mencapai 143,26 Juta Orang*. <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/02/19/161115126/tahun-2017>.
- Setyo, Purnomo Edwin. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Best Autoworks*. Jakarta
- Shihab, M. (2000). *Tafsir A-Misbah Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*. 354.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian: Kuantitati, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Statistika Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Suryati, Lili. (2015). *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management Mewujudkan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy & Candra, Gregorius. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV Andi.

Tombeng. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado. Sulawesi Utara*

Windarti. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu. Jawa Tengah*.

Warto, Alizar Isna. (2012). *Analisis Data Kuantitatif*. Purwokerto: STAIN Press.



LAMPIRAN-LAMPIRAN



Lampiran 1. Kuisisioner

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK MAKANAN PADA
MARKETPLACE KULINER
(Studi Kasus Masyarakat Desa Randudongkal)**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Perkenalkan nama saya Salsabila Ainun Rahmandhani mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saiffudin Zuhri (UIN SAIZU) Purwokerto. Dalam rangka menyelesaikan Skripsi maka saya mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Makanan Pada *Marketplace* Kuliner (Studi Kasus Masyarakat Desa Randudongkal)”. Saya mohon kepada Saudara/i untuk berpartisipasi dalam pengisian kuisisioner ini dengan sejujurnya. Adapun kriteria responden yang memenuhi syarat dalam penelitian saya adalah sebagai berikut yaitu :

1. Masyarakat Desa Randudongkal
2. Bergabung di grup *Marketplace* Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya pada aplikasi *facebook*
3. Pernah membeli produk di *Marketplace* Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya
4. Bersedia menjadi responden.

Informasi yang Saudara/i berikan hanya dipergunakan untuk kepentingan penelitian dan akan dijaga kerahasiaannya. Atas kesediaan Saudara/i sebagai responden saya mengucapkan terimakasih dalam bantuan dan partisipasinya, semoga Allah SWT membeikan balasan yang lebih baik. Wassalamualaikum Wr. Wb.

Link Kuisisioner :

Profil Responden :

- Nama :
Jenis Kelamin : (Laki-Laki/Perempuan)
Usia :
a. 18-23 tahun
b. 26-31 tahun
c. 32 tahun-seterusnya

Alamat :

Rata-rata melakukan pemesanan di grup *Marketplace* Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya pada aplikasi *facebook* perbulan :

- a. 1-3 kali
b. 3-5 kali
c. > 5 kali

PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda centang (✓) pada pernyataan yang sesuai dengan jawaban Saudara/i pada kolom yang tersedia.

Keterangan :

- Sangat Setuju (SS) : 5 skor
Setuju (S) : 4 skor
Netral (N) : 3 skor
Tidak Setuju (TS) : 2 skor
Sangat Tidak Setuju (STS) : 1 skor

DAFTAR PERTANYAAN KUALITAS PELAYANAN

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
BENTUK FISIK						
1.	Fasilitas perlengkapan <i>delivery order</i> pada <i>Marketplace</i> Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya (helm, jaket, jas hujan) dalam keadaan lengkap.					

2.	<i>Marketplace</i> Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya pada aplikasi <i>facebook</i> mudah digunakan.					
3.	Lokasi restoran/rumah makan yang dipesan tertera pada <i>Marketplace</i> Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya.					
KEANDALAN						
4.	<i>Delivery order</i> pada <i>Marketplace</i> Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya mengantarkan pesanan makanan/minuman tepat waktu (jarak dekat dan sedang min. 30 menit, sedangkan untuk jarak max 15 km max. 60 menit).					
5.	Jumlah biaya pengantaran yang harus dikeluarkan oleh konsumen sesuai yang tertera dalam deskripsi pada <i>Marketplace</i> Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya.					
6.	Penjual memberikan informasi kepada konsumen ketika pesanan penuh.					
DAYA TANGGAP						
7.	Penjual pada <i>Marketplace</i> Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya tanggap dalam menangani respon permintaan pesanan dari konsumen.					
8.	Penjual pada <i>Marketplace</i> Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya tanggap dalam menangani respon perubahan pesanan dari konsumen.					
JAMINAN						
9.	Penjual pada <i>Marketplace</i> Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya bersedia mengantarkan makanan/minuman dengan jaminan waktu lebih cepat sampai.					

10.	Penjual pada <i>Marketplace</i> Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya dapat dipercaya dalam mengantarkan makanan/minuman kepada konsumen.					
EMPATI						
11.	Penjual pada <i>Marketplace</i> Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya sopan dan ramah dalam melayani konsumen.					
12.	Penjual pada <i>Marketplace</i> Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya mampu berkomunikasi dengan baik kepada konsumen.					
13.	Penjual pada <i>Marketplace</i> Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya mempunyai pengetahuan dan wawasan terkait alamat/lokasi orderan pesanan konsumen.					

DAFTAR PERTANYAAN KUALITAS PRODUK

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Produk pada <i>Marketplace</i> Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya baik dan layak untuk dikonsumsi.					
2.	Penjual pada <i>Marketplace</i> Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya memberikan informasi apabila produk yang dipesan sudah habis.					
3.	<i>Marketplace</i> Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya membantu konsumen dalam mencari suatu produk makanan/minuman.					
4.	Produk makanan/minuman yang ditawarkan oleh <i>Marketplace</i> Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya berkualitas.					

5.	Produk makanan/minuman yang ditawarkan oleh <i>Marketplace</i> Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya sesuai dengan yang tertera pada deskripsi produk.					
6.	Produk makanan/minuman yang tertera pada <i>Marketplace</i> Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya menarik.					

DAFTAR PERTANYAAN KEPUASAN KONSUMEN

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Produk makanan/minuman yang ada di <i>Marketplace</i> Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya sesuai dengan ekspektasi konsumen.					
2.	Saya berminat kembali untuk membeli produk makanan/minuman yang ada di <i>Marketplace</i> Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya.					
3.	Saya bersedia merekomendasikan pembelian produk makanan/minuman yang ada pada <i>Marketplace</i> Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya.					

Lampiran 2. Tabulasi Jawaban Responden Data Ordinal

Tabel Tabulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	TOTAL X1
1	4	4	3	3	4	3	2	5	3	4	3	2	4	44
2	2	3	4	5	3	4	5	3	4	2	3	4	3	45
3	1	3	4	2	3	4	5	3	4	5	3	4	2	43
4	4	1	3	1	3	2	3	2	3	4	2	3	4	35
5	3	4	2	3	4	3	5	4	3	2	3	4	3	43
6	4	3	4	3	4	3	2	4	3	5	4	3	5	47
7	4	3	4	5	4	3	2	3	4	3	5	4	3	47
8	2	3	4	5	3	1	3	2	4	5	4	3	4	43
9	3	4	5	3	4	3	4	3	5	2	3	4	5	48
10	4	3	4	2	4	3	5	4	3	4	5	4	3	48
11	2	3	4	5	4	5	2	3	5	3	4	5	3	48
12	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	49
13	2	4	3	4	3	4	2	4	3	4	3	2	4	42
14	4	3	5	4	2	3	4	5	3	4	5	3	2	47
15	3	5	4	2	3	4	5	4	3	4	3	5	3	48
16	4	3	4	5	3	4	2	3	5	3	2	4	5	47
17	2	4	4	4	3	2	4	3	5	4	2	5	3	45
18	3	2	4	5	4	3	4	3	2	3	4	5	4	46
19	3	5	4	3	5	3	4	3	5	4	2	3	5	49
20	4	3	2	4	5	3	4	2	4	5	2	4	3	45
21	2	3	4	2	4	3	4	5	3	4	2	3	5	44
22	3	4	5	3	4	2	4	5	4	3	5	4	3	49

23	4	3	5	4	2	3	5	4	3	4	5	3	4	49
24	4	5	3	4	2	3	4	3	4	5	4	3	4	48
25	2	4	2	3	4	3	1	3	2	3	4	3	5	39
26	3	4	3	5	3	4	3	4	3	4	2	3	4	45
27	2	3	4	3	4	2	4	3	2	4	3	4	3	41
28	4	3	3	4	5	3	4	3	5	3	5	4	5	51
29	4	3	4	3	5	4	3	5	3	4	3	2	4	47
30	3	5	4	2	4	3	4	5	3	2	5	3	4	47
31	1	4	5	2	4	3	4	3	2	3	4	3	2	40
32	4	3	5	4	3	2	3	2	4	3	2	3	4	42
33	2	4	2	3	4	3	4	5	4	3	4	5	3	46
34	3	4	5	3	2	3	5	4	3	4	3	4	5	48
35	2	3	4	2	4	5	4	2	3	4	5	4	3	45
36	3	4	3	4	5	4	2	5	4	3	4	5	3	49
37	2	4	3	2	4	3	4	3	4	2	3	4	2	40
38	3	4	2	4	2	3	4	3	4	3	4	3	5	44
39	3	2	3	4	3	4	5	4	2	4	5	3	4	46
40	3	4	5	2	3	4	3	4	3	5	3	4	5	48
41	2	3	4	3	2	4	3	2	5	3	4	3	4	42
42	3	4	3	2	3	5	3	4	3	2	3	5	3	43
43	3	4	2	3	4	2	4	2	3	5	3	4	3	42
44	2	3	4	3	4	5	3	2	3	4	2	3	5	43
45	3	4	5	4	2	4	3	5	4	3	5	4	3	49
46	2	3	4	5	3	4	1	3	2	4	3	4	3	41
47	2	2	4	3	2	1	3	2	5	4	3	4	5	40
48	3	2	3	4	5	3	4	3	2	1	4	3	5	42
49	4	5	4	3	4	4	2	4	5	4	5	4	5	53
50	4	3	4	5	4	2	3	5	3	4	5	4	3	49

51	1	2	3	4	5	1	2	2	3	4	1	2	3	33
52	4	3	4	3	4	3	4	2	3	2	3	4	2	41
53	3	5	1	4	3	2	5	2	4	1	3	1	5	39
54	2	3	5	4	3	4	2	5	3	5	4	3	2	45
55	3	4	3	5	4	2	5	4	5	3	5	4	5	52
56	1	3	2	4	3	2	3	2	1	3	2	2	3	31
57	3	4	5	4	3	4	5	4	5	4	5	3	5	54
58	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	3	4	60
59	2	4	3	5	3	4	2	4	3	4	5	2	3	44
60	3	3	1	2	5	4	5	3	5	3	5	4	5	48
61	2	3	4	3	2	4	3	4	5	3	5	4	3	45
62	2	3	4	5	3	5	3	4	3	2	3	4	3	44
63	4	3	2	4	3	4	5	3	5	4	5	4	5	51
64	3	3	4	3	5	2	3	4	5	3	4	5	3	47
65	4	3	4	1	3	2	4	2	3	5	1	2	3	37
66	4	2	4	5	4	5	4	5	4	5	3	2	5	52
67	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	57
68	3	4	3	4	5	3	2	3	4	5	4	3	4	47
69	4	3	5	2	3	5	4	3	5	4	5	3	4	50
70	4	3	4	3	5	4	5	4	2	3	4	5	4	50
71	3	4	5	4	3	4	3	4	1	2	5	3	4	45
72	2	4	5	4	5	3	2	4	3	5	3	4	2	46
73	4	3	2	3	4	5	3	3	3	4	3	5	3	45
74	3	5	4	3	4	3	4	3	4	5	3	2	3	46
75	3	3	4	2	3	4	5	4	5	3	4	2	5	47
76	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	3	5	4	54
77	3	4	3	2	3	4	3	1	2	4	3	4	3	39
78	4	5	4	4	5	3	4	5	4	5	4	5	4	56

79	4	3	4	2	3	2	4	5	4	5	4	5	4	49
80	2	5	4	5	4	5	3	4	5	4	2	4	3	50
81	4	3	5	4	3	5	4	5	4	3	4	5	3	52
82	3	4	5	3	4	3	5	4	2	3	4	5	2	47
83	4	4	3	4	2	5	4	2	5	3	4	3	5	48
84	3	4	3	4	3	5	2	4	3	5	4	2	4	46
85	4	3	4	5	4	3	4	5	4	4	3	2	3	48
86	4	4	3	4	3	5	4	2	3	4	2	3	4	45
87	3	4	5	4	3	4	5	4	5	4	3	4	5	53
88	3	4	3	5	4	3	5	4	3	4	3	4	3	48
89	4	2	3	5	3	4	5	3	4	5	4	3	5	50
90	2	3	4	3	4	2	3	2	2	5	4	3	4	41
91	4	3	4	5	4	5	3	5	3	5	2	5	4	52
92	3	5	4	5	4	5	3	5	3	5	3	4	2	51
93	4	3	4	2	3	2	3	3	4	3	5	4	3	43
94	5	4	5	5	3	5	3	5	3	3	5	4	3	53
95	5	3	4	3	5	4	3	5	5	5	4	5	5	56
96	4	5	5	4	5	3	4	3	3	5	4	3	4	52
97	4	3	4	3	4	4	3	3	5	4	3	3	2	45
98	4	5	3	4	5	4	5	4	5	4	5	3	4	55
99	4	3	4	5	4	3	5	3	4	5	3	5	3	51
100	2	3	4	3	5	4	5	4	3	5	4	3	4	49



Tabel Tabulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X2)

x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	TOTAL x2
5	4	3	5	3	4	24
4	3	4	5	3	2	21
4	3	4	3	2	3	19
3	2	3	4	4	3	19
4	3	4	5	4	3	23
2	3	5	4	3	4	21
4	5	4	3	3	4	23
5	4	2	5	4	3	23
4	3	4	3	4	4	22
2	3	4	3	4	3	19
3	4	5	4	5	4	25
3	4	3	4	3	5	22
2	4	3	2	5	3	19
3	5	3	4	3	2	20
4	2	4	2	3	5	20
4	5	3	4	3	4	23
2	4	3	5	4	3	21
3	4	2	3	2	4	18
2	3	3	2	5	4	19
5	3	4	3	2	3	20
4	4	2	4	5	4	23
4	2	3	5	3	4	21
5	4	2	2	3	4	20
4	3	4	4	3	2	20
3	2	5	3	4	4	21
3	4	2	5	3	5	22
4	2	5	4	5	3	23
3	2	3	2	3	3	16
3	4	5	4	5	4	25
5	4	5	5	4	5	28
3	4	2	4	3	4	20
5	4	5	3	5	3	25
2	4	3	4	5	3	21
3	5	3	4	3	2	20
3	4	5	3	5	4	24
5	2	3	4	5	3	22
3	2	4	2	3	5	19
4	5	4	5	4	5	27
5	4	5	4	5	4	27
5	3	2	3	4	5	22
3	5	4	3	5	4	24
5	4	5	4	2	3	23

3	4	3	4	3	2	19
5	3	2	4	3	5	22
4	5	3	3	3	4	22
4	3	4	3	4	5	23
3	4	5	4	5	3	24
4	5	4	5	4	2	24
3	4	3	2	3	4	19
5	3	4	5	4	5	26
3	2	4	5	4	5	23
4	5	3	4	5	4	25
3	5	4	5	4	3	24
4	3	5	4	2	3	21
2	5	4	2	5	3	21
3	5	2	4	3	5	22
4	3	5	3	4	5	24
5	5	4	5	3	3	25
4	1	4	4	5	4	22
3	5	4	5	3	5	25
3	4	3	3	4	2	19
4	2	3	4	5	5	23
4	5	4	5	4	3	25
3	3	5	3	3	5	22
5	4	3	4	3	4	23
4	3	4	3	4	3	21
2	5	4	5	3	5	24
5	3	5	4	4	4	25
5	3	4	3	2	5	22
3	4	2	3	4	3	19
3	4	5	3	4	4	23
2	3	4	4	3	2	18
4	3	2	3	4	3	19
4	3	5	4	3	5	24
3	4	3	5	4	4	23
2	4	5	4	3	3	21
3	5	2	3	4	4	21
4	3	4	5	4	3	23
3	5	3	4	5	5	25
4	4	4	4	4	5	25
4	3	4	3	3	4	21
5	3	4	5	3	3	23
4	3	4	3	5	2	21
3	5	3	2	4	4	21
3	5	4	2	5	3	22
3	2	3	4	5	4	21
3	5	4	2	3	5	22

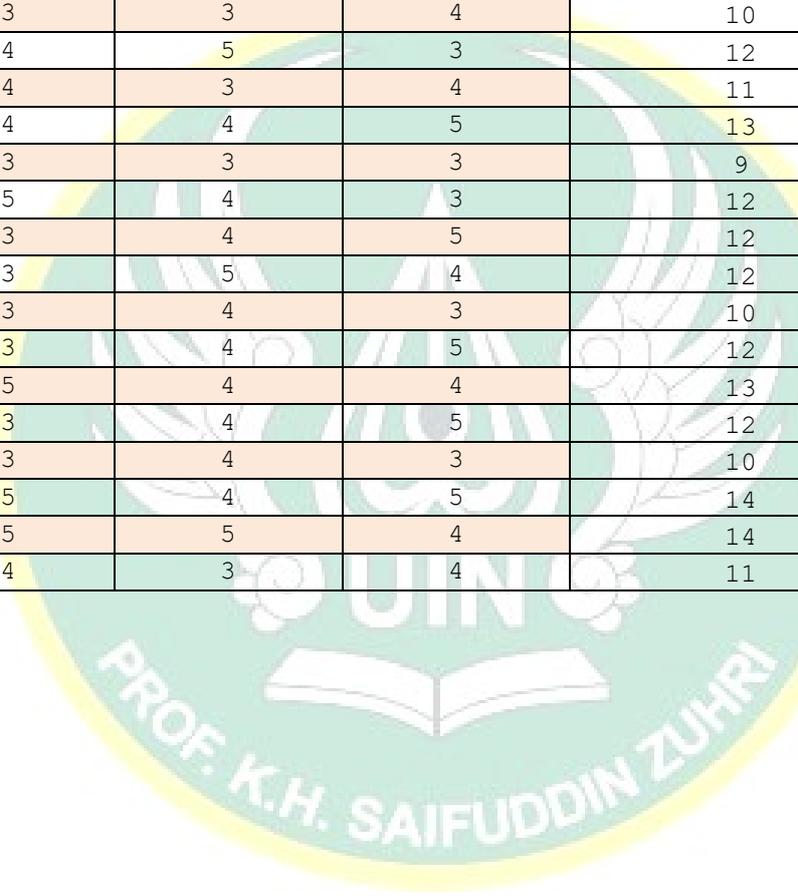
2	4	5	2	4	3	20
5	3	4	2	3	4	21
5	4	3	5	4	3	24
4	3	4	5	3	5	24
3	4	5	4	3	4	23
3	2	3	4	3	3	18
4	3	4	2	3	5	21
3	2	4	3	4	4	20
3	5	3	5	4	3	23
5	3	4	3	2	2	19
5	3	5	5	3	4	25
4	4	4	4	5	5	26
2	5	5	3	4	3	22

Tabel Tabulasi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Y.1	Y.2	Y.3	TOTAL Y
4	5	4	13
4	3	5	12
3	4	5	12
4	5	3	12
5	4	5	14
3	5	4	12
4	3	4	11
5	4	3	12
3	4	5	12
5	3	4	12
5	4	3	12
3	5	3	11
3	3	3	9
3	4	3	10
4	3	4	11
4	5	4	13
5	4	3	12
5	3	4	12
5	3	4	12
3	4	3	10
5	4	5	14
5	3	4	12
4	3	4	11
5	4	3	12
4	3	4	11
3	3	4	10
5	4	3	12
4	5	4	13

4	3	4	11
3	4	5	12
3	4	3	10
4	3	4	11
3	3	4	10
4	3	4	11
4	2	3	9
4	3	4	11
3	2	3	8
4	5	3	12
4	3	4	11
3	4	5	12
3	4	3	10
4	3	4	11
5	3	4	12
4	3	4	11
3	4	5	12
4	3	4	11
3	5	4	12
5	4	5	14
4	3	4	11
5	4	3	12
4	4	3	11
3	4	4	11
3	4	3	10
3	5	4	12
5	4	3	12
4	4	4	12
5	4	5	14
3	5	4	12
5	3	3	11
4	5	4	13
3	3	4	10
4	3	4	11
4	3	5	12
5	4	3	12
4	3	4	11
4	5	3	12
4	5	4	13
3	4	5	12
5	4	3	12
4	5	4	13
4	3	4	11
4	3	4	11
5	4	3	12

3	4	3	10
3	4	5	12
3	5	4	12
3	3	4	10
4	3	4	11
4	3	5	12
4	5	4	13
5	4	3	12
4	3	4	11
3	4	5	12
3	4	3	10
3	3	4	10
4	5	3	12
4	3	4	11
4	4	5	13
3	3	3	9
5	4	3	12
3	4	5	12
3	5	4	12
3	4	3	10
3	4	5	12
5	4	4	13
3	4	5	12
3	4	3	10
5	4	5	14
5	5	4	14
4	3	4	11



Lampiran 3. Tabel Tabulasi Jawaban Responden Data Interval

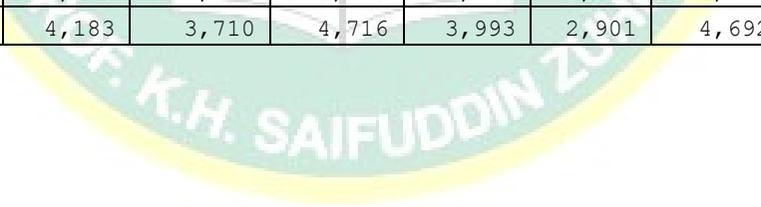
Tabel Tabulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	Total X1
4,031	4,196	2,629	2,927	3,088	2,841	2,029	5,011	2,901	3,591	2,893	2,124	3,001	41,263
2,091	3,112	3,582	4,741	2,111	3,710	4,716	3,198	3,747	1,905	2,893	4,026	2,126	41,957
1,000	3,112	3,582	2,084	2,111	3,710	4,716	3,198	3,747	4,692	2,893	4,026	1,000	39,869
4,031	1,000	2,629	1,000	2,111	1,972	2,881	2,278	2,901	3,591	2,000	3,089	3,001	32,486
2,998	4,196	1,870	2,927	3,088	2,841	4,716	3,993	2,901	1,905	2,893	4,026	2,126	40,479
4,031	3,112	3,582	2,927	3,088	2,841	2,029	3,993	2,901	4,692	3,694	3,089	4,003	43,981
4,031	3,112	3,582	4,741	3,088	2,841	2,029	3,198	3,747	2,726	4,692	4,026	2,126	43,937
2,091	3,112	3,582	4,741	2,111	1,000	2,881	2,278	3,747	4,692	3,694	3,089	3,001	40,020
2,998	4,196	4,793	2,927	3,088	2,841	3,682	3,198	4,716	1,905	2,893	4,026	4,003	45,266
4,031	3,112	3,582	2,084	3,088	2,841	4,716	3,993	2,901	3,591	4,692	4,026	2,126	44,781
2,091	3,112	3,582	4,741	3,088	4,757	2,029	3,198	4,716	2,726	3,694	5,123	2,126	44,981
2,998	3,112	3,582	3,709	3,088	3,710	2,881	3,993	3,747	3,591	3,694	4,026	3,001	45,131
2,091	4,196	2,629	3,709	2,111	3,710	2,029	3,993	2,901	3,591	2,893	2,124	3,001	38,980
4,031	3,112	4,793	3,709	1,000	2,841	3,682	5,011	2,901	3,591	4,692	3,089	1,000	43,453
2,998	5,255	3,582	2,084	2,111	3,710	4,716	3,993	2,901	3,591	2,893	5,123	2,126	45,082
4,031	3,112	3,582	4,741	2,111	3,710	2,029	3,198	4,716	2,726	2,000	4,026	4,003	43,984
2,091	4,196	3,582	3,709	2,111	1,972	3,682	3,198	4,716	3,591	2,000	5,123	2,126	42,098
2,998	1,922	3,582	4,741	3,088	2,841	3,682	3,198	1,938	2,726	3,694	5,123	3,001	42,534
2,998	5,255	3,582	2,927	4,183	2,841	3,682	3,198	4,716	3,591	2,000	3,089	4,003	46,066
4,031	3,112	1,870	3,709	4,183	2,841	3,682	2,278	3,747	4,692	2,000	4,026	2,126	42,296
2,091	3,112	3,582	2,084	3,088	2,841	3,682	5,011	2,901	3,591	2,000	3,089	4,003	41,074
2,998	4,196	4,793	2,927	3,088	1,972	3,682	5,011	3,747	2,726	4,692	4,026	2,126	45,984

4,031	3,112	4,793	3,709	1,000	2,841	4,716	3,993	2,901	3,591	4,692	3,089	3,001	45,470
4,031	5,255	2,629	3,709	1,000	2,841	3,682	3,198	3,747	4,692	3,694	3,089	3,001	44,569
2,091	4,196	1,870	2,927	3,088	2,841	1,000	3,198	1,938	2,726	3,694	3,089	4,003	36,661
2,998	4,196	2,629	4,741	2,111	3,710	2,881	3,993	2,901	3,591	2,000	3,089	3,001	41,843
2,091	3,112	3,582	2,927	3,088	1,972	3,682	3,198	1,938	3,591	2,893	4,026	2,126	38,225
4,031	3,112	2,629	3,709	4,183	2,841	3,682	3,198	4,716	2,726	4,692	4,026	4,003	47,548
4,031	3,112	3,582	2,927	4,183	3,710	2,881	5,011	2,901	3,591	2,893	2,124	3,001	43,947
2,998	5,255	3,582	2,084	3,088	2,841	3,682	5,011	2,901	1,905	4,692	3,089	3,001	44,129
1,000	4,196	4,793	2,084	3,088	2,841	3,682	3,198	1,938	2,726	3,694	3,089	1,000	37,329
4,031	3,112	4,793	3,709	2,111	1,972	2,881	2,278	3,747	2,726	2,000	3,089	3,001	39,451
2,091	4,196	1,870	2,927	3,088	2,841	3,682	5,011	3,747	2,726	3,694	5,123	2,126	43,121
2,998	4,196	4,793	2,927	1,000	2,841	4,716	3,993	2,901	3,591	2,893	4,026	4,003	44,878
2,091	3,112	3,582	2,084	3,088	4,757	3,682	2,278	2,901	3,591	4,692	4,026	2,126	42,008
2,998	4,196	2,629	3,709	4,183	3,710	2,029	5,011	3,747	2,726	3,694	5,123	2,126	45,881
2,091	4,196	2,629	2,084	3,088	2,841	3,682	3,198	3,747	1,905	2,893	4,026	1,000	37,380
2,998	4,196	1,870	3,709	1,000	2,841	3,682	3,198	3,747	2,726	3,694	3,089	4,003	40,753
2,998	1,922	2,629	3,709	2,111	3,710	4,716	3,993	1,938	3,591	4,692	3,089	3,001	42,101
2,998	4,196	4,793	2,084	2,111	3,710	2,881	3,993	2,901	4,692	2,893	4,026	4,003	45,281
2,091	3,112	3,582	2,927	1,000	3,710	2,881	2,278	4,716	2,726	3,694	3,089	3,001	38,808
2,998	4,196	2,629	2,084	2,111	4,757	2,881	3,993	2,901	1,905	2,893	5,123	2,126	40,596
2,998	4,196	1,870	2,927	3,088	1,972	3,682	2,278	2,901	4,692	2,893	4,026	2,126	39,648
2,091	3,112	3,582	2,927	3,088	4,757	2,881	2,278	2,901	3,591	2,000	3,089	4,003	40,299
2,998	4,196	4,793	3,709	1,000	3,710	2,881	5,011	3,747	2,726	4,692	4,026	2,126	45,615
2,091	3,112	3,582	4,741	2,111	3,710	1,000	3,198	1,938	3,591	2,893	4,026	2,126	38,118
2,091	1,922	3,582	2,927	1,000	1,000	2,881	2,278	4,716	3,591	2,893	4,026	4,003	36,910
2,998	1,922	2,629	3,709	4,183	2,841	3,682	3,198	1,938	1,000	3,694	3,089	4,003	38,888
4,031	5,255	3,582	2,927	3,088	3,710	2,029	3,993	4,716	3,591	4,692	4,026	4,003	49,642
4,031	3,112	3,582	4,741	3,088	1,972	2,881	5,011	2,901	3,591	4,692	4,026	2,126	45,753

1,000	1,922	2,629	3,709	4,183	1,000	2,029	2,278	2,901	3,591	1,000	2,124	2,126	30,493
4,031	3,112	3,582	2,927	3,088	2,841	3,682	2,278	2,901	1,905	2,893	4,026	1,000	38,264
2,998	5,255	1,000	3,709	2,111	1,972	4,716	2,278	3,747	1,000	2,893	1,000	4,003	36,682
2,091	3,112	4,793	3,709	2,111	3,710	2,029	5,011	2,901	4,692	3,694	3,089	1,000	41,942
2,998	4,196	2,629	4,741	3,088	1,972	4,716	3,993	4,716	2,726	4,692	4,026	4,003	48,497
1,000	3,112	1,870	3,709	2,111	1,972	2,881	2,278	1,000	2,726	2,000	2,124	2,126	28,909
2,998	4,196	4,793	3,709	2,111	3,710	4,716	3,993	4,716	3,591	4,692	3,089	4,003	50,319
5,422	5,255	4,793	4,741	4,183	3,710	4,716	5,011	3,747	4,692	4,692	3,089	3,001	57,054
2,091	4,196	2,629	4,741	2,111	3,710	2,029	3,993	2,901	3,591	4,692	2,124	2,126	40,935
2,998	3,112	1,000	2,084	4,183	3,710	4,716	3,198	4,716	2,726	4,692	4,026	4,003	45,164
2,091	3,112	3,582	2,927	1,000	3,710	2,881	3,993	4,716	2,726	4,692	4,026	2,126	41,582
2,091	3,112	3,582	4,741	2,111	4,757	2,881	3,993	2,901	1,905	2,893	4,026	2,126	41,117
4,031	3,112	1,870	3,709	2,111	3,710	4,716	3,198	4,716	3,591	4,692	4,026	4,003	47,485
2,998	3,112	3,582	2,927	4,183	1,972	2,881	3,993	4,716	2,726	3,694	5,123	2,126	44,033
4,031	3,112	3,582	1,000	2,111	1,972	3,682	2,278	2,901	4,692	1,000	2,124	2,126	34,611
4,031	1,922	3,582	4,741	3,088	4,757	3,682	5,011	3,747	4,692	2,893	2,124	4,003	48,272
2,998	4,196	4,793	3,709	4,183	3,710	4,716	3,993	4,716	3,591	4,692	4,026	4,003	53,327
2,998	4,196	2,629	3,709	4,183	2,841	2,029	3,198	3,747	4,692	3,694	3,089	3,001	44,008
4,031	3,112	4,793	2,084	2,111	4,757	3,682	3,198	4,716	3,591	4,692	3,089	3,001	46,858
4,031	3,112	3,582	2,927	4,183	3,710	4,716	3,993	1,938	2,726	3,694	5,123	3,001	46,736
2,998	4,196	4,793	3,709	2,111	3,710	2,881	3,993	1,000	1,905	4,692	3,089	3,001	42,080
2,091	4,196	4,793	3,709	4,183	2,841	2,029	3,993	2,901	4,692	2,893	4,026	1,000	43,348
4,031	3,112	1,870	2,927	3,088	4,757	2,881	3,198	2,901	3,591	2,893	5,123	2,126	42,496
2,998	5,255	3,582	2,927	3,088	2,841	3,682	3,198	3,747	4,692	2,893	2,124	2,126	43,152
2,998	3,112	3,582	2,084	2,111	3,710	4,716	3,993	4,716	2,726	3,694	2,124	4,003	43,569
4,031	5,255	3,582	4,741	3,088	4,757	3,682	5,011	3,747	1,905	2,893	5,123	3,001	50,814
2,998	4,196	2,629	2,084	2,111	3,710	2,881	1,000	1,938	3,591	2,893	4,026	2,126	36,183
4,031	5,255	3,582	3,709	4,183	2,841	3,682	5,011	3,747	4,692	3,694	5,123	3,001	52,551

4,031	3,112	3,582	2,084	2,111	1,972	3,682	5,011	3,747	4,692	3,694	5,123	3,001	45,841
2,091	5,255	3,582	4,741	3,088	4,757	2,881	3,993	4,716	3,591	2,000	4,026	2,126	46,846
4,031	3,112	4,793	3,709	2,111	4,757	3,682	5,011	3,747	2,726	3,694	5,123	2,126	48,621
2,998	4,196	4,793	2,927	3,088	2,841	4,716	3,993	1,938	2,726	3,694	5,123	1,000	44,034
4,031	4,196	2,629	3,709	1,000	4,757	3,682	2,278	4,716	2,726	3,694	3,089	4,003	44,511
2,998	4,196	2,629	3,709	2,111	4,757	2,029	3,993	2,901	4,692	3,694	2,124	3,001	42,835
4,031	3,112	3,582	4,741	3,088	2,841	3,682	5,011	3,747	3,591	2,893	2,124	2,126	44,568
4,031	4,196	2,629	3,709	2,111	4,757	3,682	2,278	2,901	3,591	2,000	3,089	3,001	41,976
2,998	4,196	4,793	3,709	2,111	3,710	4,716	3,993	4,716	3,591	2,893	4,026	4,003	49,456
2,998	4,196	2,629	4,741	3,088	2,841	4,716	3,993	2,901	3,591	2,893	4,026	2,126	44,739
4,031	1,922	2,629	4,741	2,111	3,710	4,716	3,198	3,747	4,692	3,694	3,089	4,003	46,284
2,091	3,112	3,582	2,927	3,088	1,972	2,881	2,278	1,938	4,692	3,694	3,089	3,001	38,346
4,031	3,112	3,582	4,741	3,088	4,757	2,881	5,011	2,901	4,692	2,000	5,123	3,001	48,919
2,998	5,255	3,582	4,741	3,088	4,757	2,881	5,011	2,901	4,692	2,893	4,026	1,000	47,824
4,031	3,112	3,582	2,084	2,111	1,972	2,881	3,198	3,747	2,726	4,692	4,026	2,126	40,287
5,422	4,196	4,793	4,741	2,111	4,757	2,881	5,011	2,901	2,726	4,692	4,026	2,126	50,383
5,422	3,112	3,582	2,927	4,183	3,710	2,881	5,011	4,716	4,692	3,694	5,123	4,003	53,056
4,031	5,255	4,793	3,709	4,183	2,841	3,682	3,198	2,901	4,692	3,694	3,089	3,001	49,071
4,031	3,112	3,582	2,927	3,088	3,710	2,881	3,198	4,716	3,591	2,893	3,089	1,000	41,818
4,031	5,255	2,629	3,709	4,183	3,710	4,716	3,993	4,716	3,591	4,692	3,089	3,001	51,318
4,031	3,112	3,582	4,741	3,088	2,841	4,716	3,198	3,747	4,692	2,893	5,123	2,126	47,889
2,091	3,112	3,582	2,927	4,183	3,710	4,716	3,993	2,901	4,692	3,694	3,089	3,001	45,692



Tabel Tabulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X2)

x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	Total x2
4,039	3,953	1,987	3,885	2,230	2,977	19,071
3,023	3,106	2,892	3,885	2,230	1,000	16,136
3,023	3,106	2,892	1,974	1,000	2,082	14,077
2,116	2,158	1,987	2,812	3,220	2,082	14,375
3,023	3,106	2,892	3,885	3,220	2,082	18,208
1,000	3,106	4,013	2,812	2,230	2,977	16,138
3,023	4,985	2,892	1,974	2,230	2,977	18,080
4,039	3,953	1,000	3,885	3,220	2,082	18,180
3,023	3,106	2,892	1,974	3,220	2,977	17,192
1,000	3,106	2,892	1,974	3,220	2,082	14,275
2,116	3,953	4,013	2,812	4,264	2,977	20,135
2,116	3,953	1,987	2,812	2,230	4,026	17,124
1,000	3,953	1,987	1,000	4,264	2,082	14,286
2,116	4,985	1,987	2,812	2,230	1,000	15,130
3,023	2,158	2,892	1,000	2,230	4,026	15,328
3,023	4,985	1,987	2,812	2,230	2,977	18,014
1,000	3,953	1,987	3,885	3,220	2,082	16,127
2,116	3,953	1,000	1,974	1,000	2,977	13,020
1,000	3,106	1,987	1,000	4,264	2,977	14,334
4,039	3,106	2,892	1,974	1,000	2,082	15,094
3,023	3,953	1,000	2,812	4,264	2,977	18,029
3,023	2,158	1,987	3,885	2,230	2,977	16,259
4,039	3,953	1,000	1,000	2,230	2,977	15,199
3,023	3,106	2,892	2,812	2,230	1,000	15,063
2,116	2,158	4,013	1,974	3,220	2,977	16,458
2,116	3,953	1,000	3,885	2,230	4,026	17,210
3,023	2,158	4,013	2,812	4,264	2,082	18,352
2,116	2,158	1,987	1,000	2,230	2,082	11,573
2,116	3,953	4,013	2,812	4,264	2,977	20,135
4,039	3,953	4,013	3,885	3,220	4,026	23,137
2,116	3,953	1,000	2,812	2,230	2,977	15,088
4,039	3,953	4,013	1,974	4,264	2,082	20,326
1,000	3,953	1,987	2,812	4,264	2,082	16,098
2,116	4,985	1,987	2,812	2,230	1,000	15,130
2,116	3,953	4,013	1,974	4,264	2,977	19,297
4,039	2,158	1,987	2,812	4,264	2,082	17,343
2,116	2,158	2,892	1,000	2,230	4,026	14,422
3,023	4,985	2,892	3,885	3,220	4,026	22,031
4,039	3,953	4,013	2,812	4,264	2,977	22,058
4,039	3,106	1,000	1,974	3,220	4,026	17,367
2,116	4,985	2,892	1,974	4,264	2,977	19,208
4,039	3,953	4,013	2,812	1,000	2,082	17,900

2,116	3,953	1,987	2,812	2,230	1,000	14,098
4,039	3,106	1,000	2,812	2,230	4,026	17,214
3,023	4,985	1,987	1,974	2,230	2,977	17,176
3,023	3,106	2,892	1,974	3,220	4,026	18,241
2,116	3,953	4,013	2,812	4,264	2,082	19,240
3,023	4,985	2,892	3,885	3,220	1,000	19,005
2,116	3,953	1,987	1,000	2,230	2,977	14,262
4,039	3,106	2,892	3,885	3,220	4,026	21,169
2,116	2,158	2,892	3,885	3,220	4,026	18,297
3,023	4,985	1,987	2,812	4,264	2,977	20,048
2,116	4,985	2,892	3,885	3,220	2,082	19,180
3,023	3,106	4,013	2,812	1,000	2,082	16,036
1,000	4,985	2,892	1,000	4,264	2,082	16,223
2,116	4,985	1,000	2,812	2,230	4,026	17,170
3,023	3,106	4,013	1,974	3,220	4,026	19,363
4,039	4,985	2,892	3,885	2,230	2,082	20,113
3,023	1,000	2,892	2,812	4,264	2,977	16,967
2,116	4,985	2,892	3,885	2,230	4,026	20,134
2,116	3,953	1,987	1,974	3,220	1,000	14,251
3,023	2,158	1,987	2,812	4,264	4,026	18,270
3,023	4,985	2,892	3,885	3,220	2,082	20,087
2,116	3,106	4,013	1,974	2,230	4,026	17,466
4,039	3,953	1,987	2,812	2,230	2,977	17,998
3,023	3,106	2,892	1,974	3,220	2,082	16,297
1,000	4,985	2,892	3,885	2,230	4,026	19,018
4,039	3,106	4,013	2,812	3,220	2,977	20,168
4,039	3,106	2,892	1,974	1,000	4,026	17,038
2,116	3,953	1,000	1,974	3,220	2,082	14,346
2,116	3,953	4,013	1,974	3,220	2,977	18,253
1,000	3,106	2,892	2,812	2,230	1,000	13,040
3,023	3,106	1,000	1,974	3,220	2,082	14,406
3,023	3,106	4,013	2,812	2,230	4,026	19,210
2,116	3,953	1,987	3,885	3,220	2,977	18,138
1,000	3,953	4,013	2,812	2,230	2,082	16,090
2,116	4,985	1,000	1,974	3,220	2,977	16,273
3,023	3,106	2,892	3,885	3,220	2,082	18,208
2,116	4,985	1,987	2,812	4,264	4,026	20,191
3,023	3,953	2,892	2,812	3,220	4,026	19,926
3,023	3,106	2,892	1,974	2,230	2,977	16,201
4,039	3,106	2,892	3,885	2,230	2,082	18,234
3,023	3,106	2,892	1,974	4,264	1,000	16,259
2,116	4,985	1,987	1,000	3,220	2,977	16,285
2,116	4,985	2,892	1,000	4,264	2,082	17,339
2,116	2,158	1,987	2,812	4,264	2,977	16,314
2,116	4,985	2,892	1,000	2,230	4,026	17,249

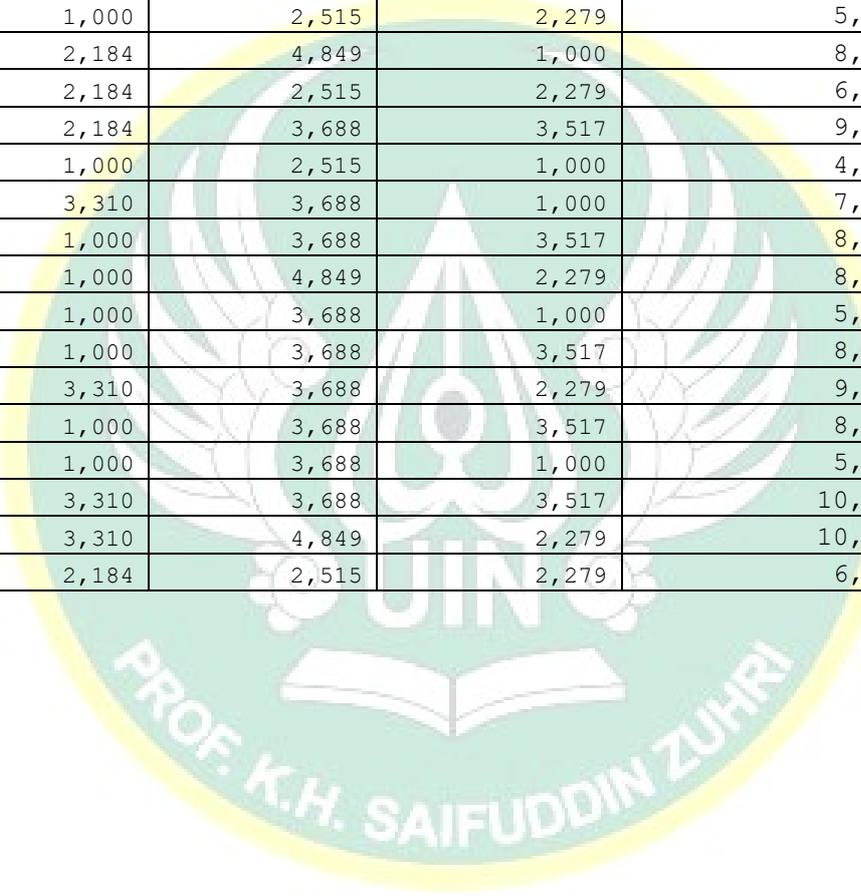
1,000	3,953	4,013	1,000	3,220	2,082	15,268
4,039	3,106	2,892	1,000	2,230	2,977	16,244
4,039	3,953	1,987	3,885	3,220	2,082	19,167
3,023	3,106	2,892	3,885	2,230	4,026	19,162
2,116	3,953	4,013	2,812	2,230	2,977	18,101
2,116	2,158	1,987	2,812	2,230	2,082	13,385
3,023	3,106	2,892	1,000	2,230	4,026	16,277
2,116	2,158	2,892	1,974	3,220	2,977	15,337
2,116	4,985	1,987	3,885	3,220	2,082	18,275
4,039	3,106	2,892	1,974	1,000	1,000	14,012
4,039	3,106	4,013	3,885	2,230	2,977	20,250
3,023	3,953	2,892	2,812	4,264	4,026	20,970
1,000	4,985	4,013	1,974	3,220	2,082	17,275

Tabel Tabulasi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Y.1	Y.2	Y.3	Total Y
2,184	4,849	2,279	9,312
2,184	2,515	3,517	8,216
1,000	3,688	3,517	8,206
2,184	4,849	1,000	8,033
3,310	3,688	3,517	10,516
1,000	4,849	2,279	8,128
2,184	2,515	2,279	6,978
3,310	3,688	1,000	7,999
1,000	3,688	3,517	8,206
3,310	2,515	2,279	8,104
3,310	3,688	1,000	7,999
1,000	4,849	1,000	6,849
1,000	2,515	1,000	4,515
1,000	3,688	1,000	5,688
2,184	2,515	2,279	6,978
2,184	4,849	2,279	9,312
3,310	3,688	1,000	7,999
3,310	2,515	2,279	8,104
3,310	2,515	2,279	8,104
1,000	3,688	1,000	5,688
3,310	3,688	3,517	10,516
3,310	2,515	2,279	8,104
2,184	2,515	2,279	6,978
3,310	3,688	1,000	7,999
2,184	2,515	2,279	6,978
1,000	2,515	2,279	5,794
3,310	3,688	1,000	7,999
2,184	4,849	2,279	9,312

2,184	2,515	2,279	6,978
1,000	3,688	3,517	8,206
1,000	3,688	1,000	5,688
2,184	2,515	2,279	6,978
1,000	2,515	2,279	5,794
2,184	2,515	2,279	6,978
2,184	1,000	1,000	4,184
2,184	2,515	2,279	6,978
1,000	1,000	1,000	3,000
2,184	4,849	1,000	8,033
2,184	2,515	2,279	6,978
1,000	3,688	3,517	8,206
1,000	3,688	1,000	5,688
2,184	2,515	2,279	6,978
3,310	2,515	2,279	8,104
2,184	2,515	2,279	6,978
1,000	3,688	3,517	8,206
2,184	2,515	2,279	6,978
1,000	4,849	2,279	8,128
3,310	3,688	3,517	10,516
2,184	2,515	2,279	6,978
3,310	3,688	1,000	7,999
2,184	3,688	1,000	6,872
1,000	3,688	2,279	6,968
1,000	3,688	1,000	5,688
1,000	4,849	2,279	8,128
3,310	3,688	1,000	7,999
2,184	3,688	2,279	8,151
3,310	3,688	3,517	10,516
1,000	4,849	2,279	8,128
3,310	2,515	1,000	6,825
2,184	4,849	2,279	9,312
1,000	2,515	2,279	5,794
2,184	2,515	2,279	6,978
2,184	2,515	3,517	8,216
3,310	3,688	1,000	7,999
2,184	2,515	2,279	6,978
2,184	4,849	1,000	8,033
2,184	4,849	2,279	9,312
1,000	3,688	3,517	8,206
3,310	3,688	1,000	7,999
2,184	4,849	2,279	9,312
2,184	2,515	2,279	6,978
2,184	2,515	2,279	6,978
3,310	3,688	1,000	7,999

1,000	3,688	1,000	5,688
1,000	3,688	3,517	8,206
1,000	4,849	2,279	8,128
1,000	2,515	2,279	5,794
2,184	2,515	2,279	6,978
2,184	2,515	3,517	8,216
2,184	4,849	2,279	9,312
3,310	3,688	1,000	7,999
2,184	2,515	2,279	6,978
1,000	3,688	3,517	8,206
1,000	3,688	1,000	5,688
1,000	2,515	2,279	5,794
2,184	4,849	1,000	8,033
2,184	2,515	2,279	6,978
2,184	3,688	3,517	9,389
1,000	2,515	1,000	4,515
3,310	3,688	1,000	7,999
1,000	3,688	3,517	8,206
1,000	4,849	2,279	8,128
1,000	3,688	1,000	5,688
1,000	3,688	3,517	8,206
3,310	3,688	2,279	9,278
1,000	3,688	3,517	8,206
1,000	3,688	1,000	5,688
3,310	3,688	3,517	10,516
3,310	4,849	2,279	10,439
2,184	2,515	2,279	6,978



X1.11	Pearson Correlation	,547**	,759**	,534**	,716**	,567**	,667**	,713**	,672**	,707**	,740**	1	,840**	,732**	,876**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,002	,000	,001	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.12	Pearson Correlation	,558**	,601**	,530**	,655**	,357	,482**	,691**	,714**	,743**	,729**	,840**	1	,789**	,829**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,003	,000	,053	,007	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.13	Pearson Correlation	,559**	,543**	,532**	,574**	,273	,571**	,657**	,671**	,558**	,690**	,732**	,789**	1	,777**
	Sig. (2-tailed)	,001	,002	,002	,001	,144	,001	,000	,000	,001	,000	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1_Total	Pearson Correlation	,763**	,809**	,787**	,836**	,710**	,767**	,818**	,824**	,839**	,845**	,876**	,829**	,777**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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



2. Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,955	13

3. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2)

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2 Total
X2.1	Pearson Correlation	1	,541**	,417*	,680**	,503**	,414*	,708**
	Sig. (2-tailed)		,002	,022	,000	,005	,023	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	,541**	1	,704**	,739**	,718**	,606**	,857**
	Sig. (2-tailed)	,002		,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	,417*	,704**	1	,706**	,572**	,733**	,824**
	Sig. (2-tailed)	,022	,000		,000	,001	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	,680**	,739**	,706**	1	,732**	,710**	,912**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	,503**	,718**	,572**	,732**	1	,795**	,862**
	Sig. (2-tailed)							
	N	30	30	30	30	30	30	30

	Sig. (2-tailed)	,005	,000	,001	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	,414*	,606**	,733**	,710**	,795**	1	,851**
	Sig. (2-tailed)	,023	,000	,000	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2_Total	Pearson Correlation	,708**	,857**	,824**	,912**	,862**	,851**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

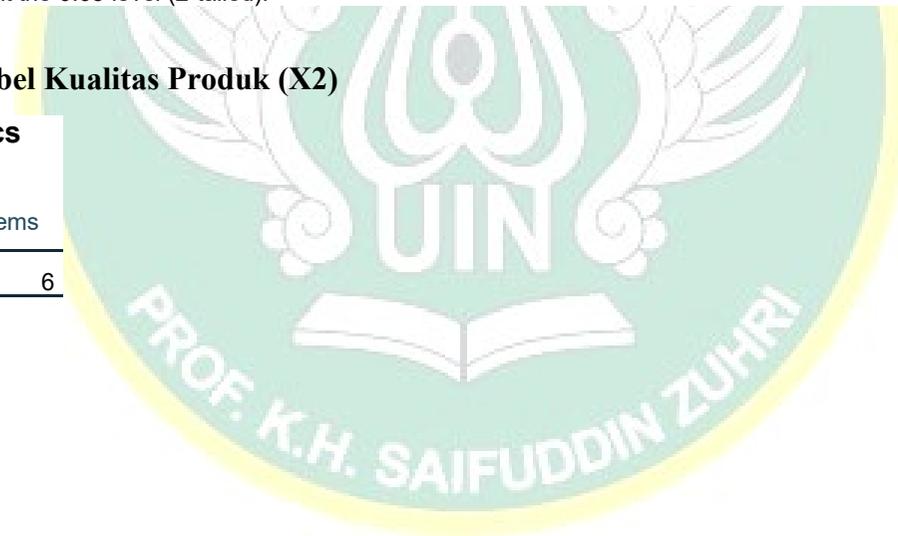
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

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

4. Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,914	6



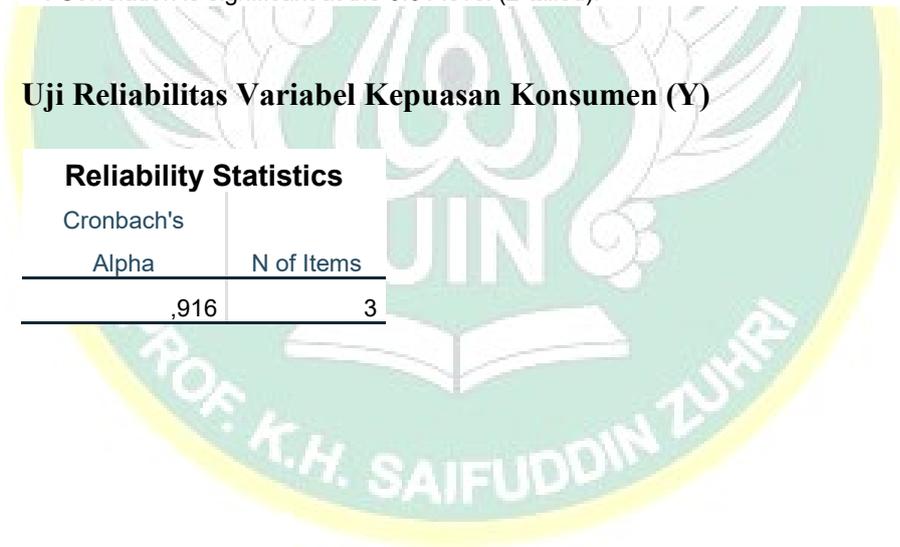
5. Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

		Y.1	Y.2	Y.3	Y_Total
Y.1	Pearson Correlation	1	,740**	,710**	,885**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	,740**	1	,905**	,951**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	,710**	,905**	1	,941**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30
Y_Total	Pearson Correlation	,885**	,951**	,941**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30

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

6. Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Reliability Statistics	
Alpha	N of Items
,916	3



Lampiran 5. Karakteristik Responden

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Laki-Laki	29	29,0	29,0	29,0
	Perempuan	71	71,0	71,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

2. Berdasarkan Usia

		Usia			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	14-19 tahun	37	37,0	37,0	37,0
	20-25 tahun	46	46,0	46,0	83,0
	26-30 tahun	4	4,0	4,0	87,0
	31-35 tahun	6	6,0	6,0	93,0
	>36 tahun	7	7,0	7,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

3. Berdasarkan Rata-Rata Pembelian

		Rata-Rata Pembelian			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	1-3 kali	64	64,0	64,0	64,0
	4-5 kali	29	29,0	29,0	93,0
	>5 kali	7	7,0	7,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Lampiran 6. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,98984745
Most Extreme Differences	Absolute	,081
	Positive	,051
	Negative	-,081
Test Statistic		,081
Asymp. Sig. (2-tailed)		,102 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

2. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
(Constant)	1,719	1,481		1,161	,249		
Kualitas Pelayanan	,160	,036	,447	4,413	,000	,729	1,372
Kualitas Produk	,094	,073	,130	1,282	,203	,729	1,372

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

3. Uji Heteroskedastisitas Metode Rank Spearman

Correlations

			Kualitas Pelayanan	Kualitas Produk	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Kualitas Pelayanan	Correlation Coefficient	1,000	,473**	-,012
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,908
		N	100	100	100
	Kualitas Produk	Correlation Coefficient	,473**	1,000	-,078
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,440
		N	100	100	100
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-,012	-,078	1,000
		Sig. (2-tailed)	,908	,440	.
		N	100	100	100

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



Lampiran 7. Hasil Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji T)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,249	1,550		,806	,422
Kualitas Pelayanan	,093	,028	,310	3,299	,001
Kualitas Produk	,133	,059	,212	2,258	,026

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

2. Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	29,596	2	14,798	8,452	,000 ^b
Residual	169,839	97	1,751		
Total	199,435	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

3. Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,385 ^a	,148	,131	1,32322

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

Lampiran 8. Dokumentasi

19.30 [social icons] [signal icons]

Fasilitas perlengkapan *delivery order* *
pada *Marketplace* Kuliner
Randudongkal dan Sekitarnya (helm
untuk driver pengantar makanan, ice
box untuk pendingin es, bag untuk
wadah makanan) dalam keadaan
lengkap

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju (STS) ○○○○○ Sangat Setuju (SS)

Marketplace Kuliner Randudongkal *
dan Sekitarnya pada aplikasi
facebook mudah digunakan

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju (STS) ○○○○○ Sangat Setuju (SS)

Lokasi restoran/rumah makan yang *
dipesan tertera pada *Marketplace*
Kuliner Randudongkal dan
Sekitarnya

19.30 [social icons] [signal icons]

IDENTITAS RESPONDEN

NAMA *

Jawaban Anda _____

JENIS KELAMIN *

LAKI-LAKI

PEREMPUAN

USIA *

Jawaban Anda _____

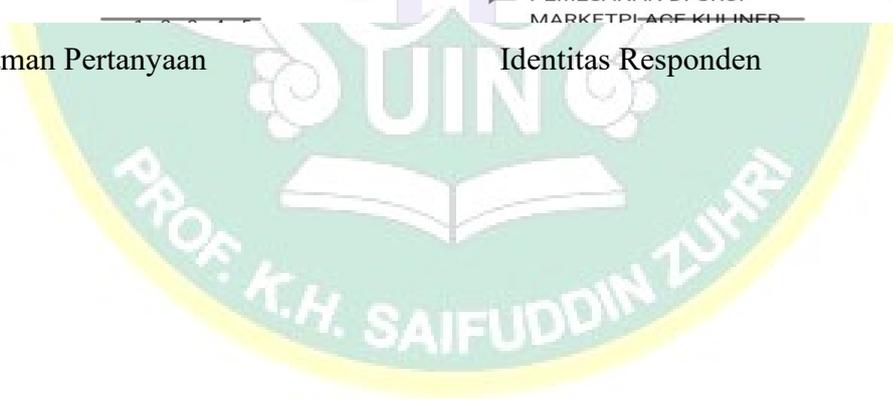
ALAMAT *

Jawaban Anda _____

RATA-RATA MELAKUKAN PEMESANAN DI GRUP MARKETPLACE KULINER

Halaman Pertanyaan

Identitas Responden





Kuesioner Pengaruh Kualitas Pelayanan

Pertanyaan Jawaban 101 Setelan

101 jawaban

Menerima jawaban

Ringkasan Pertanyaan Individual

PETUNJUK PENGISIAN

IDENTITAS RESPONDEN

NAMA

101 jawaban

Nurul khikmah mutiara sari

Riandy Aditya Rahman

Hafizh Athoriq

Halaman Ringkasan Jawaban



Lampiran 9. Dokumentasi Produk Makanan Pada Grup Kuliner Randudongkal

09.05 m.facebook.com/g

Teks dan Foto

SYARAT POSTINGAN (Jika ingin di ACC) **WAJIB DIBERI KETERANGAN**

- Alamat
- Nomor Yang Bisa Dihubungi
- Tertarik Kuliner / Bahan Makanan & Minuman
- Photo Asli / beri keterangan jika gambar diambil dari google

"WASPADA PENIPUAN"
Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya
Grup Publik

Bergabung Undang Anggo... Cari Lainnya

Tulis sesuatu... Foto

Pengumuman Lihat Semua (5)

Dafi ▶ **Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya**
8 Juni 2020 pukul 14.02 · Facebook for Android ·

Dear Bakulerz & Cust-Laper
Mohon selalu perhatikan setiap postingan ya,
* Untuk Bakulerz, wajib sertakan :
1. Lokasi/Alamat,
2. No Telp/WA yang bisa dihubungi karena kami yakin Bakulerz gk setiap saat buka FB... Lainnya

Menu Cemilan Haeca Kitchen

Pangsit Kripi 10K	Mie Lidi Coklat Lumer
Pangsit Lada 10K	Makaroni Cikruh
Basreng 10K	Mie Lidi
	Basreng Stik 100 Gram

1 Suka 2 Komentari Bagikan

Zahzah ▶ **Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya**
12 jam · Facebook for Android



Rin ► Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya

3 jam · Facebook Lite

Bismillahirrahmanirrahim ✨

Open Order !

- ➡ Nasi Bakar Tongkol 10rb/porsi
- ➡ Nasi Bakar Ayam Suwir 10rb/porsi
- ➡ Nasi+Ayam Penet Sambal Matah 10rb/porsi
- ➡ Nasi+Ayam Penet Sambal Terasi 10rb/porsi
- ➡ Risol Mayo 10rb/porsi
- ➡ Tahu Huhah 10rb/porsi
- ➡ Cheese Roll 10rb/porsi

📍 Lok. Mereng , Warungpring

WA/Telp 0858-7968-4642

Bisa DO/COD (Ongkir Menyesuaikan)



Suka Komentari Bagikan



Qme Randudongkal ► Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya

3 jam · Facebook for Android

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.



Qme Randudongkal ► Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya

3 jam · Facebook for Android

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.
 Ijin posting admin yg baik hati. Ready mie gacoor nih,alamat Jl Linkompas Randudongkal, seb Utara Mebel Pojok. Harga murce cuma 10K,Ready tiap hari, dan ada menu lainnya : ayam penyet, nasi goreng, bakmi kuah, bakmi goreng, soto bening.Yang mau order WA aja 085292210067.



1

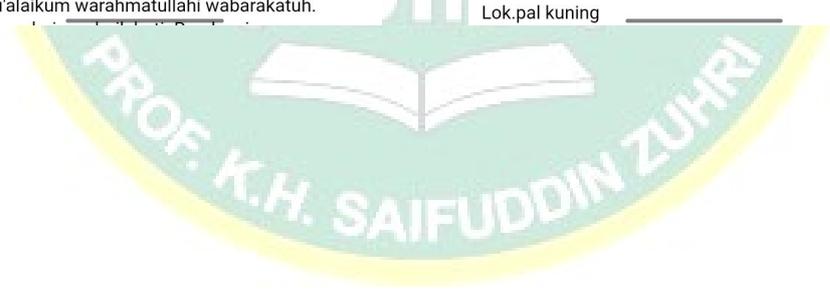
Suka Komentari Bagikan



Ilman Susanto ► Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya

3 jam · Facebook for Android

Bismilah...monggo yg suka seger2 es buah abizar hari ini ada fromo bli 2 gratis 1
 Lok.pal kuning



09.05



Ilman Susanto ▸ **Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya** ...

3 jam · Facebook for Android · 🌐

Bismilah...monggo yg suka seger2 es buah abizar hari ini ada fromo bli 2 gratis 1 Lok.pal kuning Do.085224713883



👍 4

👍 Suka 💬 Komentari ➦ Bagikan

Dhita Bhawell dan Zahzah mengomentari foto ini.



Zahzah ▸ **Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya** ...

13 jam · Facebook for Android · 🌐



09.06



Qme Randudongkal ▸ **Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya** ...

Kemarin pukul 08.49 · Facebook for Android · 🌐

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh. Ijin posting admin yg baik hati. Ready mie gacoor nih,alamat belakang pasar Randudongkal, seb Utara Mebel Pojok. Harga murce cuma 10K.Ready tiap hari, dan ada menu lainnya, yg mau order WA aja 085292210067



👍 33

9 Komentari 2 Kali Dibagikan

👍 Suka 💬 Komentari ➦ Bagikan



Septii Sintaa ▸ **Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya** ...

18 Agustus pukul 10.09 · Facebook for Android · 🌐

Assalamualaikum Yang btuh jajanan buat isian snak bok/buat acara bisa japri ya Harga mulai 1000'n Menyediakan juga berbagai macam bolu Bolu jadul,bolu pisang,bolu pandan,bolu ketan,brownis



Riska Yunita ▶ Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya

19 jam · Facebook for Android ·

Nasi bebek bumbu hitam madura ready hari ini... Yuk sudah bisa di pesan... 08231385778 lok. Moga.. porsi 25k 1ekor jadi 4 bagian. 18k lgkap nasi juga ada.. dg kaya akan rempah yg meresap sampai tulang 🍴🍴🍴🍴🍴🍴🍴🍴



40 27 Komentar

Suka Komentari Bagikan

Adjie mengomentari foto ini.

Fahmii ▶ Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya

27 Februari pukul 15.34 · Facebook Lite ·

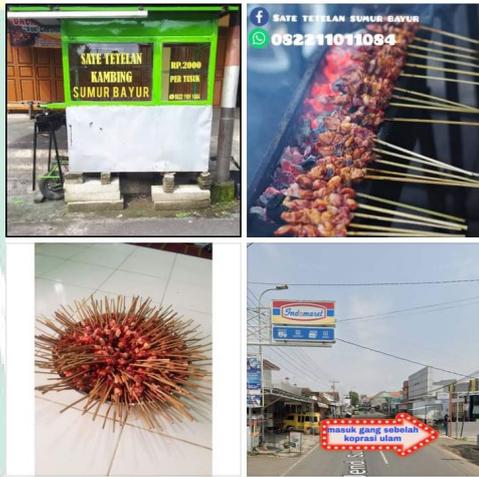
MARTABAK SETIA RASA				
NO	VARIAN RASA (Spesial Manis)	ORIGINAL	PANDAN	HEBA VELEUT (BLACK FOREST)
1.	Coklat Susu	10.000	12.000	12.000
2.	Kacang Susu	10.000	12.000	12.000
3.	Pisang Susu	10.000	12.000	12.000
4.	Wijen Susu	10.000	12.000	12.000
5.	Kacang Coklat Susu	12.000	14.000	14.000
6.	Pisang Coklat Susu	12.000	14.000	14.000
7.	Krem Susu	12.000	14.000	14.000
8.	Coklat Wijen Susu	12.000	14.000	14.000
9.	Kacang Coklat Wijen Susu	14.000	16.000	16.000

NO VARIAN RASA (MINI SERIES)					HARGA
1.	Strawberry Susu	2.000			
2.	Blueberry Susu	2.000			
3.	Nanas Susu	2.000			
4.	Melon Susu	2.000			
5.	Mangga Coklat Susu	2.000			
6.	Mangga Pisang Susu	2.000			
7.	Pisang Coklat Susu	2.000			
8.	Kacang Coklat Susu	2.000			
9.	Coklat Wijen Susu	2.000			

Sate Tetelan Sumur Bayur ▶ Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya

15 jam · Facebook Lite ·

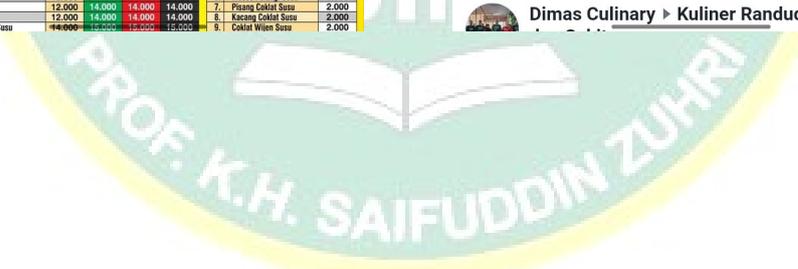
sate Tetelan kambing sudah ready monggoh
 -Harga masih sama pertusuk 2rb,1porsi 20rb isi 10tusuk
 Menerima pesanan porsi banyak untuk berbagai acara,
 Bisa do/cod area randudongkal free ongkir luar randudongkal ongkir mnyesuaikan jarak 🙏
 Yg mau makan di tempat jg bisa.
 Lokasi RANDUDONGKAL blok sumur bayur, Ancer2
 INDOMART 3 palkuning masuk kearah utara/masuk gang sebelah kopras ulam, nanti pertigaan sebelum jembatan belok kanan
 WA <https://wa.me/6282211011084>



3 2 Komentar

Suka Komentari Bagikan

Dimas Culinary ▶ Kuliner Randudongkal



09.07

Zulfatul Amaliya ▸ Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya
4 Oktober pukul 13.36



3 Komentari

Suka Komentari Bagikan

Solichah Nikman Solichah Nikman ▸ Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya
2 Oktober pukul 12.39 · Facebook for Android

Jambu kristal fres kres manis 10rb perkilo
Jeruk peras 10rb perkilo
Alpokate mntega 20rb perkilo isi 3/4 bjo
Lok dongkal
WA 085329686760



09.06

Zulfatul Amaliya dan Gendhut Unyhu mengomentari foto ini.

Zulfatul Amaliya ▸ Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya
4 Oktober pukul 13.36



1 2 Komentari

Suka Komentari Bagikan

Zulfatul Amaliya dan Gendhut Unyhu mengomentari foto ini.

Zulfatul Amaliya ▸ Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya
4 Oktober pukul 13.36



09.08

Nabila Nofawati Afr ▸ Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya
 Kemarin pukul 08.50 · Facebook Lite

Spesialis Seblak "Dapoer Mama Naura"
 Basah atau kering

Seblak Biasa
 Seblak Ceker
 Seblak Balungan
 Seblak Komplit (Balungan Ceker Seafood)
 Olos Mercon isi ayam cabe

Lokasi simban Karangmoncol
 Wa 08895565736

9 1 Komentar

Suka Komentari Bagikan

Virginia Septana dan Olivia Nadine Azkadina mengomentari foto ini.

Olivia Nadine Azkadina ▸ Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya
 1 Oktober pukul 13.52 · Facebook Lite

09.08

Dinda Fitria Azizah ▸ Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya
 Kemarin pukul 08.51 · Facebook Lite

Yang suka pedes mari merapat. Cobain baso Aci. Harga sudah tertera di menu..start 5k aja. Yang mager bisa delivery area warungpring, moga, randudongkal dan sekitarnya.

Lok. Warungpring depan Alea.
 Wa.0851-5653-4646

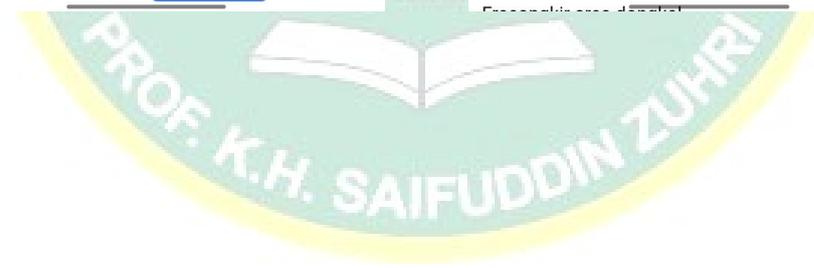
1 1 Komentar

Suka Komentari Bagikan

Ipul Ibnu Ma'ruf ▸ Kuliner Randudongkal dan Sekitarnya
 Kemarin pukul 08.50 · Facebook for Android

Ready lg siap kirim2
 Welut sawah tinggi protein
 siap DO/COD min order 1/2 kg

Yang butuh untuk umpan mancing juga bisa eceran langsung ke rumah



Lampiran 10. Makanan Khas Desa Randudongkal, Kecamatan Randudongkal, Kabupaten Pemalang



Tahu Pletok Khas Randudongkal



Kacang Goreng Khas Randudongkal



Kue Apem Khas Randudongkal

Lampiran 9. Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 1027/Un.19/FEBLJES/PP.009/04/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Salsabila Ainun Rahmandhani
NIM : 1817201078
Program Studi : Ekonomi Syariah
Pembimbing : H. Sochimim, Lc., M.Si
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Makanan Pada Marketplace Kuliner (Studi Kasus Masyarakat Desa Randudongkal)

Pada tanggal 21/04/2022 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan LULUS, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 21 April 2022
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 10. Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

BLANGKO PENILAIAN UJIAN KOMPREHENSIF

Nama : Salsabila Ainun Rahmandhani
NIM : 1817201078
Program Studi : Ekonomi Syariah
Tanggal Ujian : Kamis, 07 Juli 2022
Keterangan : LULUS

NO	ASPEK PENILAIAN	RENTANG SKOR	NILAI
1	Materi Utama		
	a. Ke-Universitas-an	0 - 20	14,2
	b. Ke-Fakultas-an	0 - 30	21,3
	c. Ke-Prodi-an	0 - 50	35,5
TOTAL NILAI		0 - 100	71 / B

Penguji I,



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I

Purwokerto, 07/07/2022

Penguji II,



Hastin Tri Utami, S.E., M.Si

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Nama : Salsabila Ainun Rahmandhani
2. Tempat, Tanggal Lahir : Pemalang, 23 April 2000
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Alamat : Jl. Jendral Sudirman No. 17 RT 10/02
Randudongkal, Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah 52353
5. Email : salsabila.rahmandhani@gmail.com
6. Nama Orang Tua :
 - a. Ayah : Fathurrahman (Alm)
 - b. Ibu : Retno Lantasi
7. Pekerjaan Orang Tua :
 - a. Ibu : Wiraswasta
8. Pendidikan Formal :
 - a. SD Negeri 05 Randudongkal
 - b. SMP Negeri 1 Randudongkal
 - c. SMA Negeri 1 Randudongkal
 - d. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Purwokerto, 06 Oktober 2022

Salsabila Ainun Rahmandhani

NIM. 1817201078