

**ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN  
DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI  
KASUS DI ISTANA KERIPIK IBU MERY 3  
KOTA BANDAR LAMPUNG)**

**SKRIPSI**

**Oleh**

**NINDA HERNAINI**



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2020**

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS DI ISTANA KERIPIK IBU MERY 3 KOTA BANDAR LAMPUNG)**

**Oleh  
Ninda Hernaini**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance empathy*) dan harga terhadap kepuasan konsumen, Polulasi penelitian ini yaitu konsumen Istana Keripik Ibu Mery 3 Kota Bandar Lampung. Pada penelitian ini digunakan populasi 88 orang. Penentu sampel dilakukan dengan menggunakan cara *probability sampling* dengan menggunakan Metode *simpel random sampling* dengan rumus Slovin. Maka diperoleh jumlah sampel sebesar 72 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuisisioner. Teknik analisis menggunakan Pengujian Hipotesis secara Parsial uji t dan secara Simultan uji F. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan *ex post facto* dan survey. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dalam dimensi kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen di Istana Keripik Ibu Mery 3 Kota Bandar Lampung sebesar 59,7%.

**Kata Kunci** : Dimensi Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen, Istana Keripik Ibu Mery 3

## **ABSTRACT**

### **ANALYSIS OF THE EFFECT OF SERVICE AND PRICE QUALITY DIMENSIONS ON CONSUMER SATISFACTION (CASE STUDY IN MERY 3 MOTHER'S CIPLE ISTANA BANDAR LAMPUNG CITY)**

**BY  
Ninda Hernaini**

*This study aims to determine the effect of the dimensions of service quality (tangibles, reliability, responsiveness, assurance empathy) and prices on consumer satisfaction, this research polls are consumers of the Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung City. In this study a population of 88 people was used. Determination of the sample is done by using probability sampling method using the simple random sampling method with the Slovin formula. Then obtained a total sample of 72 people. Data collection was carried out using a questionnaire. The analysis technique uses the Hypothesis Testing Partially the t test and Simultaneously the F test. The research method used in this research is a descriptive verification method with ex post facto and survey approaches. The results showed that there was a significant influence in the dimensions of service quality and price on consumer satisfaction at the Istana Keripik Ibu Mery 3 Palace in Bandar Lampung City by 59.7%.*

**Keywords:** *Service Quality Dimensions, Price, Consumer Satisfaction, Istana Keripik Ibu Mery*

**ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN  
DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI  
KASUS DI ISTANA KERIPIK IBU MERY 3  
KOTA BANDAR LAMPUNG)**

**Oleh**

**NINDA HERNAINI**

**Skripsi**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
SARJANA PENDIDIKAN**

**Pada**

**Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial  
Program Studi Pendidikan Ekonomi**



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2020**

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDY KASUS DI ISTANA KERIPIK IBU MERY 3 KOTA BANDAR LAMPUNG)**

Nama Mahasiswa : **Ninda Hernaini**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1613031032**

Program Studi : **Pendidikan Ekonomi**

Jurusan : **Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial**

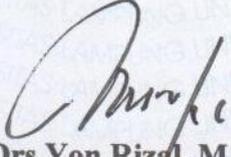
Fakultas : **Keguruan dan Ilmu Pendidikan**

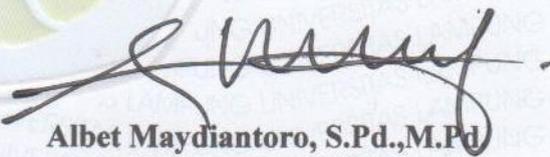
**MENYETUJUI**

**1. Komisi Pembimbing**

Pembimbing I,

Pembimbing II,

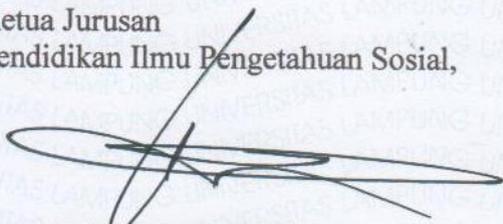
  
**Drs. Yon Rizal, M.Si.**  
NIP 196008181986031005

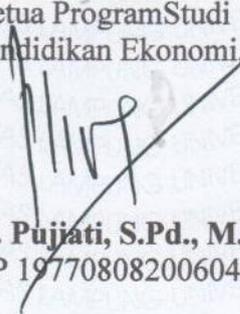
  
**Albet Maydiantoro, S.Pd., M.Pd**  
NIP 198705042014041001

**2. Mengetahui**

Ketua Jurusan  
Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial,

Ketua Program Studi  
Pendidikan Ekonomi,

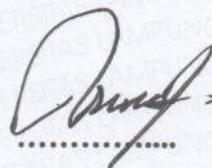
  
**Drs. Tedi Rusman, M.Si.**  
NIP 196008261986031001

  
**Dr. Pujiati, S.Pd., M.Pd**  
NIP 197708082006042001

**MENGESAHKAN**

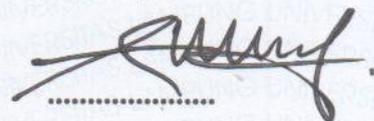
1. Tim Penguji

Ketua : **Drs. Yon Rizal, M.Si.**



.....

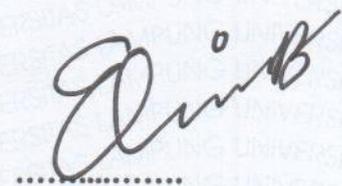
Sekretaris : **Albet Maydiantoro, S.Pd., M.Pd.**



.....

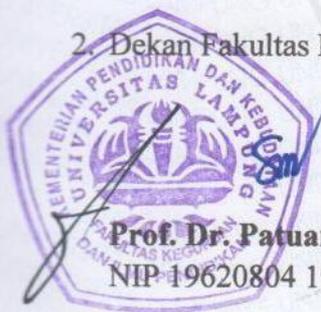
Penguji

Bukan Pembimbing : **Dr. Erlina Rufaidah, M.Si.**



.....

2. Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan



**Prof. Dr. Patuan Raja, M.Pd.**

NIP.19620804 198905 1 001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **23 April 2020**



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS LAMPUNG

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
Jalan Prof. Dr. Sumantri Brojonegoro No.1, Bandarlampung 35145  
Telepon (0721) 704624, Faximile (0721) 704624

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

nama : Ninda Hernaini  
NPM : 1613031032  
jurusan/program studi : Pendidikan IPS/ Pendidikan Ekonomi  
fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali disebutkan di dalam daftar pustaka.

Bandar Lampung, 23 April 2020



Ninda Hernaini  
1613031032

## RIWAYAT HIDUP



Nama lengkap penulis adalah Ninda Hernaini, penulis dilahirkan pada tanggal 27 April 1998 di Bandar Lampung Penulis merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara pasangan Bapak Herizon dan Ibu Junaini.

Berikut pendidikan formal yang pernah ditempuh.

1. Sekolah Dasar (SD) SDN 1 Sukarame lulus pada tahun 2010
2. Sekolah Menengah Pertama (SMP) SMPN 4 Bandar Lampung lulus pada tahun 2013.
3. Sekolah Menengah Atas (SMA) SMAN 1 Bandar Lampung lulus pada tahun 2016.
4. Pada tahun 2016 penulis di terima melalui jalur SBMPTN pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan PIPS FKIP Universitas Lampung.

Pada tahun 2018 penulis mengikuti Kuliah Kerja Lapangan (KKL) kemudian melaksanakan Praktek Profesi Kependidikan (PPK) di SMA N 1 BANJIT dan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Simpang Asam Kec. BANJIT Kab.WAYKANAN pada tahun 2019. Pada tanggal 22 November 2019 Seminar Proposal, 31 Maret 2020 Seminar Hasil dan akhirnya Ujian Komprehensif pada 23 April 2020.

## PERSEMBAHAN

*Alhamdulillahirobbil alamin, puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan ridho-Nya sehingga penulis sampai pada tahap ini.*

*Kupersembahkan karya yang sederhana ini dengan segala ketulusan dan kerendahan hati kepada:*

*Kedua orang tuaku*

*Herizon dan Junaini yang telah membesarkan ku dengan penuh kasih sayang dan dukungan, serta mendoakan keselamatan dan kesehatan yang selalu menyertai setiap langkahku.*

*Kakak-kakakku tersayang*

*Terimakasih kakakku Yonki Ibrahim, S.H dan Nizon Akriandi, S.E yang senantiasa selalu menyemangati dan memotivasiku.*

*Sahabat-sahabatku*

*Terima kasih untuk semua canda tawa dan tangisan yang kalian bagi padaku, terima kasih untuk nasihat dan motivasi agar aku menjadi pribadi yang lebih baik, terima kasih untuk semua dukungan dan bantuan kalian selama ini, semoga Allah kumpulkan kita kembali di Syurga-Nya.*

*Semua guru, dosen, pendidik dan almamater tercinta*

*Terimakasih Pak Buk atas semua jasa kalian, terima kasih atas semua ilmu yang kalian ajarkan dan semua motivasi hidup yang kalian tanamkan kepadaku, semoga Allah selalu memberkahi setiap perjalanan dan memudahkan segala urusan bapak dan ibu semua.*

*Aamiinn.*

## **MOTTO**

Teruslah berbuat baik tanpa harus mengharapkan  
kebaikan itu kembali kepada mu  
(Ninda Hernaini)

Menjadi diri sendiri lebih baik daripada berpura-pura  
menjadi orang lain hanya untuk disukai  
(Ninda Hernaini)

Ubah pikiranmu dan kau dapat mengubah dunia  
(Norman Vincent Peale)

Jika kamu ingin hidup bahagia, terikatlah pada tujuan, bukan orang atau benda  
(Albert Einstein)

Berkerjalah bagai tak butuh uang  
Mencintailah bagai tak pernah disakiti  
(Mark Twain)

## SANWACANA

Puji Syukur kehadirat Allah SWT atas segala nikmat, rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Study Kasus di Istana Keripik Ibu Mery 3 Kota Bandar Lampung)”. Sholawat serta salam senantiasa kita sanjungkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, motivasi, bimbingan serta saran semua pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Rektor, wakil rektor, segenap pimpinan dan tenaga kerja Universitas Lampung.
2. Prof. Dr. Patuan Raja, M.Pd. selaku Dekan FKIP Universitas Lampung.
3. Dr. Sunyono, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerja Sama FKIP Universitas Lampung.
4. Drs. Supriyadi, M.Pd., selaku Wakil Dekan Bidang Umum dan Keuangan FKIP Universitas Lampung.
5. Dr. Riswanti Rini, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni FKIP Universitas Lampung.

6. Drs. Tedi Rusman, M.Si., selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial FKIP Universitas Lampung dan juga selaku dosen pendidikan ekonomi yang telah bersedia membimbing penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini, terima kasih untuk bimbingannya selama ini, semoga Allah selalu memberikan kesehatan dan keberkahan kepada Bapak.
7. Dr. Pujiati, S.Pd., M.Pd., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung.
8. Bapak Drs. Yon Rizal, M.Si., selaku Pembimbing I yang telah bersedia membimbing penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Saya sangat berterima kasih kepada bapak yang selalu memotivasi dan membimbing agar saya terus semangat menyelesaikan skripsi ini, semoga Bapak selalu diberikan kesehatan dan keberkahan umur yang panjang serta selalu dimudahkan dalam segala urusan.
9. Bapak Albet Maydiantoro, S.Pd., M.Pd., selaku Pembimbing II yang telah bersedia membimbing penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Saya sangat berterima kasih kepada bapak yang selalu memotivasi dan membimbing agar saya terus semangat menyelesaikan skripsi ini, semoga Bapak selalu diberikan kesehatan dan keberkahan umur yang panjang serta selalu dimudahkan dalam segala urusan.
10. Ibu Dr. Erlina Rufaidah, M.Si., selaku pembahas yang telah memberikan kritik dan saran dalam penyempurnaan skripsi ini, Terima kasih pak atas semua bimbingan dan saran ibu selama ini, terima kasih untuk semua nasehat-nasehat dan motivasi serta dukungannya selama ini, semoga Allah

selalu memberikan kesehatan dan keberkahan serta selalu dimudahkan dalam segala urusan

11. Bapak Drs. I Komang Winatha, M.Si., selaku dosen pendidikan ekonomi yang telah bersedia membimbing penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Saya sangat berterima kasih kepada bapak yang selalu memotivasi dan membimbing agar saya terus semangat menyelesaikan skripsi ini, semoga Bapak selalu diberikan kesehatan dan keberkahan umur yang panjang serta selalu dimudahkan dalam segala urusan.
12. Bapak Drs. Hi. Nurdin, M.Si., selaku dosen pendidikan ekonomi yang telah bersedia mendengarkan keluh-kesah saya, Terima kasih pak atas semua bimbingan dan saran bapak selama ini, terima kasih untuk semua nasehat-nasehat dan motivasi serta dukungannya selama ini, semoga Allah selalu memberikan kesehatan dan keberkahan serta selalu dimudahkan dalam segala urusan.
13. Terimakasih kepada Bapak dan Ibu dosen pendidikan ekonomi Ibu Rahma Dianti Putri, S.E., M.Pd., Ibu Fanni Rahmawati, S.Pd., M.Pd., Ibu Widya Hestiningtyas, S.Pd., M.Pd., Ibu Rahmawati, S.Pd., M.Pd., Bapak Suroto S.Pd., M.Pd., terimakasih atas ilmu yang diberikan semoga Allah membalas ilmu yang telah bapak Ibu ajarkan
14. Terimakasih kepada pemilik toko Istana Keripik Ibu Mery 3 yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian skripsi ini.

15. Teristimewa untuk kedua orang tuaku tercinta Bapak Herizon dan Ibu Junaini, yang selalu memberikan kasih sayang tak terhingga, yang selalu mendoakanku dan memberikan perhatian yang amat luar biasa, kesabaran dalam membesarkan dan mendidikku sampai kini, serta perjuangan yang telah diberikan kepadaku, semoga Allah selalu menjaga dan memberikan kesehatan, keberkahan umur panjang kepada kalian.
16. Kakakku Yonkki Ibrahim, S.H, Nizon Akriandi, S.E, Rizka Mardela Okta Putri, S.E dan Silvia Nurul Hasanah, S.Pd yang telah memberikan motivasi dan semangat, serta telah membantu dalam penyelesaian kuliah saya.
17. Keluarga besarku yang sudah banyak membantu dan mendukung ku, mendoakanku dan memberikan nasehat, paman dan bibiku yang mendoakanku. Semua sepupuku dan keponakan-keponakanku tersayang, Terima kasih untuk semua bantuan dan dukungan kalian selama ini.
18. Sahabat-sahabat terbaikku Ayu Lestari, Dinda Dwiki Putri dan Dewanti Nurul A (BSC) , Selvy Yana, Maulidza Aulia, M.Hernando Al-Fajer, Ekky Aditya Arras dan teman-teman kelas XII IPS 3 yang selalu memberikan semangat dan menemani setiap perjalanan ku dari awal menjadi mahasiswa baru hingga sampai saat ini.
19. Kawan-kawan terbaikku, Ayu, Dinda, Dewanti, Eka, Khori, Ira, Irene, Billa, Abetha, Qif, dll. Terima kasih untuk semua dukungan dan motivasi kalian selama ini, dari sepanjang aku kuliah sampai aku lulus begitu banyak pelajaran berharga dan kebaikan-kebaikan kalian yang tidak bisa aku balas satu persatu, aku sayang kalian.

20. Keluarga besar angkatan 2016 Amatasya, Karlina, Safira, Letty, Marhamah, Citra, Sandika, Joni, Hidayat, Azy dan seluruh angkatan 2016 yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu, terimakasih atas kebersamaan perjuangan selama ini.
21. Untuk kakak tingkat 2011, 2012, 2013, 2014, 2015 terimakasih sudah menyemangati dan adik-adik angkatan 2016, 2017, 2018 dan 2019 terimakasih sudah menyemangati, semangat ya kuliahnya.
22. Keluarga KKN dan PPK Desa Simpang Asam Kec. Banjit Kab Way Kanan dan PPL SMA N 2 Banjit. Zidane, Bagus, Dhany, Zelly, Mika, Anis, Vivi, Desi lebih kurang 55 hari kita bersama, satu atap saling berbagi cerita, canda dan tawa. Terima kasih ya gengs, sudah menemani perjalanan 55 hariku, aku menyayangi kalian.
23. Bapak, Ibu, Anggun selaku Tuan rumah kami selama KKN-PPL di Desa Simpang Asam Kec. Banjit Kab. Waykanan terima kasih untuk semua kenyamanan yang diberikan selama tinggal disana, selalu sehat ya Bapak dan Ibu.

24. Semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini baik langsung atau tidak langsung semoga bernilai ibadah dan Allah lipat gandakan kebaikan kalian.

Semoga Allah memberikan berkah, rahmat, hidayah serta kemuliaan-Nya atas kebaikan dan pengorbanan bagi kita semua. Disadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, saran dan kritik yang bersifat membangun selalu diharapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Bandar Lampung, 23 April 2020  
Penulis,

Ninda Hernaini

## DAFTAR ISI

### Halaman

**HALAMAN SAMPUL**

**DAFTAR ISI**

**DAFTAR TABEL**

**DAFTAR GAMBAR**

**DAFTAR LAMPIRAN**

### **I. PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	11
C. Pembatasan Masalah .....	12
D. Rumusan Masalah .....	12
E. Tujuan Penelitian.....	13
F. Kegunaan Penelitian.....	14
1. Manfaat Teoritis .....	14
2. Manfaat Praktis.....	15
G. Ruang Lingkup Penelitian.....	16
1. Subjek Penelitian .....	16
2. Objek Penelitian .....	16
3. Tempat Penelitian.....	16
4. Waktu Penelitian .....	16
5. Disiplin Ilmu.....	16

## **II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PIKIR, DAN HIPOTESIS**

A. Tinjauan Pustaka .....	17
1. Usaha Mikro Kecil Menengah.....	17
2. Kualitas Pelayanan Jasa.....	20
3. Harga .....	24
a. Harga.....	24
b. Peranan Harga.....	25
c. Strategi Pemasaran dan Tujuan .....	26
4. Kepuasan Konsumen .....	27
B. Penelitian yang Relevan .....	29
C. Kerangka Pikir.....	34
D. Hipotesis.....	35

## **III. METODE PENELITIAN**

A. Jenis dan Pendekatan.....	37
B. Populasi dan Sampel .....	38
1. Populasi .....	38
2. Sampel .....	38
3. Teknik Pengambilan Sampel .....	39
C. Variabel Penelitian .....	40
D. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel.....	40
1. Definisi Konseptual.....	40
2. Definisi Operasional Variabel.....	42
E. Teknik Pengumpulan Data .....	46
1. Observasi .....	46
2. Wawancara .....	46
3. Dokumentasi.....	47
4. Angket .....	47
F. Uji Persyaratan Instrumen.....	48
1. Uji Validitas Angket.....	48
2. Uji Reliabilitas Angket.....	51

G. Uji Persyaratan Statistik Parametrik.....	52
1. Uji Normalitas.....	53
2. Uji Homogenitas .....	53
H. Uji Asumsi Klasik .....	53
1. Uji Linieritas Garis Regresi.....	53
2. Uji Multikolinearitas .....	55
3. Uji Autokorelasi .....	56
4. Uji Heteroskedastisitas .....	57
5. Uji Hipotesis.....	59

#### **IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Objek Penelitian .....	65
1. Sejarah Istana Keripik Ibu Mery Bandar Lampung.....	65
2. Visi dan Misi .....	67
3. Lokasi Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung.....	68
4. Analisis Swot dan Pangsa Pasar Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung.....	68
a. Analisis Swot Istana Keripik Ibu Mery 3 .....	68
b. Pangsa Pasar .....	69
B. Gambaran Umum Responden .....	70
C. Deskripsi Data .....	70
1. Data Dimensi Kualitas Pelayanan (Bukti Fisik/ <i>Tangibles</i> $X_1$ ).....	71
2. Data Dimensi Kualitas Pelayanan (Kehandalan/ <i>Reliability</i> $X_2$ ).....	74
3. Data Dimensi Kualitas Pelayanan (Daya Tanggap/ <i>Responsiveness</i> $X_3$ )..	78
4. Data Dimensi Kualitas Pelayanan (Jaminan/ <i>Assurance</i> $X_4$ ) .....	82
5. Data Dimensi Kualitas Pelayanan (Empati/ <i>Empathy</i> $X_5$ ).....	86
6. Data Harga ( $X_6$ ).....	89
7. Data Kepuasan Konsumen (Y).....	93
D. Pengujian Persyaratan Statistik Parametrik.....	96
1. Uji Normalitas.....	96
2. Uji Homogenitas.....	98

E. Uji Asumsi Klasik .....	99
1. Uji Kelinearan Garis Regresi .....	99
2. Uji Multikolinieritas.....	101
3. Uji Autokorelasi .....	102
4. Uji Heteroskedastisitas.....	103
F. Pengujian Hipotesis.....	105
1. Pengujian Hipotesis Secara Parsial .....	105
2. Regresi Linier Berganda.....	110
3. Pengujian Hipotesis Secara Simultan .....	111
4. Koefisien Determinasi Square ( $R^2$ ).....	112
G. Pembahasan.....	113
H. Keterbatasan Penelitian .....	123
<b>V. SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan.....	125
B. Saran.....	128

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Produksi Tanaman Buah-Buahan di Kota Bandar Lampung Tahun 2010-2014 (Ton) .....	2
2. Daftar hasil wawancara total jumlah pembeli di Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung pada 2018.....	5
3. Hasil Angket terhadap Keluhan 20 Konsumen di Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung .....	7
4. Strategi Pemasaran dan Tujuan Penetapan Harga.....	26
5. Hasil Penelitian yang Relevan .....	29
6. Indikator dan Sub Indikator .....	45
7. Hasil Uji Validitas Butir .....	48
8. Hasil Uji Reliabilitas Butir Soal.....	51
9. Indeks Korelasi.....	52
10. Analisis Varian Anova .....	54
11. Data Distribusi Frekuensi Bukti Fisik/ <i>Tangibles X<sub>1</sub></i> .....	72
12. Kategori Variabel Bukti Fisik/ <i>Tangibles X<sub>1</sub></i> .....	73
13. Data Distribusi Frekuensi Kehandalan/ <i>Reliability X<sub>2</sub></i> .....	75
14. Kategori Variabel Kehandalan/ <i>Reliability X<sub>2</sub></i> .....	76
15. Data Distribusi Frekuensi Daya Tanggap/ <i>Responsiveness X<sub>3</sub></i> .....	79
16. Kategori Variabel Daya Tanggap/ <i>Responsiveness X<sub>3</sub></i> .....	80
17. Data Distribusi Frekuensi Jaminan/ <i>Assurance X<sub>4</sub></i> .....	83
18. Kategori Variabel Jaminan/ <i>Assurance X<sub>4</sub></i> .....	84
19. Data Distribusi Frekuensi Empati/ <i>Empathy X<sub>5</sub></i> .....	87
20. Kategori Variabel Empati/ <i>Empathy X<sub>5</sub></i> .....	88
21. Data Distribusi Frekuensi Harga <i>X<sub>6</sub></i> .....	90
22. Kategori Variabel Harga <i>X<sub>6</sub></i> .....	91
23. Data Distribusi Frekuensi Kepuasan Konsumen Y.....	94
24. Kategori Variabel Kepuasan Konsumen Y.....	95
25. Rekapitulasi Hasil Pengujian Normalitas Sampel.....	98
26. Rekapitulasi Hasil Uji Homogenitas.....	99

27. Rekapitulasi Hasil Analisis Linieritas Garis Regresi.....	101
28. Rekapitulasi Hasil Uji Multikolinieritas .....	102
29. Rekapitulasi Hasil Uji Heterokedastisitas .....	104
30. Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis .....	110
31. Rekapitulasi Data Hasil Uji F .....	112
32. Ringkasan Hasil Uji Koefisiensi Determinasi .....	113

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
1. Grafik Laporan Pendapatan Istana Keripik Ibu Meri 3 Tahun 2018.....	6
2. Mapping kepuasan/KetidakPuasan Pelanggan .....	28
3. Paradigma Penelitian Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan dan Harga (X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) .....	35
4. Logo Istana Keripik Ibu Mery.....	67
5. Denah Lokasi Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung.....	68
6. Diagram Kategori Variabel $X_1$ .....	73
7. Diagram Kategori Variabel $X_2$ .....	77
8. Diagram Kategori Variabel $X_3$ .....	81
9. Diagram Kategori Variabel $X_4$ .....	84
10. Diagram Kategori Variabel $X_5$ .....	88
11. Diagram Kategori Variabel $X_6$ .....	92
12. Diagram Kategori Variabel Y .....	95

## DAFTAR RUMUS

Rumus	Halaman
1. Slovin .....	39
2. Korelasi <i>Product Moment</i> .....	48
3. <i>Alpha</i> .....	51
4. <i>Pearson Correlation</i> .....	55
5. Rank Korelasi Spearman.....	58
6. Statistik t .....	59
7. Uji t .....	60
8. Regresi Linier <i>Multiple</i> .....	62
9. Uji F .....	63

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Halaman</b>
1. Data Produksi Tanaman Buah-Buahan di Kota Bandar Lampung Tahun 2010-2014 (Ton) .....	135
2. Daftar Pertanyaan Wawancara Keluhan 20 Konsumen .....	136
3. Kisi-kisi Angket .....	137
4. Angket .....	140
5. Hasil Uji Validitas Angket .....	145
6. Hasil Uji Reliabilitas Angket .....	155
7. Hasil Uji Normalitas Data .....	152
8. Hasil Uji Homogenitas Data.....	154
9. Hasil Uji Kolinieran Garis Regresi.....	154
10. Hasil Uji Multikolinieritas dan Autokorelasi .....	157
11. Hasil Pengujian Hipotesis .....	159
12. Data Hasil Angket 72 Responden .....	166
13. Dokumentasi Wawancara.....	182
14. Surat Balasan Telah Melaksanakan Observasi.....	183
15. Surat Balasan Telah Melaksanakan Penelitian Pendahuluan .....	184
16. Surat Balasan Telah Melaksanakan Penelitian.....	185
17. Form Penjualan Judul .....	186
18. Surat Keterangan Judul .....	187
<b>19. Surat Izin Penelitian .....</b>	<b>188</b>

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang sangat pesat pada saat ini, berdampak positif terhadap perkembangan dunia usaha di Indonesia baik dalam bidang jasa maupun sektor industri sekunder. Sektor industri sekunder terlibat dalam produksi ulang dan memperbanyak rempah tanaman dan hewan tertentu dengan objek penjualan.

Sehingga, usaha dalam sektor industri memiliki potensi yang sangat besar hal ini disebabkan oleh kebutuhan dan gaya hidup masyarakat yang semakin tinggi mendorong usaha dalam sektor industri dapat membantu menopang pertumbuhan ekonomi masyarakat. Usaha dalam bidang sektor industri keripik pisang ini adalah jenis peluang usaha yang menghasilkan keuangan sepanjang masa.

Perkembangan industri keripik pisang sangat baik di sebagian wilayah di Bandar Lampung yang memiliki potensi yang cukup besar juga didukung oleh ketersediaan bahan bakau dalam bidang pertanian yaitu, pisang, nanas, papaya, jambu biji, duku, rambutan, durian, salak, sawo, dan mangga (Tabel 1.) . Produksi buah pisang di Bandar Lampung sangatlah berlimpah, sehingga dapat dijadikan salah satu usaha yang menjanjikan. Hasil dari sektor pertanian yang memiliki prospek sangat potensial yaitu pisang dapat dikembang oleh pemerintah menjadi usaha pembuatan keripik

pisang. Berikut data produksi tanaman buah-buahan di kota Bandar Lampung pada

Tabel 1 :

**Tabel 1. Produksi Tanaman Buah-Buahan di Kota Bandar Lampung Tahun 2010-2014 (Ton)**

Nama Tanaman	Tahun				
	2010	2011	2012	2013	2014
1	2	3	4	5	6
<b>Pisang</b>	887,51	859,07	732,7	637	516,5
<b>Nanas</b>	2,18	3,34	7,1	7	8
<b>Pepaya</b>	276,53	324,67	289,6	286,6	447
<b>Jambu Biji</b>	59,85	54	72,3	64,9	60,2
<b>Duku</b>	101,52	73,11	29,9	69,6	7,4
<b>Rambutan</b>	276,4	1 473,37	333,2	286,2	52,8
<b>Durian</b>	555,75	1 688,09	694,9	692,1	120,5
<b>Salak</b>	38,97	183,13	84	84	31,9
<b>Sawo</b>	137,02	117,16	201,33	53,1	79,6
<b>Mangga</b>	275,43	397,14	765	851,4	569,1
<b>Alpukat</b>	173,08	547	252,6	252,1	197,6
<b>Belimbing</b>	29,61	38,09	76,8	76,2	25,45
<b>Jeruk</b>	3,48	3,2	5	5,9	8,7
<b>Nangka</b>	46,68	89,62	157,5	165,4	127,4
<b>Lainnya</b>	162,74	318,41	536,6	562,34	408,41

*Sumber : Dinas Pertanian, Perternakan, dan Kehutanan Bandar Lampung(<https://bandarlampungkota.bps.go.id>)*

Berdasarkan data pada Tabel. 1 dapat dilihat produksi tanaman pisang sangatlah tinggi dari tahun ke tahun, Hal ini dapat dijadikan pertimbangan oleh pemerintah untuk mengelola hasil tanam ini untuk kegiatan usaha yang dapat menjadi tambahan pencarian masyarakat agar lebih sejahtera, dari beberapa tanaman diatas dapat dilihat pisang dan durian memiliki produksi yang cukup banyak setiap tahunnya tetapi dikarenakan durian termasuk jenis buah yang musiman pertumbuhannya, durian tidak dapat dijadikan usaha yang berkelanjutan berbeda dengan pisang yang produksi pertumbuhannya cepat dan bisa dijadikan peluang usaha yang menjanjikan.

Usaha tersebut adalah UKM (Usaha Kecil Menengah) keripik pisang, UKM ini sudah berjalan sangat lama dan sekarang sudah menjadi hal yang cukup membanggakan di Bandar Lampung sudah banyak jenis pengelolaan pisang yang bervariasi hingga saat ini. Hal ini untuk memenuhi permintaan konsumen terhadap produk yang disediakan, dikarenakan makanan merupakan kebutuhan pokok manusia yang tidak bisa lepas dari kehidupan kita sehingga mendorong para pelaku usaha melakukan inovasi baru yang dapat dikembangkan. Persoalan tersebut menimbulkan paradigma baru dimana konsumen tidak hanya memikirkan apa saja yang akan dikonsumsinya, tetapi ada pula yang menjadi pertimbangan konsumen untuk memilih produk atau sesuatu yang ia inginkan pertimbangan tersebut adalah kepuasan, kenyamanan, dan gaya hidup untuk memutuskan pembelian atau mengulang pembelian suatu produk tersebut.

Pertimbang-pertimbangan tersebut berlaku untuk semua jenis usaha agar dapat memaksimalkan produksi dalam produk yang disediakan, namun tidak sedikit pula jika mengabaikan hal-hal tersebut dapat menjadikan boomerang buat pemilik usaha itu sendiri seperti kurang tepatnya strategi pemasaran yang diterapkan dan kualitas pelayanan yang kurang optimal. Pada dasarnya para pelaku bisnis ingin meraih keuntungan yang semaksimal mungkin dari usaha yang dijalankan, sehingga banyak para pesaing bisnis yang bermunculan didalam segmen pasar yang sama.

Bisnis yang akan dikembangkan oleh pemerintah adalah usaha keripik pisang, usaha ini adalah usaha yang sangat diminati oleh masyarakat khususnya di Bandar Lampung dilihat dengan bertambahnya toko usaha keripik pisang hal ini disebabkan

karena banyaknya objek wisata di Bandar Lampung sehingga menjadikan keripik pisang sebagai oleh-oleh khas Lampung.. Data toko usaha penjual keripik pisang di Bandar Lampung pada Tabel 2 dapat dilihat pada Lampiran 2.

Berdasarkan data pada Tabel 2 diatas dapat dikemukakan bahwa toko Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung, memiliki kelebihan serta kekurangan yaitu: kelebihan pertama letak usaha toko terletak di jalan pagar alam yang sangat strategis dan dilalui oleh para wisatawan (Gambar 5), kedua toko memiliki lingkungan parkir yang cukup luas sehingga memudahkan para konsumen lebih nyaman untuk memarkirkan kendaraannya, ketiga jenis produk yang diproduksi berupa berbagai aneka keripik (Pisang, Talas, Mantang, Singkong dan Ubi Jalar) spesifikasi dalam keripik tersebut dapat berbagai aneka rasa yaitu, manis, asin, coklat, susu, keju, *BBQ* dan lain-lain (dapat dilihat pada Lampiran 14 ) dan kekurangan harga yang ditawarkan cukup mahal.

Para pelaku bisnis memulai persaingan dengan menciptakan strategi pemasaran yang tepat dan membangun hubungan yang baik yang dijalani dengan konsumen. Hubungan yang baik ini akan tercipta jika bisnis tersebut mampu memberikan kepuasan terhadap kebutuhan, keinginan, serta selera konsumen dengan memperhatikan kepuasan konsumen dan dapat dijadikan sumber informasi yang efektif untuk manajer atau pemilik usaha agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan maupun produk yang diberikan oleh pelaku bisnis. Berdasarkan hasil wawancara di lapangan bersama pemilik toko Istana Keripik Ibu Mery 3 yaitu bapak Somad dan istri, mereka mengatakan bahwa selama satu tahun terakhir pada setiap bulannya

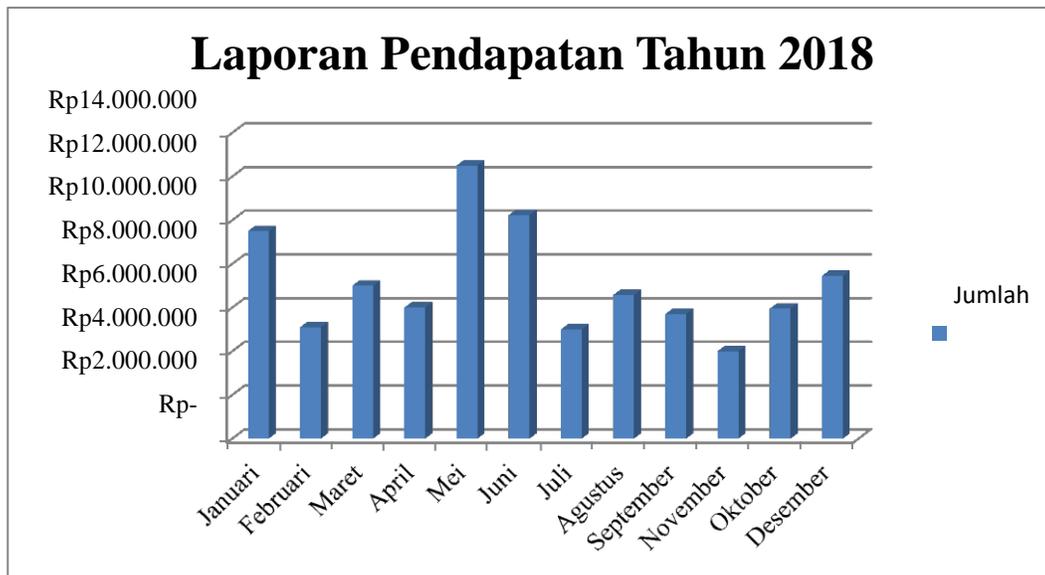
mereka mengalami kenaikan dan penurunan pemasukan, informasi tersebut dapat diperkuat dengan data jumlah pembeli dan keuntungan perbulan pada tahun 2018. Berikut Tabel 3 data jumlah pembeli dan keuntungan di Istana Keripik Ibu Mery 3.

**Tabel 2. Jumlah pembeli di Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung pada tahun 2018**

<b>No</b>	<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Pembeli</b>	<b>Pendapatan</b>
1	Januari	121	Rp. 9.500.000
2	Februari	74	Rp. 5.100.000
3	Maret	85	Rp. 7.000.000
4	April	67	Rp. 6.000.000
5	Mei	145	Rp.12.500.000
6	Juni	137	Rp.10.230.000
7	Juli	74	Rp. 5.000.000
8	Agustus	87	Rp. 6.570.000
9	September	60	RP. 5.700.000
10	November	55	Rp. 4.000.000
11	Oktober	64	Rp. 5.950.000
12	Desember	91	Rp. 7.450.000
<b>Jumlah</b>		<b>1.060</b>	<b>Rp. 85.000.000</b>
<b>Rata-rata/Bulan</b>		<b>88</b>	<b>Rp. 7.083.000</b>

*Sumber : Dokumentasi Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung 2018*

Berdasarkan pada Tabel 3 didapatkan informasi bahwa benar setiap bulannya toko ini mengalami fluktuasi pada jumlah pembeli dan pendapatan yang dapat dilihat rata-rata per bulannya adalah sebesar Rp. 7.083.000,- untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar grafik berikut.



**Gambar 1. Grafik Laporan Pendapatan Istana Keripik Ibu Meri 3 Tahun 2018**

Berdasarkan pada Gambar 1 diatas dapat dijelaskan bahwa toko Istana Keripik Ibu Mery 3 Kota Bandar Lampung benar mengalami fluktuasi pendapatan tiap bulannya terlihat pada bulan Mei toko mendapatkan pendapatan paling tinggi yaitu sebesar Rp. 12.500.000,- dan pada bulan November mendapatkan pendapatan terendah sebesar RP. 4.000.000,-. Dapat dikatakan penjualan yang dialami Toko Istana Keripik Ibu Mery 3 cenderung menurun yang disebabkan oleh adanya perubahan loyalitas konsumen terhadap toko tersebut. Adapun tingkat loyalitas konsumen dapat dilihat pada Tabel 4 berikut:

**Tabel. 3 Hasil Wawancara terhadap Keluhan 20 Konsumen di Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung**

No	Keterangan	Tanggapan		
		Tinggi	Sedang	Rendah
Dimensi Kualitas Pelayanan				
1	Kesesuaian pelayanan jasa yang diberikan	5	7	8
2	Ketersediaan ruang yang bersih dan nyaman	4	5	11
3	Kesesuaian citra rasa yang diberikan kepada konsumen	7	4	9
4	Ketanggapan karyawan dalam melayani kebutuhan konsumen	5	7	8
5	Perhatian karyawan terhadap konsumen	4	6	10
<b>Jumlah Konsumen</b>		<b>25</b>	<b>29</b>	<b>46</b>
<b>Presentase</b>		<b>25%</b>	<b>29%</b>	<b>46%</b>
<b>Kepuasan Konsumen</b>		<b>7</b>	<b>5</b>	<b>8</b>
<b>Presentase</b>		<b>32%</b>	<b>34%</b>	<b>54%</b>

*Sumber : Hasil Angket Peneliti*

Berdasarkan Tabel 4 diatas dapat dikemukakan bahwa dalam dimensi kualitas pelayanan menyebabkan penilaian sebesar 32% menilai tinggi, 34% menilai rendah, dan 54% menilai rendah yang berarti dalam dimensi kualitas pelayanan pada toko Isatana Keripik Ibu Mery 3 sangatlah rendah dengan perbandingan 32% : 54% hal ini dapat dijadikan alasan yang menimbulkan penurunan loyalitas dan dalam keputusan pembelian konsumen. Menurut Swastha dan Nurullaili Wijayanto (2013:91) Loyalitas pelanggan yaitu kesetiaan konsumen untuk terus menggunakan produk yang sama dari suatu perusahaan. Loyalitas menggambarkan perilaku yang diharapkan sehubungan dengan produk-produk yang di harapkan. Hal ini membuktikan bahwa kepuasan konsumen perlu diperhatikan. Kepuasan kosumen adalah tingkat seseorang setelah konsumen membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakannya kemudian dibandingkan dengan harapannya pada produk atau jasa (dikutip dari Wuryanti, Andriani, dan Arief (2018:107-108).

Sehingga dari pengertian tersebut konsumen akan mengalami tingkat kepuasan umum yaitu yang pertama jika kinerja dibawah harapan konsumen akan merasa kecewa, kedua jika kinerja sesuai dengan harapan konsumen akan merasa puas, dan terakhir jika kinerja melebihi harapan konsumen maka konsumen akan merasa sangat puas, senang atau gembira. Kinerja dapat dinilai melalui kualitas pelayanan, jadi jika kualitas pelayanan yang baik akan berpengaruh dengan kepuasan konsumen hal ini sangat berhubungan erat. Sudah seharusnya suatu perusahaan memberikan atau memperhatikan pelayanannya kepada konsumen agar konsumen merasa puas dengan perusahaan itu. Dikutip dari Panjaitan dan Yuliati (2016:270), Tjiptono mengungkapkan bahwa terdapat lima dimensi utama kualitas pelayanan sesuai dengan derajat kepentingan relatifnya yaitu:

1. Kehandalan

Kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan artinya para karyawan atau staf memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan, pada toko kehandalan yang diberikan berupa pelayanan dengan segera oleh karyawan . Contoh: memberikan keranjang untuk wadah pembelian keripik.

2. Daya Tanggap

Keinginan para karyawan dan staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap, yakni hal yang memotivasi karyawan dalam memecahkan masalah yang dihadapi pelanggan dalam menggunakan jasa, pada toko daya tanggap adalah dengan cepat merespon apa yang diinginkan konsumen.

### 3. Jaminan

Pengetahuan baik dari karyawan dalam menanggapi pertanyaan atau keluhan dari pelanggan. Hal ini mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko dan keraguan. Jaminan yang diberikan toko Istana Keripik Ibu Mery 3 adalah mengganti produk jika terjadi kerusakan dalam packing maupun produk yang sudah lempam.

### 4. Perhatian/Empati

Sikap karyawan yang menunjukkan perhatian yang tulus dalam melayani pelanggan. Sikap perhatian meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan, rasa empati yang diberikan karyawan toko Istana Keripik Ibu mery 3 adalah dengan menjalin komunikasi yang baik serta menanyakan kabar atau sejenis perhatian pribadi lainnya.

### 5. Bukti Fisik

Hal-hal yang meliputi tampilan fisik yaitu: fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi, bukti fisik yang diberikan toko Istana Keripik Ibu Mery 3 adalah tempat parkir yang memadai, ruang tunggu, perlengkapan pembelian, dan lain-lain.

Selain kualitas pelayanan, ada faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen salah satunya adalah harga. Harga dalam suatu produk atau jasa merupakan salah satu yang harus dikendalikan secara benar, hal ini dikarenakan harga akan sangat berpengaruh terhadap beberapa aspek dalam perusahaan (dikutip Nurhayati, 2017:61-62).

Harga merupakan faktor penting dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian. Sebagai sebuah usaha yang telah memilih usahanya bergerak dalam bidang perdagangan, usaha tersebut seharusnya mempunyai kelebihan dalam menetapkan harga yang kompetitif untuk menarik pembeli agar membeli produk yang ditawarkan. Beberapa pembeli akan memilih toko yang memiliki kualitas terbaik dengan harga yang cukup terjangkau sehingga pihak toko hendaknya lebih mengedepankan kualitas tetapi sebisa mungkin memperkecil harga agar lebih dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat.

Berdasarkan data pada Tabel. 2 telah diperoleh informasi bahwa fasilitas maupun harga yang ditawarkan oleh Istana Keripik Ibu Mery 3 yang terletak di Jl. Pagar Alam No. 181, Segala Mider, Kota Bandar Lampung ini tidaklah jauh berbeda dengan toko-toko yang lainnya. Tetapi hal tersebut kembali kepada persepsi konsumen terhadap harga yang akan menjadi suatu pertimbangan untuk memilih produk yang ditawarkan.

Oleh karena itu, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul  
**“Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap  
Kepuasan Konsumen” (Studi Kasus di Istana Keripik Ibu Mery 3 Kota  
Bandar Lampung)**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas mengenai kualitas pelayanan yang diberikan Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung masih rendah sehingga tidak ada keistimewaan dan harga yang masih menjadi salah satu faktor pembeli memilih produk. Sehingga identifikasi masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Kurangnya ketersediaan bukti fisik (*Tangibles*) yaitu, meliputi penampilan fisik seperti terbatasnya ketersediaan ruang tunggu.
2. Kurang optimalnya Keandalan (*Reliability*) seperti penyelesaian pengewasan produk memakan waktu yang cukup lama.
3. Rendahnya daya tanggap (*responsiveness*) yaitu, karyawan yang kurang komunikatif terhadap konsumen seperti tidak ada kemauan membantu konsumen dengan menyediakan pelayanan yang cepat dan tepat.
4. Kurangnya penyediaan jaminan (*Assurance*) terhadap konsumen seperti pengetahuan, kemampuan, dan kesopanan serta keamanan terhadap kendaraan konsumen untuk memdapat kepercayaan dan keinginan.

5. Rendahnya rasa empati (*Empathy*) dengan menjaga dan memberikan tingkat perhatian kepada kebutuhan-kebutuhan konsumen.
6. Harga yang ditawarkan toko Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung dikatakan cukup tinggi.
7. Kepuasan konsumen yang belum maksimal pada Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung berpengaruh terhadap pengunjung yang masih cenderung menurun tiap bulannya.

### C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah mengkaji tentang analisis pengaruh dimensi kualitas pelayanan ( $X_1$ ) *Tangibles*, ( $X_2$ ) *Reliability*, ( $X_3$ ) *Responsiveness*, ( $X_4$ ) *Assurance*, ( $X_5$ ) *Empathy* dan harga ( $X_6$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung.

### D. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh *tangibles*/bukti fisik ( $X_1$ ) terhadap kepuasan kosumen (Y) Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung ?
2. Apakah ada pengaruh *reliability*/Kehandalan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung ?
3. Apakah ada pengaruh *responsiveness*/daya tanggap ( $X_3$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung ?

4. Apakah ada pengaruh *assurance*/jaminan ( $X_4$ ) terhadap kepuasan kosumen (Y) Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung ?
5. Apakah ada pengaruh *empathy*/perhatian ( $X_5$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung ?
6. Apakah ada pengaruh harga ( $X_6$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung ?
7. Apakah ada pengaruh dan interaksi secara keseluruhan dalam *tangibles*/bukti fisik ( $X_1$ ), *reliability*/Kehandalan ( $X_2$ ), *responsiveness*/daya tanggap ( $X_3$ ), *assurance*/jaminan ( $X_4$ ), *empathy*/perhatian ( $X_5$ ) dan harga ( $X_6$ ) yang optimal terhadap kepuasan konsumen (Y) Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung ?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh bukti fisik pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui pengaruh kehandalan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung
3. Untuk mengetahui pengaruh daya tanggap pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung
4. Untuk mengetahui pengaruh jaminan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung

5. Untuk mengetahui pengaruh empati pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung
6. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung.
7. Untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan yang optimal dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung.

#### **F. Kegunaan Penelitian**

Pada hakekatnya sebuah penelitian yang dilakukan seseorang diharapkan akan mendapatkan manfaat tertentu. Begitu pula dengan penelitian ini diharapkan mendatangkan manfaat sebagai berikut.

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini menyajikan suatu wawasan khusus tentang penelitian dimensi kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan konsumen, sehingga dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi penelitian lain yang akan mengadakan penelitian yang berhubungan dengan masalah yang sama dengan memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan sebagai referensi atau titik tolak tambahan bila diadakan penelitian lebih lanjut khususnya bagi pihak lain yang ingin mempelajari mengenai pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai bahan masukan sebagai dasar pertimbangan dalam usaha perbaikan perusahaan pada umumnya sehingga dapat memberikan masukan untuk memperbaiki, mempertahankan serta meningkatkan dimensi kualitas pelayanan, sehingga dapat mengurangi jumlah komplain dari konsumen dan meningkatkan jumlah konsemen.

### b. Bagi Akademisi

Penelitian ini merupakan proses pembelajaran untuk dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama ini dan diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan, pengalaman, dan wawasan baru mengenai pengaruh dimensi kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada usaha kecil menengah. Sehingga penelitian ini dapat menerangkan dan mempunyai pengetahuan teroris dalam kasus nyata di lapangan.

### c. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi dan masukan bagi pemerintah untuk mengembangkan UKM yang dijalankan masyarakat, selain itu pula penelitian ini digunakan bagi pemerintah dalam upaya mencerdaskan kehidupan bangsa.

## G. Ruang Lingkup Penelitian

### 1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah konsumen Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung yang melakukan pembelian di toko tersebut.

### 2. Objek Penelitian

Dimensi kualitas pelayanan jasa meliputi kehandalan (*reliability*), bukti fisik (*tangibles*), jaminan (*assurance*), daya tanggap (*responsiveness*), empati (*empathy*) dan harga terhadap kepuasan konsumen.

### 3. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung berada di jalan Pagar Alam Gg PU.

### 4. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2019/2020

### 5. Disiplin Ilmu

Disiplin ilmu yang berhubungan dengan penelitian ini adalah manajemen pemasaran.

## **II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PIKIR, DAN HIPOTESIS**

### **A. Tinjauan Pustaka**

#### **1. Usaha Mikro Kecil Menengah**

##### **a. Usaha Mikro Kecil Menengah**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah bagian penting dalam kehidupan perekonomian dalam suatu negara dan memberikan kontribusi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pengertian Usaha Mikro Kecil Menengah:

Undang-undang No.20 Pasal 2 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah maka pengertian UMKM adalah sebagai berikut:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorang dan/badan usaha perorang yang memenuhi kriteria Usaha Mikro.
2. Usaha Kecil adalah usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang serta jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

(Dikutip dari Suci (2017:54))

Di Indonesia, UMKM adalah kelompok usaha yang berjumlah paling banyak dan tahan menghadapi macam-macam krisis ekonomi. UMKM mempunyai karakteristik ciri pembeda pelaku usaha berdasar skala usahanya, yang melekat pada aktifitas usaha ataupun perilaku pengusahanya dalam menjalankan bisnisnya. Bank Dunia menggolongkan UMKM ke dalam 3 golongan, sebagai berikut:

- 1) Mikro, yakni usaha dengan tenaga kerja 10 orang
- 2) Kecil, yakni usaha dengan tenaga kerja 30 orang
- 3) Menengah, yakni usaha dengan tenaga kerja sampai dengan 30 orang.

Selain itu, UMKM menurut perspektif usahanya dikelompokkan menjadi 4, yakni: 1) Sektor Informal, misalnya pedagang kecil di pinggir jalan; 2) Sektor Mikro merupakan pengerajin, dengan jiwa kewirausahaan yang terbatas dalam pengembangan usahanya; 3) Sektor Kecil Dinamis merupakan usahawan yang mempunyai kemampuan lebih dalam bekerjasama baik impor maupun ekspor; 4) Sektor Fast Moving Enterprise merupakan usaha yang mempunyai kecakapan dalam bertransformasi menjadi lebih besar.

Karakteristik UMKM menurut aspek komoditas yang dihasilkan adalah:

- 1) standar kualitas belum ada; 2) keterbatasan pada desain produknya; 3) keterbatasan jenis produk; 4) keterbatasan kapasitas dan daftar harga produk; 5) belum ada standar penggunaan bahan baku; 6) ketidaksempurnaan dan tidak

adanyanya jaminan pada kontinuitas produk. (Aliflana dan Susanti,2018:290).

UKM didefinisikan dengan berbagai cara yang berbeda tergantung pada negara dan aspek-aspek lainnya. Oleh karena itu, perlu dilakukan tinjauan khusus terhadap definisi-definisi tersebut agar diperoleh pengertian yang sesuai tentang UKM, yaitu menganut ukuran kuantitatif yang sesuai dengan kemajuan ekonomi.

Di Indonesia, terdapat berbagai definisi yang berbeda mengenai UKM berdasarkan kepentingan lembaga yang memberi definisi yaitu menurut Badan pusat statistik (BPS) UKM adalah perusahaan atau industri dengan pekerja antara 5-19 orang sedangkan menurut Bank Indonesia (BI) yaitu perusahaan atau industri dengan karakteristik berupa modal kurang dari Rp. 20.000.000,- untuk putaran usahanya hanya membutuhkan dan Rp. 5.000.000,- , memiliki aset maksimum Rp 600.000.000,- di luar tanah dan bangunan dan omzet tahunan < Rp. 1 Miliar (Dikutip dari Hubeis dalam Syukriah dan Hamdani (2013:112)

Secara umum, usaha kecil memiliki ciri- ciri: manajemen berdiri sendiri, modal disediakan sendiri, daerah pemasarannya lokal, aset perusahaannya kecil, dan jumlah karyawan yang dipekerjakan terbatas. Asas pelaksanaan UMKM adalah kebersamaan, ekonomi yang demokratis, kemandirian, keseimbangan kemajuan, berkelanjutan, efisiensi keadilan, serta kesatuan ekonomi nasional. UMKM mendapat perhatian dan keistimewaan yang diamanatkan oleh undang-undang, antara lain: bantuan kredit usaha dengan bunga rendah, kemudahan persyaratan izin

usaha, bantuan pengembangan usaha dari lembaga pemerintah, beberapa kemudahan lainnya.

## **2. Kualitas Pelayanan Jasa**

Kualitas adalah tingkat baik atau buruknya bagi suatu penyedia jasa untuk sebagai standar produk atau kinerja yang diberikan sebuah perusahaan dalam meraih keunggulan yang berkesinambungan untuk bersaing dalam meningkatkan keunggulan produk, agar produk yang diperlihatkan sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen.

Kualitas Pelayanan menurut Moenir dalam Irfan Andi (2018:84) adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan pada hakikatnya adalah serangkaian kegiatan karena merupakan proses, sebagai proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan organisasi dan masyarakat.

Kata kualitas sendiri pun banyak mengandung definisi dan makna karena banyak orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan, dalam perspektif TMS (*Total Quality Service*) kualitas memiliki definisi yang kerap dijumpai antara lain:

1. Kesesuaian dengan persyaratan/tuntutan.
2. Kecocokan untuk pemakaian.
3. Perbaikan/penyempurnaan berkelanjutan.
4. Bebas dari kerusakan/cacat.
5. Pemenuhan kebutuhan pelanggan semenjak awal dan setiap saat.
6. Melakukan segala sesuatu secara benar semenjak awal.
7. Sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan.

Kualitas menurut Tjiptono dalam Bastuti,dkk (2018:73) kualitas merupakan suatu kondisi yang berhubungan dengan produk dan jasa manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Perspektif kualitas menurut Garvin dalam Tjiptono dan Chandra (2011:168-170) bisa diklasifikasikan dalam lima kelompok, yaitu:

1. *Transcendental approach*, kualitas dipandang sebagai *innate excellence*, yaitu sesuatu yang bisa dirasakan atau diketahui namun sukar didefinisikan, dirumuskan atau dioperasionalisasikan.
2. *Product-based approach*, mengasumsikan bahwa kualitas merupakan karakteristik atau atribut obyektif yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur.
3. *User-based approach*, didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang menilainya (*eyes of holder*).
4. *Manufacturing-based approach*, bersidat *supply based* dan lebih fokus pada praktek-praktek perekayasaan dan pemanufakturan, serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian atau kecocokan dnegan persyaratan.
5. *Value based-approach*, memandang kualitas dari aspek nilai (*value*) dan harga (*price*). Dengan mempertimbangkan *trade-off* antara kinerja dan harga, kualitas didefinikasn sebagai *affroad-able excellence*.

Kata kualitas mengandung banyak makna, tetapi dari definisi-definis yang dapt kita jumpai memiliki kesamaan walaupun hanya cara penyampaiannya yang berbeda didalam perbedaan tersebut terdapat pada elemen sebagai berikut:

1. Kualitas meliputi usaha untuk memenuhi dan melebihi harapan kepada konsumen.
2. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan.
3. Kualitas adalah kondisi yang selalu berubah.

Pelayanan menurut Wasistiono dalam Sundari (2016:45-46) adalah pemberian jasa baik oleh pemerintah, pihak swasta atas nama pemerintah ataupun pihak swasta kepada masyarakat, dengan atau tanpa guna memenuhi kebutuhan dan kepentingan. Pelayanan sangat berhubungan dengan perilaku konsumen dalam memutuskan

apakah konsumen akan membeli sebuah produk atau tidak sehingga pelayanan yang baik dan berkualitas akan mempengaruhi penilaian konsumen dalam variabel penjualan itu sendiri. Pelayanan yang baik yaitu kecepatan dalam melayani konsumen dan kerahaman petugas atau karyawan yang melakukan penjualan.

Jasa adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk mencakup objek fisik, jasa, orang, tempat, organisasi, dan gagasan (Kotler,2001:347 dalam Handoko, 2016:2)

Menurut Tjiptono dalam Handoko (2016:2-3), jasa mempunyai empat karakteristik yaitu: 1. *Intangibility* (Tidak dapat dilihat, hanya dirasakan), 2. *Inseparability* (Tidak dapat dipisahkan), 3. *Variability* (Keragaman) dan 4. *Perishability* (Tidak Tahan Lama)

Berdasarkan definisi yang sudah dipaparkan diatas dapat diartikan jika kualitas pelayanan adalah karakteristik suatu produk atau pelayanan jasa yang sangat berpengaruh pada kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2011) dikutip dari Parasuraman, Zeithaml dan Berry terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut:

1. Reliabilitas (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
3. Jaminan (*Assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
4. Empati (*Empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
5. Bukti Fisik (*Tangibles*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

Prinsip-prinsip kualitas pelayanan menurut Wolkins dalam Tjiptono dan Chandra (2011:203-204), yaitu: 1. Kepemimpinan, 2. Kependidikan, 3. Perencanaan Strategik, 4. Review, 5. Komunikasi, dan 6. *Total Human Reward*

### **3. Harga**

#### **a. Harga**

Harga merupakan suatu keputusan kritis yang menunjang suatu keberhasilan operasi organisasi profit maupun non-profit, dalam hal ini harga adalah salah satu elemen yang penting dalam bauran pemasaran dalam suatu produk yang menghasilkan pendapatan penjualan. Tetapi keputusan dalam mengenai harga dalam pemasaran jasa tidak mudah dikarenakan di satu sisi jika harga yang diberikan terlalu mahal bisa menghasilkan laba tetapi hanya dalam jangka pendek karena sulit dijangkau oleh konsumen dan sukar dalam bersaing dengan kompetitor.

Harga menurut Kotler dalam Handoko (2016:2) yaitu nominal sejumlah uang yang ditawarkan untuk sebuah produk atau jasa untuk nilai yang dapat ditukarkan dengan manfaat yang memiliki kegunaan suatu barang dan jasa.

Harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh sejumlah kombinasi antara barang bersertifikat pelayanan. Dikutip dari Hasan dalam Kodu (2013:1252)

Menurut Saladin dalam Weenas (2013:609) harga merupakan aspek yang sangat jelas (*visible*) bagi para pembeli, bagi konsumen yang tidak terlalu paham hal-hal teknis pada pembelian jasa, sering kali harga menjadi satu satunya faktor yang bisa mereka pahami, tidak jarang pula harga dijadikan suatu indikator untuk kualitas jasa.

Berdasarkan beberapa definisi diatas, dapat diartikan harga merupakan suatu indikator dalam konsumen menilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang yang dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang maupun jasa pelayanan yang diberikan.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2011:194-197) Sebagai salah satu bauran elemen pemasaran, harga membutuhkan pertimbangan cermat, sehubungan dengan sejumlah dimensi strategik harga berikut ini:

1. Harga merupakan nilai dan aspek yang jelas dari suatu produk bagi konsumen.
2. Harga ialah determinan utama permintaan yang berkaitan langsung dengan pendapatan dan jasa.
3. Harga bersifat fleksibel yang disesuaikan dengan cepat untuk memengaruhi citra suatu produk sehingga harga merupakan masalah nomor 1 yang dihadapi para manajer.

#### **b. Peranan Harga**

Harga memainkan peranan penting bagi perekonomian secara makro, konsumen, dan perusahaan, berikut peranan harga dalam berbagai bidang:

- a. Bagi perekonomian harga berpengaruh terhadap faktor produksi karena sebagai regulator dasar dalam perekonomian,
- b. Bagi konsumen sebagai salah satu pertimbangan konsumen untuk membeli produk, dan
- c. Bagi perusahaan yaitu untuk mempengaruhi posisi bersaing dan pangsa pasar perusahaan. (dikutip dari Tjiptono dan Chandra (2012:319))

### c. Strategi Pemasaran dan Tujuan Penetapan Harga

Tujuan penetapan harga bisa mendukung strategi pemasaran berorientasi pada permintaan primer apabila perusahaan meyakini bahwa harga yang lebih murah dapat meningkatkan jumlah pemakai atau tingkat pemakaian atau pembelian ulang dalam bentuk atau kategori produk tertentu. Berikut Tabel 5 menampilkan keterkaitan antara strategi pemasaran dan tujuan penetapan harga.

**Tabel 4. Strategi Pemasaran dan Tujuan Penetapan Harga**

Strategi Pemasaran	Tujuan Penetapan Harga
<b>Strategi Permintaan Primer</b>	
1. Meningkatkan Jumlah Pembeli Keripik	a. Mengurangi risiko ekonomi dari percobaan produk dengan cara membedakan produk b. Menawarkan nilai yang lebih baik dibandingkan bentuk /kelas produk pesaing
2. Menaikan tingkat pembelian	a. Meningkatkan frekuensi konsumsi b. Menambah konsumsi dalam situasi lebih banyak
<b>Strategi Permintaan Selektif</b>	
1. Memperluas pasar yang dilayani	a. Melayani segmen yang berorientasi pada harga b. Menawarkan versi produk yang lebih mahal
2. Merebut pelanggan pesaing	a. Mengalahkan pesaing dalam hal harga b. Menggunakan harga untuk mengindikasikan kualitas tinggi
3. Mempertahankan/meningkatkan permintaan pelanggan saat ini	a. Mengeliminasi keunggulan harga pesaing b. Menaikkan penjualan produk Komplementer

*Sumber : dikutip dari Tjiptono dan Chandra (2012:321)*

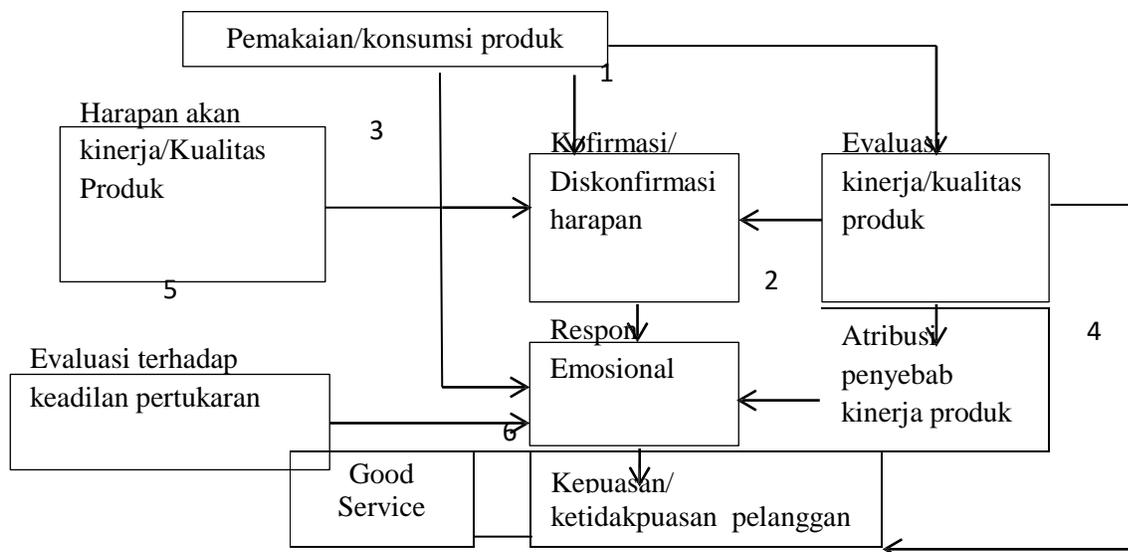
Berdasarkan Tabel 4. dapat menjadi tolak ukur Toko Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung untuk menentukan strategi pemasaran dan penetapan harga yang akan Toko Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung pilih yang utama yaitu mengurangi resiko ekonomi percobaan produk atau mencicipi keripik agar tidak mudah lempam kemudian Toko Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung membedakan produk antara keripik yang untuk dicoba dan yang untuk dijual. Sedangkan dengan penetapan harga jika Toko Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung ingin menetapkan harga yang cukup mahal toko harus lebih mempunyai inovasi baik dalam produk maupun dalam promosi.

#### **4. Kepuasan Konsumen**

Pelanggan merupakan konsumen yaitu tujuan akhir dari pemasaran barang dan jasa karena dengan konsumen suatu barang atau jasa dapat dinilai berkualitas atau tidak sehingga dengan berkualitas atau tidaknya suatu barang dan jasa dapat menjadi tolak ukur kepuasan konsumen, karena barang dan jasa tersebut dapat memenuhi atau bahkan melampaui harapan konsumen. Kata kepuasan atau *satisfaction* berasal dari bahasa latin "*satis*" (artinya cukup baik, memadai) dan "*facio*" (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai „upaya pemenuhan sesuatu“ atau „membuat sesuatu memadai“. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah perasaan puas, maupun rasa senang seseorang dikarenakan keinginannya terpenuhi karena mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan suatu pelayanan jasa.

Mowen dan Minor (2002) menyatakan kepuasan konsumen adalah sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah konsumen memperoleh atau menggunakannya. Sedangkan Peter dan Olson (2000:157) menyatakan kepuasan konsumen adalah konsep penting dalam konsep pemasaran atau penelitian konsumen (dikutip dari Bahrudin dan Zuhro (2015:3)).

Horward dan Sheth dalam Tjiptono (2014:353) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan. Mowen (1995) merumuskan kepuasan pelanggan sebagai sikap keseluruhan terhadap suatu barang atau jasa setelah perolehan (*acquisition*) dan pemakainya. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan merupakan penilaian evaluatif purnabeli yang dihasilkan dari seleksi pembelian spesifik. Definisi ini dijabarkan ke dalam model kepuasan/ketidakpuasan pelanggan sebagaimana tersaji dalam Gambar 1.



Sumber : Moven dalam Tjiptono (2014)

### Gambar 2. Maping Kepuasan/Ketidakpuasan Pelanggan

Pengukuran kepuasan konsumen sangat perlu dilakukan sebuah perusahaan atau organisasi untuk mengetahui tolak ukur kinerja perusahaan dalam sudut pandang konsumen. Menurut Kotler dan Keller dalam Tjiptono (2014:369-370) paling tidak ada empat metode yang banyak dipergunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan, yaitu: Sistem keluhan dan saran, *Ghost/Mystery Shopping*, *Lost customer analysis* dan Survei kepuasan pelanggan

Menurut Lupiyoadi dalam Amanah (2010:80), ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen, yaitu: 1) Kualitas Produk, 2) Kualitas pelayanan, 3) Emosional, 4) Harga dan 5) Biaya dan kemudahan.

## B. Penelitian yang Relevenan

Studi atau penelitian yang sejenis dengan pokok masalah yang dihadapkan dalam skripsi ini telah banyak dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu. Oleh karena itu pada bagian ini dilengkapi beberapa hasil penelitian yang ada kaitannya dengan pokok masalah ini, antara lain:

**Tabel 5.. Hasil Penelitian yang Relevan**

No	Tahun	Nama	Judul	Kesimpulan
1.	2010	1. Untung Sri Widodo	Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Jasa	Hasil analisis regresi besarnya nilai $t_{hitung}$ dan P Value yaitu <i>Reliability</i>
		2. Rully Tri	Kepuasan Nasabah <b>Persamaan</b>	: sebesar 2,542 dan 0,013, <i>Responsiveness</i> sebesar 3,778

- 
- Indriastuti Penelitian ini dan 0,000, *Assurance* sebesar terdapat Variabel X 2,135 dan 0,035, *Empathy* dan Y yang sama. sebesar 3,335 dan 0,001 sedangkan *Tangibles* sebesar 2,104 dan 0,0385.  
**Perbedaan** : Penelitian ini subjek penelitiannya adalah nasabah bank sehingga tidak menggunakan variabel harga
2. 2010 Dita Amanah Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Majestyk Bakery Dan Cake Shop cabang H.M. Yamin Medan.  
**Persamaan** : Penelitian ini menggunakan Variabel X yaitu Harga dan Variabel Y yaitu kepuasan Konsumen Hasil menjelaskan bahwa nilai reliabilitas sebesar 0,796 dan  $r_{tabel}$  sebesar 0,374 ( $0,796 > 0,374$ ) dan dapat dinyatakan variabel adalah reliabel.  
**Perbedaan** : Penelitian ini riset yang diteliti tidak menganalisis dimensi kualitas pelayanan.
3. 2010 1.Amanah Khasanah 2.Octarina Dina Pertiwi Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen RS.St Elisabeth Semarang  
**Persamaan** : Penelitian ini sama-sama meneliti kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Hasil nilai  $t_{hitung}$  lebih dari nilai  $t_{tabel}$  yaitu lebih besar dari 1,66, maka  $H_0$  diterima. Signifikasi variabel sebesar 0,05 nilai dan signifikasi variabel bebas  $>$  dari 0,05 maka masing-masing berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.  
**Perbedaan:** Dalam penelitian ini meneliti tempat berbeda yaitu RS. St Elisabeth Semarang yang dimana konsumen yang diteliti terdaftar jelas.

4. 2011 Aniek Indrawati Pengaruh Kualitas Layanan Lembaga Pendidikan terhadap Kepuasan
- Persamaan :** Penelitian ini sama-sama meneliti kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen
- Dari hasil analisis regresi berganda didapat nilai sebesar 0.873 dan nilai *Adjusted R-Square* sebesar 0.731 yang mengandung makna bahwa keseluruhan variabel bebas memiliki keeratan hubungan dengan variabel terikat.
- Perbedaan :** Penelitian ini subjek riset yang diteliti adalah lembaga pendidikan sedangkan subjek riset peneliti adalah Istana Keripik Ibu Mery 3
5. 2012 Ari Prasetio Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan
- Persamaan :** Penelitian ini terdapat Variabel X dan Y yang sama.
- Berdasarkan hasil nilai konstanta sebesar 3,958 dan nilai koefisien regresi  $X_1$  sebesar 0,083 dan harga  $X_2$  sebesar 0,614 sehingga diasumsikan jika kualitas pelayanan dan harga mengalami peningkatan satu satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat.
- Perbedaan :** Penelitian ini Kualitas Pelayanan yang diteliti tidak mencakup semua dimensinya.
6. 2014 Dewi Zulvia Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Auto 2000 Padang)
- Persamaan :** Penelitian ini terdapat Variabel X dan Y yang sama
- Hasil R dalam penelitian ini sebesar 0,793 atau 79,3 %. Hal ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan sisa 20,7% dipengaruhi/dijelaskan variabel lainnya.
- Perbedaan :** Penelitian ini tidak menganalisis faktor harga seperti penelitian yang dilakukan peneliti

7. 2015 1.Rendy Gulla  
2.Sem George Oroh  
3.Ferdy Roring
- Analisis Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn Hotel
- Hasil uji t menunjukkan bahwa signifikansi p-value =  $0,002 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan menolak  $H_0$  dan Promosi (X2) signifikansi p-value =  $0,286 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa Ha ditolak dan menerima.
- Persamaan** : Penelitian ini terdapat Variabel X dan Y yang sama.  
**Perbedaan** : Penelitian ini menganalisis variabel x yaitu promosi
8. 2016 Ria Faujiah
- Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Peserta Didik Kelas XII SMA pada Lembaga Bimbingan Belajar Nurul Fikri Cabang Rajabasa Bandar Lampung Tahun Pelajaran 2015/2016
- Ada pengaruh antara variabel dimensi kualitas pelayanan jasa yang terdiri dari bukti fisik ( $X_1$ ) sebesar 10,858, kehandalan ( $X_2$ ) sebesar 3,812, daya tanggap ( $X_3$ ) sebesar 10,417, Jaminan ( $X_4$ ) sebesar 11,512 dan empati ( $X_5$ ) sebesar 11,745. Nilai *Adjusted* dalam penelitian ini sebesar 0,781 yang berarti bahwa 78,1% kepuasan peserta didik dipengaruhi oleh variabel independen.
- Persamaan** : Penelitian ini terdapat Variabel X dan Y yang sama.  
**Perbedaan** : Penelitian ini melakukan subjek riset di lembaga bimbingan belajar dan pada tahun 2015/2016
9. 2017 Doni Marlius
- Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Website Akademik terhadap Kepuasan Mahasiswa pada STIE “KBP”
- Hasil bahwa besaran nilai  $R^2$  adalah 0,924. Hal ini berarti bahwa variabel bebas yaitu dimensi kualitas pelayanan(X) secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan mahasiswa(Y) pada website akademik STIE
- Persamaan** : Penelitian ini

			terdapat Variabel X dan Y yang sama.	“KBP”	92,4%sedangkan	sebesar sisanya dipengaruhi oleh variabel lain
						<b>Perbedaan</b> : Penelitian ini subjek penelitiannya adalah STIE “KBP”
10.	2017	Aulia Putri Anasti	Pengaruh Kualitas Jasa Koperasi terhadap Konsumen Kopma Universitas Lampung	Dimensi Pelayanan Pengurus Mahasiswa Kepuasan pada Digital Tahun	Hasil hipotesis yang menunjukkan koefisiensi $t_{hitung}$ diperoleh 3,284 dan $t_{tabel}$ sebesar 2,002 dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3,284 > 2,002 yang berarti $H_0$ ditolak dan $H_1$ diterima.	
			2016/ 2017			<b>Persamaan</b> : Penelitian ini terdapat Variabel X dan Y yang sama. <b>Perbedaan</b> : Penelitian ini subjek penelitiannya adalah Koperasi tetapi tidak menggunakan variabel harga

---

Berdasarkan Tabel diatas dapat disimpulkan bahwa banyak perbedaan yang belum diteliti yaitu dimensi kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan konsumen padahal hal-hal tersebut menjadi faktor-faktor penting yang saling mempengaruhi antara satu sama lainnya dan penelitian ini meneliti sebuah toko usaha yang banyak pesaingnya sehingga dapat menjadi pertimbangan untuk diteliti apakah variabel tersebut berpengaruh.

### **C. Kerangka Pikir**

Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional, Harga serta Biaya dan Kemudahan. Kualitas pelayanan merupakan keseluruhan kemampuan dari suatu perusahaan dalam suatu produk dan jasa untuk memuaskan kebutuhan sesuai dengan keinginan konsumen.

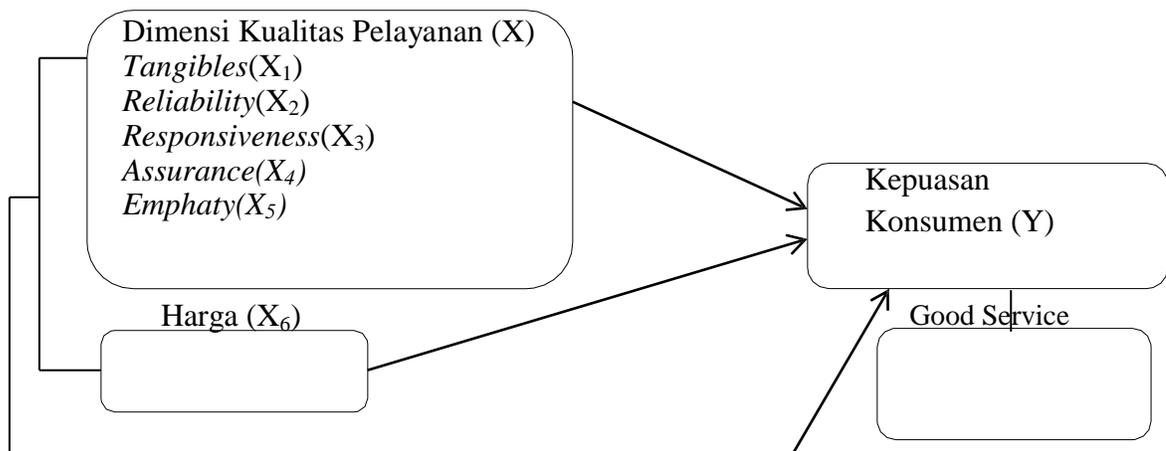
Menurut Tse dan Wilton (1998) dinyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dan kinerja aktual layanan setelah memakainya. Kepuasan konsumen dapat dilihat dari beberapa indikator, yaitu: Kepuasan terhadap kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan, kemauan membantu pelanggan., pengetahuan dan kesopanan., kepedilian pada pelanggan, serta penampilan fisik.

(dikutip dari Yola dan Budianto (2013:301))

Pelanggan merupakan konsumen dalam pemasaran yang akan ditawarkan sehingga menjadi tujuan utama dari sebuah perusahaan itu sendiri yang sangat harus diperhatikan dalam hal pelayanannya guna meningkatkan kepuasan yang diharapkan konsumen. Jika harapan konsumen terpenuhi oleh sebuah perusahaan tentu konsumen akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Selain kualitas pelayanan sebagai faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, ada faktor lain yang dianggap dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu harga. Harga merupakan sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh suatu produk atau jasa sehingga dapat dikatakan sebagai penentuan nilai suatu produk dibenak konsumen.

Berdasarkan uraian diatas dapat dikatakan bahwa kualitas dan harga mempengaruhi kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk atau jasa, maka semakin tinggi kualitas pelayanan akan menyebabkan tingginya kepuasan konsumen yang didukung dengan faktor harga yang lebih tinggi.

Berdasarkan uraian diatas paradigma penelitian dapat diliat sebagai berikut:



**Gambar 3. Paradigma Penelitian Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan dan Harga (X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

#### D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dan perlu dibuktikan kebenarannya dengan menggunakan data atau fakta yang ada dan terjadi di lapangan. Berdasarkan kerangka pikir diatas, hipotesis dalam penelitian ini dapat di rumuskan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh Bukti Fisik ( $X_1$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung

2. Ada pengaruh Keandalan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung
3. Ada pengaruh Daya Tanggap ( $X_3$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung
4. Ada pengaruh Jaminan ( $X_4$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung
5. Ada pengaruh Rasa Empati ( $X_5$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung
6. Ada pengaruh Harga ( $X_6$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung
7. Ada pengaruh Bukti Fisik ( $X_1$ ), Keandalan ( $X_2$ ), Daya Tanggap ( $X_3$ ), Jaminan ( $X_4$ ), Rasa Empati ( $X_5$ ) dan Harga ( $X_6$ ) terhadap kepuasan konsumen Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung.

### III. METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan metode *deskriptif verifikatif* atau sebab akibat dengan pendekatan *ex post facto* dan survei. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimulai dengan persoalan seperti mengapa, bagaimana, apa, dimana, dan bila mana tentang suatu fenomena-fenomena atau gejala-gejala yang terjadi dilapangan dan peneliti memberi suatu makna kepada suatu peristiwa (dikutip dari Moleong dalam Wahyuni dan Aisyaroh (2018:11)).

Menurut Sugiyono (2008:55) penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan atau melukiskan keadaan objek atau subjek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya “sedangkan verivikatif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Metode ini juga digunakan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis. Pengaruh atau bentuk hubungan kausal antara variabel X dan variabel Y dapat diketahui dari metode penelitian verifikatif”.

Pendekatan *ex post facto* adalah salah satu pendekatan yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara mengambil data secara langsung di area penelitian yang dapat menggambarkan data-data masa lalu dan kondisi lapangan sebelum dilaksanakannya penelitian lebih lanjut, sedangkan pendekatan survey adalah pendekatan yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, dan wawancara terstruktur dan sebagainya. Sugiyono (2010:12)

## **B. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

populasi dalam penelitian merupakan wilayah yang ingin di teliti oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2011:80) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung yang berkunjung di Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung dengan rata-rata perbulannya 88 orang.

### **2. Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteritik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2010:297). Dalam penelitian ini untuk menghitung besarnya sampel dari populasi dihitung berdasarkan rumus Slovin, yaitu :

$$\frac{1}{n} = \frac{e^2 N}{4}$$

**Rumus 1. Slovin**

Keterangan:

$n$  = Jumlah sampel

$N$  = Jumlah Populasi

$e^2$  = Tingkat signifikansi 5% (0.05)

Maka pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{1}{0.05^2} \times \frac{1}{4}$$

$n = 72$

### 3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan menggunakan *simple random sampling*. Teknik *probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2012:122). Metode *simple random sampling* adalah teknik yang paling sederhana, dengan sampel diambil secara acak tanpa memperhatikan tingkatan yang ada dalam populasi, dari jumlah sampel sebesar 72 orang dengan menggunakan rumus Slovin dengan taraf signifikansi 5% selanjutnya peneliti mengambil sampel tanpa memperhatikan batas usia dan jenis kelamin dan *accidental sampling* yaitu penentuan sampel berdasarkan kebetulan bertemu dengan peneliti jika dipandang orang tersebut cocok sebagai responden atau sering disebut sampel sembarang (Evasari dan Sahara, :2018:41)

### C. Variabel Penelitian

Variabel yang terdapat dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Variabel Independen atau Variabel Bebas

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel lainnya.

Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah dimensi kualitas pelayanan jasa yang terdiri dari *reliability*/Kehandalan ( $X_1$ ), *tangibles*/bukti fisik ( $X_2$ ), *assurance*/jaminan ( $X_3$ ), *responsiveness*/tanggap ( $X_4$ ), *empathy*/empati ( $X_5$ ) dan harga ( $X_6$ ).

#### 2. Variabel Dependen atau Variabel Terikat

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen ( $Y$ ).

### D. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel

#### 1. Definisi Konseptual

Definisi Konseptual adalah penarikan batas yang menjelaskan suatu konsep secara singkat, jelas dan tegas. Definisi konseptual variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### 1. Dimensi kualitas pelayanan:

- a. *Reliability*/Kehandalan ( $X_1$ ), kemampuan pengelola perusahaan atau pelayan (karyawan) dalam mewujudkan dan memberikan pelayanan sesuai dengan telah dijanjikan sebelumnya.
- b. *Tangibles*/Bukti Fisik ( $X_2$ ), sesuatu hal yang berwujud dan mendukung operasional suatu pelayanan jasa.

- c. *Assurance*/Jaminan (X3), sikap pihak pengelola maupun pelayan (karyawan) dalam memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi yang diberikan kepada konsumen dengan berupaya memahami keinginan/kebutuhan konsumen.
- d. *Responsiveness*/Daya Tanggap (X4), suatu kebijakan pengelola perusahaan/pelayan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat serta memberikan penyampaian informasi yang jelas kepada konsumen.
- e. *Empathy*/ empati (X5), sikap peduli, perhatian dan pengertian yang diberikan oleh pihak perusahaan/pelayan akan ketubutuhan dan keinginan konsumen.
- f. Harga yaitu sejumlah uang ( satuan moneter) dan/atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa.
- g. Kepuasan konsumen yaitu sebuah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya terhadap jasa atau produk yang dirasakan setelah dilakukannya sebuah pelayanan.

## 2. Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono 2015:38). Definisi operasional dalam penelitian ini terdiri dari enam variabel bebas dan satu variabel terikat adalah sebagai berikut :

### Dimensi Kualitas Pelayanan

#### 1. *Tangibles* / Bukti Fisik

Penilaian konsumen mengenai bukti fisik suatu kualitas pelayanan merupakan penilaian yang mencakup indikator : fasilitas fisik dan perlengkapan. Pengukuran data penilaian konsumen tentang bukti fisik menggunakan instrumen kuisioner dan skala interval dengan pendekatan *Semantic Differential* yang terdiri dari nilai 1-7. Dimana angka tersebut memiliki rentang dari positif sampai dengan negatif. Nilai 7 adalah nilai tertinggi (skor positif) dan nilai 1 adalah nilai terendah (negatif).

#### 2. *Reliability* / Kehandalan

Penilaian konsumen mengenai kehandalan suatu kualitas pelayanan merupakan penilaian yang mencakup indikator : Kenyamanan ruangan, kecepatan pelayanan, dan kesesuaian pelayanan yang dijanjikan. Pengukuran data penilaian konsumen tentang kehandalan menggunakan instrumen kuisioner dan skala interval dengan pendekatan *Semantic Differential* yang terdiri dari nilai 1-7. Dimana angka tersebut memiliki

rentang dari positif sampai dengan negatif. Nilai 7 adalah nilai tertinggi (skor positif) dan nilai 1 adalah nilai terendah (negatif).

### 3. *Responsiveness* / Daya Tanggap

Penilaian konsumen mengenai daya tanggap suatu kualitas pelayanan merupakan penilaian yang mencakup indikator : Pelayanan terhadap pengaduan konsumen, kesigapan karyawan dalam menangani konsumen, dan kesediaan memberi informasi. Pengukuran data penilaian konsumen tentang daya tanggap menggunakan instrumen kuisioner dan skala interval dengan pendekatan *Semantic Differential* yang terdiri dari nilai 1-7. Dimana angka tersebut memiliki rentang dari positif sampai dengan negatif. Nilai 7 adalah nilai tertinggi (skor positif) dan nilai 1 adalah nilai terendah (negatif).

### 4. *Assurance* / Jaminan

Penilaian konsumen mengenai jaminan suatu kualitas pelayanan merupakan penilaian yang mencakup indikator : Keamanan dan kenyamanan peralatan, keterampilan pegawai menangani gangguan peralatan dan keramahan karyawan kepada konsumen. Pengukuran data penilaian konsumen tentang jaminan menggunakan instrumen kuisioner dan skala interval dengan pendekatan *Semantic Differential* yang terdiri dari nilai 1-7. Dimana angka tersebut memiliki rentang dari positif sampai dengan negatif. Nilai 7 adalah nilai tertinggi (skor positif) dan nilai 1 adalah nilai terendah (negatif).

#### 5. *Emphaty* / Empati

Penilaian konsumen mengenai empati suatu kualitas pelayanan merupakan penilaian yang mencakup indikator : Kemampuan karyawan berkomunikasi dengan konsumen, sikap simpatik dari karyawan dan keramahan karyawan kepada konsumen. Pengukuran data penilaian konsumen tentang empati menggunakan instrumen kuisisioner dan skala interval dengan pendekatan *Semantic Differential* yang terdiri dari nilai 1-7. Dimana angka tersebut memiliki rentang dari positif sampai dengan negatif. Nilai 7 adalah nilai tertinggi (skor positif) dan nilai 1 adalah nilai terendah (negatif).

#### 6. Harga

Penilaian konsumen mengenai harga suatu produk merupakan penilaian yang mencakup indikator : Harga bersaing dengan toko sejenis dan harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas yang diberikan. Pengukuran data penilaian konsumen tentang harga menggunakan instrumen kuisisioner dan skala interval dengan pendekatan *Semantic Differential* yang terdiri dari nilai 1-7. Dimana angka tersebut memiliki rentang dari positif sampai dengan negatif. Nilai 7 adalah nilai tertinggi (skor positif) dan nilai 1 adalah nilai terendah (negatif).

#### 7. Kepuasan Konsumen

Penilaian konsumen mengenai kepuasan konsumen terhadap suatu produk atau jasa merupakan penilaian yang mencakup indikator : Kesesuaian harapan, kemudahan memperoleh dan kesediaan merekomendasikan .

Pengukuran data penilaian konsumen tentang harga menggunakan instrumen kuisioner dan skala interval dengan pendekatan *Semantic Differential* yang terdiri dari nilai 1-7. Dimana angka tersebut memiliki rentang dari positif sampai dengan negatif. Nilai 7 adalah nilai tertinggi (skor positif) dan nilai 1 adalah nilai terendah (negatif).

**Tabel 6. Indikator dan Sub Indirkator**

<b>NO</b>	<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
1.	<i>Tangibles/</i> <b>Bukti Fisik</b>	1. Fasilitas fisik 2. Perlengkapan	Interval dengan pendekatan <i>Semantic Differential</i>
2.	<i>Reliability/</i> <b>Kehandalan</b>	1. Kenyamanan ruangan 2. Kecepatan pelayanan 3. Kesesuaian pelayanan dengan yang dijanjikan	Interval dengan pendekatan <i>Semantic Differential</i>
3.	<i>Responsiveness/</i> <b>Daya Tanggap</b>	1. Pelayanan terhadap pengaduan konsumen 2. Kesigapan karyawan dalam menangani konsumen 3. Kesiediaan memberi informasi	Interval dengan pendekatan <i>Semantic Differential</i>
4.	<i>Assurance/</i> <b>Jaminan</b>	1. Keamanan dan kenyamanan peralatan 2. Keterampilan pegawai menangani gangguan peralatan 3. Keramahan karyawan kepada konsumen	Interval dengan pendekatan <i>Semantic Differential</i>
5.	<i>Empathy/</i> <b>Empati</b>	1. Kemampuan karyawan berkomunikasi dengan konsumen 2. Sikap simpatik dari karyawan 3. Keramahan karyawan kepada konsumen	Interval dengan pendekatan <i>Semantic Differential</i>
6.	<b>Harga</b>	1. Harga bersaing dengan toko sejenis 2. Harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas yang diberikan	Interval dengan pendekatan <i>Semantic Differential</i>
7.	<b>Kepuasan Konsumen</b>	1. Kesesuaian harapan 2. Kemudahan memperoleh 3. Kesiediaan merekomendasikan	Interval dengan pendekatan <i>Semantic Differential</i>

## E. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Observasi

Teknik ini adalah pengamatan dari peneliti terhadap obyek penelitaannya. Kita dapat mengumpulkan data ketika peristiwa terjadi dan dapat datang lebih dekat untuk meliputi seluruh peristiwa. Instrumen yang digunakan adalah dapat berupa lembar pengamatan, panduan pengamatan maupun alat perekam. (Wahyu Purhantara:2010). Observasi digunakan untuk memperoleh data mengenai loyalitas konsumen terhadap Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung

### 2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu tehnik pengumpulan data,dimana pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan subjek penelitian dan responden. Wawancara adalah proses percakapan dengan maksud untuk mengontruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, motivasi, perasaan dan sebagainya yang dilakukan dua pihakm yaitu pewawancara (*interview*) mengajukan pertanyaan kepada orang lain yang diwawancarai (*interviewee*). (Wahyu Purhantara:2010). Wawancara digunakan untuk memperoleh data mengenai sejarah toko dan jumlah pembelian konsumen.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip dokumen, tulisan, angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian (Sugiyono, 2015:329). Dokumentasi digunakan untuk memperoleh bukti-bukti mengenai ketersediaan produk dan sarana- prasarana.

### 4. Angket

Angket atau kuisisioner merupakan cara pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan (angket) atau daftar isian terhadap objek yang diteliti (populasi). (Hasan 2011:17). Angket digunakan untuk memperoleh data mengenai dimensi kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

## F. Uji Persyaratan Instrumen

### 1. Uji Validitas Angket

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Dalam penelitian ini untuk mengkaji validitas tes dan angket digunakan rumus korelasi *product moment*, yaitu:

$$\frac{\Sigma}{\sqrt{\Sigma} \Sigma}$$

**Rumus 2. Korelasi  
Product Moment**

Keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisienan antara variabel x dan y

N = Jumlah responden

$\Sigma_X$  = Jumlah Skor Item

$\Sigma_Y$  = Jumlah Skor Total (item)

Kriteria pengujian, apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima, dan  $H_a$  ditolak.

Tapi sebaliknya bila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima. (Sugiono,

2018:183)..Untuk menguji validitas instrumen digunakan rumus korelasi

Product moment dari Carl Pearson, di mana hasil analisis validitas butir soal

menggunakan Aplikasi SPSS 15.0. Kriteria yang ditentukan dalam pengujian

adalah jika harga  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan  $\alpha=0,05$  maka alat ukur tersebut

dinyatakan valid dan sebaliknya. Berdasarkan uji validitas butir pernyataan

sebanyak 49 pernyataan pada 30 responden yang diperoleh kuisioner yang

dibagikan kepada konsumen yang kemudian dihitung dengan menggunakan

SPSS 15.0. Hasil perhitungan dari 30 responden, kemudian dicocokkan

dengan  $r$  *product moment* dengan  $\alpha = 0,05$  adalah 0,361 maka diketahui hasil

perhitungan sebagai berikut.

**Tabel. 7 Hasil Uji Validitas Butir Soal Variabel Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen**

Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kondisi	Signifikan	simpulan
Butir 1	0,869	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 2	0,671	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 3	0,689	0,361	$r_{hitung} < r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 4	0,83	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 5	-0,259	0,361	$r_{hitung} < r_{tabel}$	0,167	Tidak Valid
Butir 6	0,474	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 7	0,724	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 8	0,767	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 9	0,385	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 10	-0,036	0,361	$r_{hitung} < r_{tabel}$	0,851	Tidak Valid
Butir 11	0,663	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 12	0,784	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 13	0,544	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 14	0,663	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 15	0,792	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 16	0,844	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 17	0,522	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 18	0,630	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 19	0,915	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 20	0,680	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 21	0,933	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 22	0,776	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 23	0,661	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 24	0,821	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 25	0,786	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 26	0,533	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 27	0,604	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 28	0,786	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 29	0,833	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 30	0,472	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 31	0,690	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 32	0,663	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid

Butir 33	0,700	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 34	0,761	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 35	0,546	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 36	0,834	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 37	0,836	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 38	0,779	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 39	0,744	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 40	0,630	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 41	0,743	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 42	0,854	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 43	0,795	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 44	0,703	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 45	0,763	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 46	0,431	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 47	0,561	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 48	0,801	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Butir 49	0,473	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid

*Sumber : Pengelolaan Data Tahun 2020*

Berdasarkan data Tabel 8 di atas, dapat diketahui bahwa butir soal nomor 5 dan 10 tidak valid. Hal tersebut karena  $r_{hitung} < r_{tabel}$  yaitu  $r_{hitung}$  sebesar -0,259 dan 0,036 dan  $r_{tabel}$  0,361. Soal yang tidak valid dihilangkan akan dikaji ulang dengan penulis. Sehingga sewaktu responden mengisi angket/ kuisioner jumlah soal yang diberikan kepada sampel sebanyak 49 butir. Uji validitas ini terlampir pada lampiran 5.

## 2. Uji Reliabilitas Angket

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur sejauh mana alat ukur yang digunakan dapat dipercaya dalam penelitian ini. Maka penelitian ini menggunakan rumus *Alpha*, yaitu:

$$r_{11} = \frac{\sum X^2}{N^2} - \frac{(\sum X)^2}{N^3}$$

**Rumus 3. Alpha**

Keterangan:

$r_{11}$  = nilai reliabilitas

$k$  = Jumlah Item

$\sum$  = Jumlah varian butir

= Varian Total (Basrowi dan Kasinu, 2007:256)

Dengan kriteria pengujian apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05, maka perhitungan tersebut reliabel dan sebaliknya jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka pengukuran tersebut tidak reliabel.

Berdasarkan analisis dengan menggunakan SPSS 15.0 dihasilkan uji reliabilitas butir soal sebagai berikut:

**Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Butir Soal**

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,964	49

Sumber : Pengelolaan Data Tahun 2020

Dari hasil butir soal tersebut dapat dilihat uji reliabilitas ini terdiri dari 30 responden, butir soal yang dianalisis terdiri dari 49 soal. Kemudian  $r$  *alpha* diperoleh 0,964. Selanjutnya jika alat instrumen tersebut reliabel, maka dapat dilihat kriteria penafsiran mengenai indeks korelasi ( $r$ ) sebagai berikut:

**Tabel 9. Indeks Korelasi**

Koefisien $r$	Reliabilitas
0.8000– 1.0000	Sangat Tinggi
0.6000– 0.7999	Tinggi
0.4000– 0.5999	Sedang/Cukup
0.2000– 0.3999	Rendah
0.0000– 0.1999	Sangat Rendah

(Rusman, 2015: 42)

Terlihat dari data di atas, menunjukkan bahwa reliabilitas butir soal sangat tinggi karena 0,964 berada di antara interval 0,8000 sampai 1,0000.

### G. Uji Persyaratan Statistik Parametik

Menurut Yusuf (2017 : 286 ), sebelum penelitian mengolah data interval dan rasio dengan teknik analisis dalam kelompok parametik, peneliti terlebih dahulu perlu melakukan uji persyaratan tertentu terhadap data yang telah dikumpulkan. Uji persyaratan tersebut perlu dilakukan untuk mengetahui apakah data yang dikumpulkan berdistribusi normal (uji normalitas dan homegen (uji homogenitas)).

## 1. Uji Normalitas

Salah satu uji persyaratan yang harus dipenuhi dalam penggunaan statistik parametrik yaitu, uji normalitas data populasi. Uji normalitas ini perlu dilakukan untuk mengetahui apakah data yang dikumpulkan berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pengujian normalitas data sampel dengan *One-Sample*

*Kolmogorov Smirnov* ( Uji K-S ). Dimana dinyatakan dalam data homogen apabila nilai signifikan  $>$  nilai alpha yang digunakan yaitu 5%.

## 2. Uji Homogenitas

Uji homogenitas ini diperlukan karena untuk mengetahui apakah data berasal dari populasi yang homogen atau tidak. Untuk pengujian penelitian ini menggunakan Uji *Levene Statistic*. Dimana dinyatakan data homogen apabila nilai signifikansi  $>$  alpha yang digunakan yaitu 5%.

## H. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Linearitas Garis Regresi

Uji kelinieran regresi dilakukan untuk mengetahui apakah pola regresi bentuknya linier atau tidak. Kriteria pengujian yang diterapkan untuk menyatakan kelinieran garis regresi dengan menggunakan harga koefisien signifikansi dan dibandingkan dengan nilai alpha yang dipilih oleh peneliti. Maka perlu adanya pengujian kelinieran dengan menggunakan analisis varians. ( Sudarmanto 2005:135).

**Tabel 10. Analisis Varian Anova**

Sumber	Dk	JK	K T	F	Keterangan
Total	N	$\sum y^2$	$\sum y^2$		
Tuna	k-2	JK	$S^2_{TC}$		Untuk menguji kelinieran regresi
			$= \frac{\quad}{S^2_G}$		
Cocok Galat/ Eror	n-k	(TC) JK (G)	$= \frac{\quad}{\quad}$		

Sumber : Sudarmanto 2005:135

Keterangan:

JK = Jumlah kuadrat

KT = Kuadrat Tengah

N = banyaknya responden

$$JK (G) = \sum \sum \frac{\Sigma}{\quad} \}$$

$$JK (T) = \sum y^2$$

$$JK (TC) = JK (S) - JK(G)$$

(dikutip dari Sudjana, 2005: 330-332)

Kriteria pengujian:

a. Kriteria Uji Keberartian

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dengan dk pembilang 1 dan dk penyebut 2 dengan alpha tertentu maka regresi berarti dan sebaliknya tidak berarti.

b. Kriteria Uji Kelinearan

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dengan dk pembilang k-2 dan dk penyebut n-k maka regresi linear dan sebaliknya tidak linear.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada sebuah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen, jika terjadi korelasi maka dinamakan terdapat problem multikolinearitas.

Untuk uji multikolinearitas pada penelitian ini penulis menggunakan dua metode, yaitu:

- a. Menggunakan koefisien signifikansi dan kemudian dibandingkan dengan tingkat alpha
- b. Menggunakan harga koefisien *Pearson Correlation*. Penentuan harga koefisien ditentukan dengan rumus:

### **Rumus 4. *Pearson Correlation***

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

Keterangan :

$r$  = Koefisienan antara variabel x dan y

$N$  = Jumlah responden

$\sum X$  = Jumlah Skor Item

$\sum Y$  = Jumlah Skor Total (item) (Hasan,2011:235)

Rumusan hipotesis yaitu:

$H_0$  : Tidak terdapat hubungan antarvariabel independen

$H_a$  : Terdapat hubungan antara variabel independen

Kriteria pengujian sebagai berikut:

- a. Apabila koefisien signifikansi  $< \alpha = 0,05$  maka terjadi multikolinearitas diantara variabel independen
- b. Apabila  $R_{hitung} < R_{tabel}$  dengan  $df = n-1-1$  dan  $\alpha = 0,05$  maka  $H_0$  diterima sehingga tidak terjadi multikorelasi sebaliknya jika  $R_{hitung} > R_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima maka terjadi multikorelasi.

### 3. Uji Autokorelasi

Menurut Sudjarwo, (2009: 286), pengujian autokorelasi dimaksudkan untuk mengetahui apakah ada korelasi di antara seangkaian data observasi menurut waktu atau ruang. Adanya autokorelasi dapat mengakibatkan penaksir mempunyai varian tidak minimum dan uji t tidak dapat digunakan, karena akan memberikan kesimpulan yang salah. Ada atau tidaknya autokorelasi dapat dideteksi dengan menggunakan uji *Durbin- Watson*.

Tahap-tahap pengujian dengan uji *Durbin- Watson* adalah sebagai berikut:

- a. Carilah nilai- nilai residu dengan OLS dari persamaan yang akan diuji dan hitung statistic d dengan menggunakan persamaan:

$$d = \frac{\sum_{i=1}^{n-1} (e_i - e_{i+1})^2}{\sum_{i=1}^n e_i^2}$$

- b. Menentukan ukuran sampel dan jumlah variabel independen kemudian lihat table statistik *Durbin- Watson* untuk mendapatkan nilai-nilai kritis d yaitu nilai *Durbin- WatsonUpper*,  $d_u$  dan nilai *Durbin- Watson*,  $d_l$ .
- c. Dengan menggunakan terlebih dahulu hipotesis  $H_0$ , bahwa tidak ada autokorelasi positif dan Hipotesis alternatif.

$H_0 : \rho = 0$  (tidak ada otokorelasi positif)

$H_a : \rho > 0$  (ada otokorelasi positif)

Dalam keadaan tertentu, terutama untuk menguji persamaan beda pertama, uji d dua sisi akan lebih cepat. Langkah-langkah 1 dan 2 persis sama di atas sedangkan langkah 3 adalah menyusun hipotesis nol bahwa tidak ada autokorelasi.

Rumus hipotesis yaitu :

$H_0$  : tidak terjadi autokorelasi diantara data pengamatan.

$H_1$  : terjadinya autokorelasi diantara data pengamatan.

Kriteria Pengujian

Apanila nilai statistic Durbin-Watson berada diantara angka 2 atau mendekati angka 2 dapat dinyatakan data pengamatan tersebut tidak memiliki autokorelasi (Sudarmanto, 2005: 143).

#### **4. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yng lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas.

Model regresi yang baik adalah yang Homoskesdastisitas atau tidak terjadi Heteroskesdastisitas. Kebanyakan data crossection mengandung situasi heteroskesdastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar) (Ghozali, 2013:139).

Pengujian *rank* korelasi *spearman* (*spearman's rank correlation*). Koefisien korelasi rank dari spearman didefinisikan sebagai berikut:

$$= \frac{\sum}{n}$$

**Rumus 5. Rank  
Korelasi Spearman**

(Silaen & Heriyanto, 2013:175)

Keterangan:

d= Selisih ranking X dan ranking Y

n= Banyaknya pasangan data (Sampel)

Rumusan hipotesis sebagai berikut:

Ho = Tidak ada hubungan yang sistematis antara variabel yang menjelaskan dan nilai mutlak dari residual.

Ha = Ada hubungan yang sistematis antara variabel yang menjelaskan dan nilai mutlak dari residual

Kriteria pengujian sebagai berikut.

Apabila koefisien signifikansi (Sig.) lebih besar dari yang dipilih (misalnya 0,05), maka dapat dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas diantara data pengamatan tersebut, yang berarti menerima Ho, dan sebaliknya apabila koefisien signifikansi (Sig.) lebih kecil dari yang dipilih (misalnya 0,05), maka dapat dinyatakan terjadi heteroskedastisitas diantara data pengamatan tersebut, yang berarti menolak H.

## 5. Uji Hipotesis

### 1. Pengujian Hipotesis Secara Parsial

Untuk menguji hipotesis pertama, kedua, ketiga, keempat, kelima dan keenam yaitu pengaruh dimensi kualitas pelayanan (*Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*) dan harga terhadap kepuasan pelanggan di gunakan statistik t dengan model regresi linear sederhana, yaitu:

$$Y = a + b_x$$

Untuk nilai a dan b dicari dengan rumus:

$$\frac{\frac{\sum X^2}{n} - \frac{(\sum X)^2}{n^2}}{\frac{\sum X^2}{n} - \frac{(\sum X)^2}{n^2}}$$

**Rumus 6. Statistik t**

(Silaen & Heriyanto, 2013:140).

Keterangan:

= Subyek dalam variabel yang diprediksikan

= Nilai *Intercept* (konstanta) atau jika harga X = 0

= Koefisien arah regresi penentu ramalan (prediksi)

yang menunjukkan nilai peningkatan atau penurunan variabel Y

X = Subyek pada variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu

Y = Variabel terikat.

Kemudian dilanjutkan dengan uji t. Uji t ini digunakan untuk mengetahui taraf signifikan masing-masing hipotesis yaitu pengaruh dimensi kualitas pelayanan (*Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*) dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

Adapun rumus uji t sebagai berikut:

$$\frac{t_{hitung}}{t_{tabel}}$$

**Rumus 7. Uji t**

(Sudjana, 2005: 326).

Keterangan.

= Nilai teoritis observasi

= Koefisien arah regresi

= Standar deviasi

Langkah-langkah pengujian koefisien regresi variabel dimensi kualitas pelayanan (X).

a. Menentukan Hipotesis

$H_0$  = Secara parsial tidak ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat pada Istana Kerikipik Ibu Mery 3 Bandar Lampung .

$H_a$  = Secara parsial ada pengaruh signifikan variabel bebas terhadap variabel terikat pada Istana Kerikipik Ibu Mery 3 Bandar Lampung.

b. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan  $\alpha = 5\%$  (signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian).

c. Menentukan  $t_{hitung}$  dengan menggunakan rumus t hitung di atas.

d. Menentukan  $t_{tabel}$

Tabel distribusi t diperoleh dari daftar distribusi t dengan peluang  $(1 - \alpha)$  dan  $dk = n - 2$ .

e. Kriteria Pengujian

$H_0$  diterima jika  $t_{tabel} < t_{hitung}$

$H_0$  ditolak jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ .

f. Membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$

Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak.

g. Kesimpulan

Jika  $H_0$  ditolak maka secara parsial variabel bebas berpengaruh positif terhadap variabel terikat di Istana Kerikipik Ibu Mery 3 Bandar Lampung. Koefisien korelasi variabel bebas terhadap variabel terikat dengan kriteria  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dinyatakan memiliki hubungan, untuk menyatakan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat dilakukan analisis *korelasi product moment*.

## 2. Pengujian Hipotesis Secara Simultan

Untuk hipotesis keenam menggunakan statistik F dengan model regresi linier

*multiple*, yaitu:

### Rumus 8. Regresi Linier *Multiple*

Keterangan:

Y = Nilai ramalan untuk variabel  
 = Nilai *intercept* (konstanta)  
 = koefisien arah regresi

= Variabel bebas

= Variabel terikat

= Error

$$= \frac{\sum \sum \sum \sum \sum}{(\sum)(\sum)(\sum)(\sum) \sum}$$

Kemudian dilanjutkan dengan uji F. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen ( $Y$ ). Atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasikan). Untuk melihat ada tidaknya pengaruh ganda antara  $X_1, X_2$  terhadap  $Y$  maka dapat menggunakan rumus:

$$\frac{\sum_{j=1}^K \sum_{i=1}^n (X_{ij} - \bar{X}_j)^2}{\sum_{j=1}^K \sum_{i=1}^n (X_{ij} - \bar{X}_j)^2 + \sum_{j=1}^K \sum_{i=1}^n (X_{ij} - \bar{X}_j)^2}$$

**Rumus 9. Uji F**

Sudjana, 2005: 354).

Keterangan.

$n$  = Banyaknya responden

$K$  = Banyaknya kelompok

$$\sum = \frac{\sum_{j=1}^K \sum_{i=1}^n (X_{ij} - \bar{X}_j)^2}{\sum_{j=1}^K \sum_{i=1}^n (X_{ij} - \bar{X}_j)^2 + \sum_{j=1}^K \sum_{i=1}^n (X_{ij} - \bar{X}_j)^2}$$

Tahap-tahap untuk melakukan uji F adalah sebagai berikut.

a. Merumuskan Hipotesis

$H_0$  = Tidak ada pengaruh yang diberikan kehandalan (*reability*), bukti fisik (*tangibles*), daya tanggap (*responsiveness*), empati (*empathy*) dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung.

$H_a$  = Ada pengaruh bukti fisik (*tangibles*) yang diberikan, kehandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati

(*empathy*) dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung.

b. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan  $\alpha = 5\%$  (signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian).

c. Menentukan  $F_{hitung}$  dengan menggunakan rumus statistik F di atas.

d. Menentukan  $F_{tabel}$

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%,  $\alpha = 5\%$ . Dengan  $F_{tabel}$  untuk dk pembilang = k dan dk penyebut (n-k-1).

e. Kriteria pengujian

-  $H_0$  diterima bila  $F_{hitung} < F_{tabel}$

-  $H_0$  ditolak bila  $F_{hitung} > F_{tabel}$

f. Membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  Jika Nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak.

g. Kesimpulan

Jika  $H_0$  ditolak maka kehandalan (*reliability*) yang diberikan, bukti fisik (*tangibles*), jaminan (*assurance*), daya tanggap (*responsiveness*), empati (*empathy*) dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan.

## V. SIMPULAN DAN SARAN

### A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat diambil

kesimpulan sebagai berikut :

1. Selama penjualan pada tahun 2018/2019 di Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung ditemukan suatu fakta bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dari dimensi kualitas pelayanan (Bukti Fisik/ *Tangibles*) terhadap kepuasan konsumen dan dapat disimpulkan bahwa jika kualitas pelayanan (Bukti Fisik/ *Tangibles*) yang diberikan dalam kategori baik maka tingkat kepuasan konsumen akan tinggi, sedangkan jika kualitas pelayanan (Bukti Fisik/ *Tangibles*) yang diberikan dalam kategori buruk maka kepuasan konsumen pun akan rendah.
2. Selama penjualan pada tahun 2018/2019 di Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung ditemukan suatu fakta bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dari dimensi kualitas pelayanan (Kehandalan/ *Reliability*) terhadap kepuasan konsumen dan dapat disimpulkan bahwa jika kualitas pelayanan (Kehandalan/ *Reliability*) yang diberikan dalam kategori baik maka tingkat kepuasan konsumen akan tinggi, sedangkan jika kualitas

pelayanan (Kehandalan/ *Reliability*) yang diberikan dalam kategori buruk maka kepuasan konsumen pun akan rendah.

3. Selama penjualan pada tahun 2018/2019 di Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung ditemukan suatu fakta bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dari dimensi kualitas pelayanan (Daya Tanggap/ *Responsiveness*) terhadap kepuasan konsumen dan dapat disimpulkan bahwa jika kualitas pelayanan (Daya Tanggap/ *Responsiveness*) yang diberikan dalam kategori baik maka tingkat kepuasan konsumen akan tinggi, sedangkan jika kualitas pelayanan (Daya Tanggap/ *Responsiveness*) yang diberikan dalam kategori buruk maka kepuasan konsumen pun akan rendah.
4. Selama penjualan pada tahun 2018/2019 di Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung ditemukan suatu fakta bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dari dimensi kualitas pelayanan (Jaminan/ *Assurance*) terhadap kepuasan konsumen dan dapat disimpulkan bahwa jika kualitas pelayanan (Jaminan/ *Assurance*) yang diberikan dalam kategori baik maka tingkat kepuasan konsumen akan tinggi, sedangkan jika kualitas pelayanan (Jaminan/ *Assurance*) yang diberikan dalam kategori buruk maka kepuasan konsumen pun akan rendah.
5. Selama penjualan pada tahun 2018/2019 di Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung ditemukan suatu fakta bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dari dimensi kualitas pelayanan (Empati/ *Empathy*) terhadap kepuasan konsumen dan dapat disimpulkan bahwa jika kualitas pelayanan

(Empati/ *Empathy*) yang diberikan dalam kategori baik maka tingkat kepuasan konsumen akan tinggi, sedangkan jika kualitas pelayanan (Empati/ *Empathy*) yang diberikan dalam kategori buruk maka kepuasan konsumen pun akan rendah.

6. Selama penjualan pada tahun 2018/2019 di Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung ditemukan suatu fakta bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dari harga terhadap kepuasan konsumen dan dapat disimpulkan bahwa jika harga yang diberikan dalam kategori standar maka tingkat kepuasan konsumen akan tinggi, sedangkan jika harga yang diberikan dalam kategori tinggi maka kepuasan konsumen pun akan rendah.
7. Selama penjualan pada tahun 2018/2019 di Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung ditemukan suatu fakta bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dari dimensi kualitas pelayanan (Bukti Fisik/ *Tangibles*, Keandalan/ *Reliability*, Daya Tanggap/ *Responsiveness*, Jaminan/ *Assurance* dan Empati/ *Empathy*) dan Harga terhadap kepuasan konsumen dan dapat disimpulkan bahwa jika dimensi kualitas pelayanan (Bukti Fisik/ *Tangibles*, Keandalan/ *Reliability*, Daya Tanggap/ *Responsiveness*, Jaminan/ *Assurance* dan Empati/ *Empathy*) dan Harga yang diberikan dalam kategori baik maka tingkat kepuasan konsumen akan tinggi, sedangkan jika dimensi kualitas pelayanan (Bukti Fisik/ *Tangibles*, Keandalan/ *Reliability*, Daya Tanggap/ *Responsiveness*, Jaminan/ *Assurance* dan Empati/ *Empathy*) dan Harga yang diberikan dalam kategori buruk maka kepuasan konsumen pun akan rendah.

## B. Saran

Atas kesimpulan yang diperoleh maka diajukan beberapa saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan, yaitu :

1. Menurut tanggapan dari responden pada saat penelitian mengenai variabel dimensi kualitas pelayanan (*Bukti Fisik/ Tangibles*) responden menyatakan bahwa terdapat tempat/ keranjang untuk kebutuhan konsumen yang baik memiliki jawaban yang rendah sehingga seharusnya Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung mampu memahami dan memenuhi keinginan serta kebutuhan konsumen yaitu salah satunya menyediakan tempat/ keranjang agar konsumen lebih leluasa memilih produk yang diinginkan.
2. Menurut tanggapan dari responden pada saat penelitian mengenai variabel dimensi kualitas pelayanan (*Kehandalan / Reliability*) responden menyatakan persediaan yang tercantum didaftar menu cukup lengkap memiliki jawaban yang rendah sehingga seharusnya Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung mampu memahami dan memenuhi keinginan serta kebutuhan konsumen yaitu salah satunya menyediakan persediaan produk yang habis sehingga kebutuhan konsumen terpenuhi.
3. Menurut tanggapan responden pada saat penelitian mengenai variabel dimensi kualitas pelayanann (*Daya Tanggap/ Responsiveness*) responden menyatakan disediakan kotak saran atas keluhan konsumen memiliki jawaban yang rendah sehingga memiliki pengaruh yang cukup besar sehingga seharusnya Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung mampu

memahami keluhan-keluhan konsumen sepeteri cepat dalam merespon apa yang diinginkan oleh konsumen agar dijadikan bahan evaluasi kedepannya.

4. Menurut tanggapan responden pada saat penelitian mengenai variabel dimensi kualitas pelayanann (*Jaminan/ Assurance*) responden menyatakan karyawan memiliki pengetahuan pada menu yang dipesan memiliki jawaban yang rendah sehingga seharusnya Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung mampu memberikan pengetahuan lebih tentang menu-menu produk yang tersedia kepada karyawan agar konsumen lebih merasa puas dan dapat memberikan good service.
5. Menurut tanggapan responden pada saat penelitian mengenai variabel dimensi kualitas pelayanann (*Empati/ Empathy*) responden menyatakan karyawan menanyakan keadaan konsumen memiliki jawaban yang rendah sehingga seharusnya Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung memberikan pelatihan terhadap karyawan agar dapat mengembangkan kemampuan komunikasi antara pelayan dan konsumen yang dimana jika konsumen merasa dihargai konsumen lebih merasa puas sehingga hal ini dapat membawa pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.
6. Menurut tanggapan responden pada saat penelitian mengenai variabel harga responden menyatakan harga keripik yang mudah dijangkau memiliki jawaban yang rendah sehingga seharusnya Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung dapat melakukan observasi dengan toko lainya agar dapat melakukan pertimbangan terhadap harga jual ataupun

memberikan sesuatu potongan harga sehingga dapat lebih menarik konsumen melakukan pembelian di toko Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung.

7. Pemilik toko Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung dan para karyawan sebaiknya melakukan inovasi mengenai kualitas pelayanan yang berbeda dengan toko-toko sejenis lainnya sehingga dapat menjadikan produk Istana Keripik Ibu Mery 3 Bandar Lampung sebagai brand image produk keripik pisang yang berkualitas di Bandar Lampung dan dapat menarik konsumen dalam kota maupun luar kota

## DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, Dita. 2010. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Majestyk Bakery & Cake Shop Cabang H.M Yamin Medan*. (Jurnal Keuangan & Bisnis. Vol.2 No 1)
- Arikunto, S. 2009. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi 6. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bahrudin, Zuhro. 2015. *Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan*. (Jurnal Bisnis dan Manajemen. Vol.3 No 1)
- BPS. 2019. *Ekonomi Indonesia 2018 Tumbuh 5,17 Persen*. BPS Jakarta. Indonesia.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko, Bagus. 2016. *Pengaruh Harga dan Kualitas Jasa Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Titipan Kilat JNE Medan*. (Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis. Vol.17 No 01)
- Irfan, Andi. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas yang Diberikan Kenari Waterpark Bontang terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan*. (Jurnal Ekonomi Islam. Vol.9 No 2)
- Bastuti, Kurnia, dan Sumantri. 2018. *Analisis Pengendalian Kualitas Proses Hot Presspada Produk Cacat Online menggunakan Metode Statistical Processing Control (SPC) dan Failure Mode Effect And Analysis (FMEA) di PT. KMK GLOBABL SPORTS 2*. (Jurnal Ilmiah dan Teknologi. Vol.1 No 1)
- Kodu, Sarini. 2013. *Harga , Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya*

*terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza*, (Jurnal EMBA. Vol.1 No 3)

Nurhayati. 2017. *Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Yogyakarta.*( JBMA – Vol.4 No 2)

Nurullaili, Wijayanto. 2013. *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware (Studi pada Konsumen Tupperware di Universitas Diponegoro).* (Jurnal Administrasi Bisnis. Vol.2 No 1)

Panjaitan, Yuliaty. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Cabang Bandung.* (DeReMa Jurnal Manajemen Vol.11 No 2)

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.*Bandung:CV. Alfabeta.

\_\_\_\_\_.2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.*Bandung:CV. Alfabeta.

\_\_\_\_\_.2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.*Bandung:CV. Alfabeta.

Suci, Yuli. 2017. *Perkembangan UKMK (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia.* (Jurnal ilmiah Cano Ekonomos. Vol.6 No 1)

Sudarmanto, R Gunawan. 2015. *Analisis Regresi Linier Ganda dengan SPSS.* Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sudjana. 2005. *Metoda Statistika.* Bandung: Penerbit TARSITO.

Sugiyono.2011. *Metode Penelitian.* Bandung: CV. Alfabeta.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality & Satisfation.* Edisi 3. Andy: Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Startegik.* Andy: Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa.* Andy: Yogyakarta.

- Wahyuni, Aisyaroh. 2018. *Studi Deskriptif Kualitatif Penyebab Kenakalan Remaja di SMP Islam Nudia Semarang*. (Jurnal Keperawatan Intan Husada. Vol.6 No 2)
- Weenas, Jackson. 2013. *Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta*. (Jurnal EMBA. Vol.1 No 4)
- Wuryanti, Andriani, dan Arief. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Ijin Mendirikan Bangunan (Imb) terhadap Kepuasan Masyarakat*. (Jurnal Management and Business Review. Vol.2 No 2)
- Yola, Budiarto. 2013. *Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk pada Supermarket dengan menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA)*. (Jurnal Optimasi Sistem Industri. Vol 12 No 12)
- Yusuf, Muri. 2017. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Edisi Pertama. Jakarta: Kencana
- Alfiana, Susanti 2018. *Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Pemetaan Umkm Berdasar Potensi Risiko Berbasis Gis* (Jurnal Unnes. Vol 2 No 2)
- Syukriah, Hamdani 2013. *Peningkatan Eksistensi Umkm Melalui Comparative Advantage Dalam Rangka Menghadapi Mea 2015 Di Temanggung* (Economics Development Analysis Journal. Vol 2 No 2)
- Rusman, T. 2015. *Statistika Penelitian; Aplikasinya dengan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Silaen, Heriyanto. 2013. *Pengantar Statistika Sosial*. Jakarta: In Media
- Hasan, I. 2011. *Pokok-pokok Materi Statistika 1 (Statistik Deskriptif)*. Jakarta: Bumi Aksara
- Gulla, Oroh, dan Roring. 2015. *Analisis Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn Hotel* (Jurnal EMBA. Vol 3 No1)
- Khasanah, Pertiwi. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen RS.St Elisabeth Semarang* (Aset. Vol 12 No 2)

- Indrawati, A.2011. *Pengaruh Kualitas Layanan Lembaga Pendidikan terhadap Kepuasan Konsumen* (Jurnal Ekonomi Bisnis. Vol 16 No 1)
- Zulvia, D. 2014. *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Auto 2000 Padang)* (Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi. Vol 1 No 2)
- Anasti,P. 2017. *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Pengurus Koperasi Mahasiswa terhadap Kepuasan Konsumen pada Kopma Digital Universitas Lampung Tahun 2016/ 2017.*
- Prasetio, A. 2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan* (Jurnal Manajemen Analisis Vol 1 No 4)
- Sriwidodo, Indriastuti. 2010. *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Nasabah* (Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol 10 No 2)
- Marlius, D. 2017. *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Website Akademik terhadap Kepuasan Mahasiswa pada STIE “KBP”*(Jurnal IPTEK Terapan Vol 12 No 2)
- Amanah, D. 2010. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Majestyk Bakery Dan Cake Shop cabang H.M. Yamin Medan* (Jurnal Keuangan dan Bisnis Vol 2 No 1)
- Evasari, Sahara. 2010. *Hubungan Pengetahuan, Pendidikan dan Dukungan Keluarga dengan Penggunaan Alat Kontrasepsi Implant.*(Jurnal Obstetika Scientia Vol 5 No
- Kotler,Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi. 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga