

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
ZULFIKAR STORE**

SKRIPSI



Oleh :

Nurul Huda

NIM. 201593290107

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM DARUL HIKMAH
BANGKALAN
2020**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
ZULFIKAR STORE**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Prodi Ekonomi Syariah
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah**



Oleh :

Nurul Huda

NIM. 201593290107

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM DARUL HIKMAH
BANGKALAN
2020**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Zulfikar Store” yang ditulis oleh Nurul Huda, NIM. 201593290107 ini telah diperiksa dan disetujui, serta layak diujikan.

Bangkalan, 10 Agustus 2020

Pembimbing

Juhari, S.Ag, M.E.I

NIY 990004008

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

Juhari, S.Ag, M.E.I

NIY 990004008

PENGESAHAN PENGUJI

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Zulfikar Store” yang ditulis oleh Nurul Huda, NIM. 201593290107 ini telah dipertahankan di depan dewan penguji pada: Tanggal : Bulan : Agustus, Tahun : 2020 dan telah dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi Syariah.

Dewan Penguji
Penguji I

Mohammad Munif, SH.MH

NIDN/NIY: 990004009

Tanda Tangan

Penguji II

Mudarris, S.pd. M.pd

NIDN/NIY: 991004042

Tanda Tangan

Sekretaris

Umar Faruq S.pd

Tanda Tangan

Mengetahui,
Ketua STAI Darul Hikmah

KH. Bustomi Arisandhi, SH, MH.
NIDN 2115058001

Mengesahkan,
Ketua Progam Studi Ekonomi Syariah

Juhari, S.Ag, M.E.I
NIY 990004008

MOTTO

مَنْ جَدَّ وَجَدَّ

Artinya : “Siapa yang bersungguh-sungguh pasti akan mendapatkan hasil”

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT, Saya persembahkan karya skripsi yang sangat sederhana ini kepada :

Keluarga, Terima kasih saya ucapkan sebanyak-banyaknya kepada seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan kepada saya, sehingga saya bisa sampai sejauh ini berkat dukungan dan doa yang telah diberikan.

Terima Kasih Untuk Pondok Pesantren Darul Hikmah

Segala ilmu dunia dan akhirat, guru, berkah, teman, kebahagiaan, canda tawa, etika, tatakrama, mental, emosi, serta kesedihan yang telah saya dapatkan dari pondok ini telah memperkuat jiwaku yang sebelumnya lemah, dan memberi pendewasaan kepada diriku untuk lebih mengenal tentang arti kehidupan yang sesungguhnya. Menjadi seorang santri di pondok ini merupakan suatu nikmat dan kebahagiaan yang sangat besar dalam hidupku.

Dan terima kasih kepada para kiyai, lora, dan para guru yang telah membimbing saya sampai sejauh ini. Jika bukan karena bimbingan kalian wahai para guruku, tidak mungkin aku bisa mengenal tuhanmu.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan hidayah yang tak pernah putus hingga ajal tiba dan hingga kita dibangkitkan kembali... Aaamiin.

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. atas segala keruniannya sehingga laporan penelitian ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam semoga senantiasa abadi tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. dan umatnya.

Sehubungan dengan selesainya penulisan skripsi ini maka penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak KH. Bustomi Arisandhi, SH. MH. selaku Ketua STAI Darul Hikmah Bangkalan.
2. Bapak Juhari, S.Ag, M.E.I, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syari'ah STAI Darul Hikmah Bangkalan.
3. Bapak Juhari, S.Ag, M.E.I, sebagai pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan koreksi sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
4. Segenap Bapak Dosen STAI Darul Hikmah Bangkalan yang telah membimbing dan memberikan wawasannya sehingga studi ini dapat terselesaikan.
5. Segenap Staf STAI Darul Hikmah Bangkalan yang telah membantu penulis.
6. Segenap keluarga, para orang tua penulis yang selalu memberikan doa, dukungan dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak KH. Imamul Muttaqin, SH, MH. selaku Direktur Zulfikar Store yang telah memberikan izin melaksanakan penelitian.
8. Segenap responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian yang telah diberikan sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.

9. Seluruh teman seangkatan Ekonomi Syariah dan PAI STAI Darul Hikmah yang sama-sama merasakan momen-momen yang tak terduga saat mengerjakan skripsi.
10. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya penulisan laporan penelitian ini.

Akhir kata, mohon maaf atas segala kesalahan dan penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi semua pihak. Aaamiin.

Bangkalan, 10 Agustus 2020
Penulis

Nurul Huda
NIM 201593290107

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Abstrak.....	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Kegunaan Penelitian.....	5
E. Penegasan Istilah Judul.....	6
F. Sistematika Pembahasan	7
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Kualitas Pelayanan	8
B. Teori Kualitas Pelayanan.....	10
C. Indikator Kualitas Pelayanan.....	13
D. Kepuasan Konsumen	14
E. Pentingnya Kepuasan Konsumen.....	16
F. Hipotesis	22
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Metode dan Jenis Penelitian	24
B. Populasi dan Sampel.....	25
C. Teknik Pengumpulan Data	27

D.	Instrumen Penelitian.....	28
E.	Teknik Analisis Data.....	30
F.	Uji Asumsi	30
G.	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	33
H.	Uji Hipotesis	35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A.	Deskripsi Lokasi Penelitian	37
B.	Penyajian Data dan Analisis Data.....	38
C.	Pembahasan.....	52

BAB V PENUTUP

A.	Kesimpulan	54
B.	Saran	54

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1 Skala Likert	29
3.2 Indikator Pernyataan	29
4.1 Jumlah Tenaga Kerja Zulfikar Store	38
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	39
4.4 Kuesioner Variabel X (Kualitas Pelayanan).....	39
4.5 Kuesioner Variabel Y (Kepuasan Konsumen).....	40
4.6 Hasil Uji Normalitas Variabel X.....	41
4.7 Hasil Uji Normalitas Variabel Y	42
4.8 Hasil Uji Linieritas	44
4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	45
4.10 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	45
4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Y	46
4.12 Hasil Uji Reliabilitas	47
4.13 Hasil Uji Regresi	48
4.14 Hasil Uji T Variabel X.....	51
4.15 Hasil Uji R Square.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
4.1 Struktur Kepegawaian Zulfikar Store	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 : Pedoman Dokumentasi	60
2 : Surat Pernyataan Keaslian Tulisan.....	61
3 : Daftar Riwayat Hidup.....	61
4 : Kartu Bukti Bimbingan.....	62
5 : Surat Keterangan Penelitian	63
6 : Pedoman Kuesioner	64
7 : Hasil Analisis Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas	67
8 : Hasil Analisis Uji Normalitas	71
9 : Hasil Analisis Uji Regresi	73
10 : Tabel R.....	75
11 : Tabel D.....	76
12 : Tabel T	77

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

DENGAN *FONT TIMES NEW ARABIC*

	Indonesia	Arab	Indonesia
	'	ط	Ṭ / ṭ
ب	Arab	ظ	Ẓ / ṣ
ت	أ	ع	'
ث	th	غ	gh
ج	j	ف	f
ح	H/h	ق	q
خ	kh	ك	k
د	d	ل	l
ذ	dh	م	m
ر	r	ن	n
ز	z	و	w
س	s	ه	h
ش	sh	ء	'
ص	Ṣ / ṣ	ي	y
ض	Ḍ / ḍ		

ABSTRAK

“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Zulfikar Store”

Nama : Nurul Huda

NIM : 201593290107

Program Studi: Ekonomi Syariah

Pembimbing : Juhari, S.Ag, M.E.I

Kualitas pelayanan adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Harapan konsumen merupakan keyakinan konsumen sebelum mencoba atau membeli suatu produk yang dijadikan acuan dalam menilai kinerja produk tersebut. Kepuasan konsumen adalah sikap keseluruhan terhadap suatu barang atau jasa setelah perolehan (*acquisition*) dan pemakainya. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan merupakan penilaian evaluasi purna beli yang dihasilkan dari reaksi pembelian spesifik. Maka dari itu, penelitian ini mengangkat permasalahan tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen zulfkar store, dengan tujuan untuk mengetahui “pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen zulfkar store”.

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 25 responden. Tahap selanjutnya, data kuesioner dianalisis dengan regresi linier sederhana yang berfungsi untuk membuktikan hipotesis penelitian. Data-data yang telah memenuhi uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik kemudian diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 9,699 + 0,491 X$$

Pengujian hipotesis menggunakan uji T menunjukkan bahwa variabel X (kualitas pelayanan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y (kepuasan konsumen). Angka *Adjusted R Square* sebesar 0,277. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan (variabel X) yang mempengaruhi kepuasan konsumen (variabel Y) adalah sebesar 27,7%, sedangkan untuk sisanya yang dari 100% yaitu 72,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata kunci : kualitas pelayanan, kepuasan konsumen.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis di Indonesia bisa di bilang cukup pesat, Hal ini di ketahui dengan berdirinya berbagai jenis usaha dan industri, Ada banyak faktor yang mempengaruhi perkembangan di bidang ini, di antaranya semakin banyak situasi ekonomi dan dorongan yang telah mempengaruhi terhadap bisnis atau usaha dalam demografi, faktor yang dapat mempengaruhi terhadap perkembangan bisnis adalah demografi, gaya hidup, serta kebiasaan daerah atau nasional.

Setiap kali yang berhubungan dengan perubahan yang melibatkan manusia baik dalam bidang bisnis atau jual beli di bidang ekonomi, sosial, budaya, dan juga pengaruh pada pola perilaku pesaing di dalam menjalankan bisnisnya, hal ini bisa membuat persaingan di dunia bisnis semakin ketat, pada umumnya setiap perusahaan yang berhasil dalam menjalankan usaha bisnisnya, Dan untuk bisa mencapai suatu tujuan dalam perusahaan adalah dengan cara salah satunya melalui kegiatan pemasaran, yakni dalam suatu proses sosial yang terdapat kelompok atau kelompok individu yang bisa memperoleh apa saja yang mereka yang inginkan dan yang mereka butuhkan dengan membuat penawaran atau mempromosikan, dan produk yang bernilai secara bebas di pihak lain bernilai dengan sangat bagus.

Secara umum bisa juga dikatakan bahwa perusahaan tanpa transaksi pembelian tidak akan bertahan lama, Perusahaan harus bisa semaksimal mungkin memasarkan produk, jasa atau barang yang diproduksi kepada konsumen agar bisa bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain.

Pelayanan bagi penyedia jasa yang harus dikerjakan dengan sebaik mungkin dan bisa bertahan lama dalam perusahaan harus memiliki strategi yang khusus untuk mengelola jasa dengan sebaik-baiknya, Strategi yang khusus untuk mempengaruhi kepuasan konsumen harus dapat menghasilkan kepercayaan konsumen ,hal itu sangat berkaitan pada kualitas pelayanan yang dimana kualitas pelayanan ini merupakan aspek penting untuk mencapai kepuasan konsumen, untuk itu diperlukan kajian agar bisa membuat kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat tersebar secara menyeluruh.

Kualitas produk merupakan senjata yang sangat ampuh dan berpotensi untuk mengalahkan pesaing dalam dunia bisnis, Jadi hanya perusahaan yang berkualitas dengan produk yang paling baik yang akan tumbuh dengan pesat di seluruh dunia, dan dalam jangka waktu panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain, Suatu perusahaan dalam mengeluarkan produk baiknya disesuaikan dengan kepuasan dan kebutuhan konsumen, begitu pula dengan produk perusahaan yang bisa meningkat di pasaran, dan dapat membuat banyak pilihan oleh konsumen sebelum konsumen tersebut mengambil atau keputusan untuk membeli produk yang perusahaan tawarkan, keistimewaan dari produk

yang telah di tawarkan oleh perusahaan dapat diketahui oleh konsumen dan konsumen bisa tertarik dan kemudian mencoba mengambil keputusan untuk membeli produk yang telah di sediakan oleh perusahaan.

Konsumen yang mendapatkan pelayanan dengan baik atau dengan bagus maka akan terdinya pembelian berkali-kali yang berarti terjadinya peningkatan penjualan di dunia bisnis, yang bisa menciptakan kepuasan konsumen iyalah dengan pelayan yang sangat baik dan loyalitas konsumen serta bisa membantu pesaing lain untuk menjaga jarak, Jika pelayanan tidak bisa memenuhi persyaratan maka akan mengakibatkan ketidakpuasan bagi konsumen, ketidak puasan pelanggan bisa membuat pelanggan menilai tidak baik dan dapat membandingkan produk tersebut dengan produk yang lain.

Pemahaman perusahaan berawal dari produk yang di kelurkan atau di jual belikan, dan bisa di sesuaikan cara harga atau pelayanan, dan lokasi penjualan produk, pemikiran yang sekedar melihat-lihat atau meninjau pada produk yang ada pasar dan kepada pelanggan merupakan keinginan yang tidak dapat ditolak lagi di dunia persaingan bisnis yang kondisinya sangat ketat, kemunculannya fase yang tidak menentu dan di temani dengan ketidak pastian penyebabnya adanya persaingan tingkat tinggi di dunia baik bisnis global atau bisnis lokal, ketatnya tingkat persaingan antara perusahaan dengan perusahaan lain maka perusahaan harus bisa memikirkan setrategi yang tepat atau pemikiran yang sangat bagus.

Kualitas produk dimana suatu produk yang berkualitas tertinggi yang akan berani di patok oleh konsumen dengan harga yang sangat tinggi, Sehingga harga yang dapat menimbulkan kepuasan konsumen dalam mengambil dan melakukan pembelian dan membuat keputusan terhadap suatu produk.

Zulfikar Store adalah sebuah Home industri yang memproduksi alat panahan, Industri p, Dalam memasarkan produknya, home industri ini memasarkan produknya dengan cara sistem online, Berdasarkan *interview* yang dilakukan oleh peneliti, peneliti mendapati hasil bahwa semenjak berdirinya home industri ini jumlah konsumen semakin meningkat.

Berdasarkan pembahasan permasalahan di atas, maka peneliti menyimpulkan rumusan masalah dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Zulfikar Store”.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh dari kuallitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Zulfikar Store ?
2. Seberapa besar pengaruh dari kuallitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Zulfikar Store ?

C. Tujuan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tentang adanya pengaruh dari kuallitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Zulfikar Store.

2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Zulfikar Store.

D. Manfaat Penelitian

1. Kegunaan Praktis

a. Bagi peneliti

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan pengalaman serta wawasan tambahan terhadap penerapan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama masa perkuliahan, dan ada faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

b. Bagi Industri

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan terhadap industri untuk lebih memperhatikan kualitas pelayanan yang diterapkan agar konsumen semakin puas dengan kualitas pelayanan yang mereka terapkan.

c. Bagi Peneliti Lain

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama di masa yang akan datang.

2. Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan tambahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu penelitian dalam bidang Ekonomi Syariah serta dapat menambah pengetahuan

dan wawasan bagi penulis mengenai kenyataan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

E. Penegasan Istilah Judul

1. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu elemen penting yang menjadi pertimbangan bagi pelanggan dalam melakukan pembelian suatu produk, Apabila Perusahaan memiliki kualitas pelayanan yang sangat bagus maka konsumen akan merasa nyaman dan konsumen merasa puas, sehingga konsumen menjadi pelanggan yang tetap diperusahaan serta mengajak rekan-rekan dan kerabat-kerabat untuk menjadi pelanggan¹.

Sedangkan yang menjadi focus dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang diberikan oleh industri Zulfikar Store.

2. Kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima sesuai dengan harapannya².

¹ Andrian sudarso, *Manajemen pemasaran jasa perhotelan*, (Yogyakarta: CV Budi Utama,2016), hal. 57

² [Muchlisin Riadi](https://www.kajianpustaka.com/2013/04/pengertian-faktor-pengukuran-kepuasan-konsumen.html), “Pengertian, Faktor dan Pengukuran Kepuasan Konsumen”, dalam <https://www.kajianpustaka.com/2013/04/pengertian-faktor-pengukuran-kepuasan-konsumen.html>, diambil tanggal 25 Juli 2020, pukul 21.48 Wib

Sedangkan yang menjadi fokus kepuasan konsumen dalam penelitian ini adalah kepuasan yang dirasakan oleh para konsumen Zulfikar Store.

F. Sistematika Pembahasan

1. BAB I : PENDAHULUAN

Berisikan sub pokok bahasan : Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Penegasan Istilah Judul, Sistematika Pembahasan.

2. BAB II : LANDASAN TEORI

Berisikan tentang landasan teori, dengan pokok bahasan kajian tentang : Pengertian Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Dan Hipotesis.

3. BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Menguraikan tentang metode penelitian, yaitu : Jenis Penelitian, Populasi Dan Sampel, Data Dan Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Instrumen Penelitian, Uji Asumsi, Uji Validitas Dan Reliabilitas, Teknik Analisis Data, Uji Hipotesis.

4. BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Merupakan laporan hasil penelitian, yaitu : Deskripsi Lokasi Penelitian, Penyajian Data Dan Analisa Data, Pembahasan.

5. BAB V : PENUTUP

Merupakan sub bab terakhir yang meliputi : Kesimpulan, Saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono kualitas pelayanan adalah penyampaian upaya jasa yang memenuhi kebutuhan konsumen dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan terhadap kepuasan konsumen, keyakinan dan harapan konsumen sebelum membeli atau mencoba produk yang di sediakan perusahaan yang menjadi acuan dalam menilai kepuasan konsumen terhadap suatu produk tersebut.³

Menurut Lewis dan Booms kualitas pelayanan adalah sebagai pola ukur seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan oleh perusahaan mampu dan sesuai dengan harapan konsumen, Adanya faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah jasa yang diharapkan dan jasa yang dirasakan dan yang dipersepsikan⁴. Apabila jasa yang diharapkan sesuai dengan keingiinan, maka kualitas pelayanan tersebut akan dipersepsikan baik atau positif, Jika jasa yang dipersepsikan melebihi jasa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Demikian juga sebaliknya apabila jasa yang disediakan lebih jelek dibandingkan dengan jasa yang diharapkan oleh konsumen, maka kualitas jasa yang dipersepsikan oleh perusahaan berkualitas negatif atau buruk, Maka baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada

³ Fandy Tjiptono, Manajemen Jasa Edisi Kedua. (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), h. 243

⁴ Tony Wijaya, Manajemen Kualitas Jasa. (Jakarta: PT. Indeks, 2011), h. 152

kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Pelayanan yang berkualitas yang menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap terus mendapat kepercayaan konsumen, Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan sangat yang berkualitas, Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen yang berkualitas baik atau bagus dapat ditentukan dengan pendekatan service quality yang telah dikembangkan oleh Parasuraman⁵. Service quality adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas pelayanan terhadap mereka terima, Service quality dapat diketahui dengan cara membandingkan kualitas pelayanan oleh perusahaan terhadap pelanggan atas pelayanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal pertama yang diperhatikan serius oleh perusahaan atas kepuasan konsumen, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan.

Dalam perspektif TQM (*Total Quality Manajemen*), kualitas yang dapat dipandang secara luas dimana tidak hanya aspek hasil saja yang ditekankan oleh perusahaan, melainkan juga meliputi proses lingkungan dan manusia sebagaimana dikemukakan oleh Gotesch dan Davis bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan

⁵ Lupyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua*. (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 65

produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi dan melebihi harapan⁶.

Kata kualitas yang mengandung banyak definisi dan makna, tetapi dari beberapa definisi yang dapat kita jumpai ada beberapa hal yang memiliki persamaan walaupun hanya cara penyampaiannya saja tidak sama, maka terdapat pada tiga elemen sebagai berikut :

1. Kualitas suatu usaha yang memenuhi atau melebihi pada harapan konsumen.
2. Kualitas yang mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan di sekitar.
3. Kualitas yang merupakan kondisi yang selalu berubah-ubah.

Intinya adalah memperbaiki mutu atau kualitas terus menerus, yang dalam manajemen Jepang dikenal KAIZEN yang berarti *unending improvement*, yaitu perbaikan secara *continue* dalam segala kegiatan perusahaan, sehingga muncul kualitas yang makin lama semakin baik harus dapat dirasakan oleh konsumen, Perbaikan kualitas ini harus pula dipahami oleh seluruh personil perusahaan, agar mereka tampil dengan kinerja yang prima dan gandrung pada *high quality*.

B. Teori Kualitas Pelayanan

David Garvin mengidentifikasi adanya beberapa alternatif perspektif kualitas yang biasa digunakan, antara lain yaitu⁷ :

⁶ Buddy Ibrahim, TQM (total quality management). (Jakarta: Djambatan, 2006), h. 104

1. **Product-Based Approach**

Pendekatan ini memandang bahwa kualitas diartikan sebagai karakteristik atau atribut yang dapat diukur. Perbedaan dalam kualitas mencerminkan perbedaan unsur-unsur atau atribut yang dimiliki oleh suatu produk, Pandangan ini bersifat sangat objektif, sehingga tidak dapat menjelaskan perbedaan dalam hal selera, kebutuhan, dan preferensi konsumen.

2. **User-Based Approach**

Pendekatan ini merupakan pendekatan yang paling tepat dan dapat diaplikasikan dalam mendefinisikan kualitas jasa dan produk. Pendekatan ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas pelayanan tergantung pada sudut pandang seseorang yang memproduksi suatu produk, sehingga produk yang paling memuaskan seseorang merupakan produk yang berkualitas paling tinggi dan terpercaya dan terjamin, Perspektif yang subjektif dan demand-oriented ini juga menyatakan bahwa pelanggan atau konsumen yang berbeda memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda pula, sehingga kualitas bagi seseorang adalah sama dengan kepuasan maksimum yang dirasakannya.

3. **Manufacturing-Based Approach**

Pandangan ini bersifat *supply-based* dan terutama memperhatikan praktik-praktik perikayasaan dan pemanufakturan, serta

⁷ Garvin dan Lovelock, Strategi Marketing, (Yogyakarta: Andi, 2005), h. 96

mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian dengan persyaratan (*conformance to requirements*). Dalam sektor jasa, dapat dikatakan bahwa kualitasnya bersifat *operations-driven*. Pendekatan ini berfokus pada penyesuaian spesifikasi yang dikembangkan secara internal, yang sering kali didorong oleh tujuan peningkatan produktifitas dan penekanan biaya. Dengan demikian, kualitas ditentukan oleh standar-standar yang ditetapkan perusahaan, bukan oleh konsumen.

4. Value-Based Approach

Pendekatan ini memandang kualitas pelayanan dari segi nilai dan harga produk. Dengan mempertimbangkan trade-off antara kinerja dan harga produk, kualitas didefinisikan sebagai “*affordable excellence*”. Kualitas dalam perpektif ini bersifat relatif, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai, tetapi yang paling adalah barang atau jasa yang paling tepat dibeli “*best-buy*”.

C. Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman, menyatakan atribut yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan dapat dilihat dari lima dimensi pokok, yaitu⁸ :

1. Kehandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk

⁸ Fajar Laksana, Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis Edisi Pertama (Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu, 2008), h. 96

memberikan pelayanan terhadap konsumen sesuai dengan yang disajikan secara akurat dan terpercaya, Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.

2. Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
3. Jaminan dan kepastian (*assurance*) yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen, antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetisi dan sopan santun.
4. Empati (*empathy*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.
5. Bukti fisik (*tangibles*) yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang dimaksud bahwa penampilan, kemampuan dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan.

Konsumen akan menggunakan kelima dimensi kualitas untuk membentuk penilaiannya terhadap kualitas jasa yang merupakan dasar

untuk membandingkan harapan dan persepsinya terhadap jasa. Berkaitan dengan lima dimensi jasa tersebut, perusahaan harus bisa meramu dengan baik, bila tidak hal tersebut akan menimbulkan kesenjangan antara apa yang diberikan perusahaan dengan apa yang diharapkan pelanggan yang dapat berdampak pada perilaku konsumen dalam melakukan pembelian.

D. Kepuasan Konsumen

Kepuasan pelanggan telah banyak didefinisikan oleh pakar pemasaran, diantaranya adalah sebagai berikut :

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya baik atau jeleknya terhadap kinerja atau produk (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.⁹

Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai sikap keseluruhan terhadap suatu barang dan produk atau jasa setelah acquisition dan pemakainnya atau yang memproduksi, Hal ini merupakan penilaian evaluatif pasca-pemilihan (post evaluate judgment) yang dihasilkan dari pemilihan pembelian tertentu.¹⁰

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai evaluasi purna-konsumsi (post consumption) dimana alternatif yang dipilih paling tidak memenuhi atau melampaui harapan.¹¹

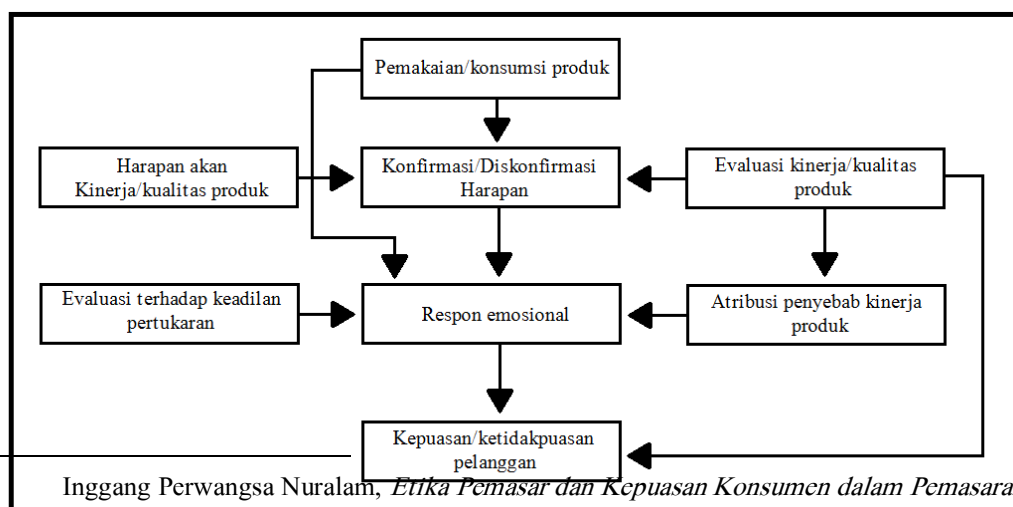
⁹ Priyadi, “PERJALANAN MENUJU HAPPY INVESTING”, dalam <https://eksplorasidatasaham.wordpress.com/2018/03/01/memahami-pentingnya-kepuasan-dan-loyalitas-konsumen/>, diambil tanggal 07 Agustus 2020, pukul 11.25 Wib.

¹⁰ *Ibid.*, 11.26 Wib.

¹¹ *Ibid.*, 11.27 Wib.

Kepuasan konsumen adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan dalam memproduksi suatu barang atau produk, Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, pada produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan pelanggan berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi pelanggan, Kepuasan pelanggan dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai, kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya¹².

Kepuasan pelanggan juga didefinisikan sebagai sikap keseluruhan terhadap suatu barang atau produk dan jasa setelah perolehan acquisition dan pemakainya, Dengan kata lain, kepuasan pelanggan atau konsumen merupakan penilaian evaluasi purna beli yang dihasilkan dari reaksi pembelian spesifik, Definisi ini dapat digambarkan ke dalam model kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan sebagai berikut :¹³



¹² Inggang Perwangsa Nuralam, *Etika Pemasar dan Kepuasan Konsumen dalam Pemasaran Perbankan Syariah*, (Matang: UB Press, 2017) 58.

¹³ *Ibid.*, 58.

Gambar 2.1 Model Kepuasan/Ketidakpuasan Pelanggan

E. Pentingnya Kepuasan Konsumen

Tujuan setiap jenis usaha adalah mencari laba, untuk memperolehnya tentu saja harus diimbangi dengan pelayanan yang memuaskan, Pelanggan adalah pembeli yang membeli suatu produk atau jasa berulang-ulang, Karena diharapkan membeli berulang – ulang tentu saja pelaku usaha harus memperhatikan kualitas pelayanan¹⁴.

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2001), Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen.¹⁵

Semua usaha yang berhubungan dengan konsumen harus berkomitmen selalu Meningkatkan pelayanan untuk kenyamanan dan kemudahan para pelanggan¹⁶.

Kepuasan yang dirasakan pelanggan atau konsumen biasanya akan membuat hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis sehingga memungkinkan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang,

¹⁴ Rina indrayani, “Pentingnya Kepuasan Pelanggan”, dalam <https://rinaindrayani.blogspot.com/2018/01/pentingnya-kepuasanpelanggan-semua.html>, diambil tanggal 07 Agustus 2020, pukul 11.29 Wib.

¹⁵ *Ibid.*, 11.30 Wib.

¹⁶ *Ibid.*, 11.30 Wib.

Selain itu kepuasan pelanggan atau konsumen memungkinkan terbentuknya rekomendasi dari mulut ke mulut (mouth to mouth) sehingga reputasi perusahaan akan baik dimata pelanggan atau konsumen¹⁷.

Upaya untuk mewujudkan kepuasan pelanggan bukan hal yang mudah atau sebaliknya, Coftam (1993) menyatakan bahwa kepuasan konsumen tidak mungkin tercapai sekalipun hanya untuk sementara waktu melainkan dengan jarak waktu yang cukup lama, perlu upaya perbaikan dan penyempurnaan, Disamping memerlukan biaya yang tinggi dan keterampilan yang khusus untuk menarik pelanggan, Karena bukan hal yang mudah untuk merubah dan mengalihkan pelanggan dari produsen lain agar beralih kepada kita, strategi untuk memberikan kepuasan pelanggan akan menyebabkan pesaing harus kerja keras dalam menarik pelanggan, Bukan saja sumberdaya manusia nya yang harus kompeten tetapi, Kepuasan pelanggan akan tercapai jika dipenuhi nya hal-hal berikut :

1. Kualitas Produk

Kualitas produk yang dimaksud adalah keadaan barang atau produk dan jasa sesuai dengan yang konsumen harapkan. Artinya Apa di harapkan tentang suatu produk ada pada produk yang kami berikan yang kualitasnya sangat baik, produk yang sebaik-baiknya karena pelanggan akan kecewa jika produk yang mereka beli tidak sesuai dengan harapan konsumen, Bahkan konsumen mungkin akan

¹⁷ *Ibid.*, 11.31 Wib.

memberitahukan kepada teman tentang produk tersebut sehingga akan berpengaruh terhadap pembelian berikutnya¹⁸.

Pelanggan akan merasa puas jika produk yang digunakannya berkualitas bagus dan sangat memuskan. Pelanggan pasti menuntut Anda untuk menyediakan produk yang bermutu sesuai dengan pengorbanan yang dilakukannya untuk memperoleh produk Anda, Untuk itu, tingkatkan terus kualitas produk Anda¹⁹.

2. Harga Terjangkau

Pelanggan akan membandingkan harga kita dengan harga yang lain, sehingga pelanggan bebas menentukan pilihan mereka. Berikan harga yang sesuai dengan harga pasar²⁰.

Kepuasan pelanggan juga ditentukan oleh harga. Pelanggan akan membandingkan harga antara beberapa *brand*. Jika produk/jasa Anda memiliki harga yang relatif lebih murah tapi memiliki kualitas, maka pelanggan akan merasa puas. Bisnis Anda akan bernilai lebih di mata pelanggan jika harganya sebanding dengan kualitas²¹.

3. Emosional

¹⁸ Rina indrayani, “Pentingnya Kepuasan Pelanggan”, dalam <https://rinaindrayani.blogspot.com/2018/01/pentingnya-kepuasanpelanggan-semua.html>, diambil tanggal 07 Agustus 2020, pukul 11.36 Wib.

¹⁹ Tri Andry, “8 Hal yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Bisnis Anda”, dalam <http://entrepreneurcamp.id/kepuasan-pelanggan/>, diambil tanggal 07 Agustus 2020, pukul 11.40 Wib.

²⁰ Rina indrayani, “Pentingnya Kepuasan Pelanggan”, dalam <https://rinaindrayani.blogspot.com/2018/01/pentingnya-kepuasanpelanggan-semua.html>, diambil tanggal 07 Agustus 2020, pukul 11.36 Wib.

²¹ Tri Andry, “8 Hal yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Bisnis Anda”, dalam <http://entrepreneurcamp.id/kepuasan-pelanggan/>, diambil tanggal 07 Agustus 2020, pukul 11.42 Wib.

Ada pelanggan yang merasa puas secara emosional setelah menggunakan produk/jasa Anda. Pelanggan merasa jika orang lain akan merasa kagum padanya. Kepuasan tersebut berkaitan dengan nilai sosial yang membuat pelanggan bangga dan puas dengan suatu merek tertentu²².

4. Kemudahan

Pelanggan ingin mendapatkan produk yang berkualitas, suatu produk/jasa dengan mudah. Makanya banyak perusahaan yang menjanjikan kemudahan dalam proses pembelian karena tidak ingin pelanggan atau konsumen kecewa dan membuang banyak waktu pelanggan untuk membelinya. Hindari biaya tambahan dan proses transaksi yang rumit agar pelanggan puas menggunakan produk/jasa yang disediakan oleh perusahaan, Dengan kecanggihan teknologi masa kini, Anda bisa memberikan pengalaman belanja yang lebih simpel untuk memanjakan pelanggan²³.

5. Pengalaman Pribadi

Pelanggan akan membandingkan pengalamannya saat menggunakan produk Anda dengan produk orang lain. Pelanggan juga akan membandingkan pengalaman pertamanya saat menggunakan produk Anda dengan pengalaman terbaru saat kembali menggunakannya. Sehingga Anda harus memastikan bahwa produk

²² Tri Andry, "8 Hal yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Bisnis Anda", dalam <http://entrepreneurcamp.id/kepuasan-pelanggan/>, diambil tanggal 07 Agustus 2020, pukul 11.43 Wib.

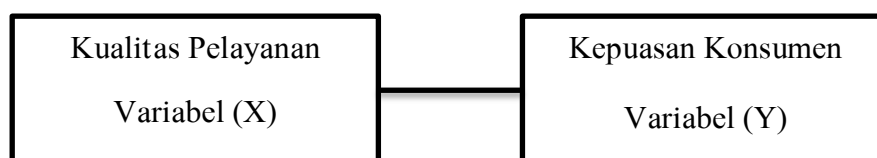
²³ *Ibid.*, 11.47 Wib.

Anda memiliki keunggulan dibanding produk pesaing dan kualitasnya tetap terjaga. Selalu berikan pengalaman yang baik bagi pelanggan atau konsumen saat berbelanja menggunakan produk Anda²⁴.

F. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan suatu bentuk kerangka yang berfikir yang dapat digunakan sebagai pendekatan dalam memecahkan masalah. Biasanya kerangka penelitian ini menggunakan pendekatan ilmiah dan memperlihatkan hubungan antar variabel dalam proses analisisnya.

Kualitas pelayanan adalah suatu hal utama yang sangat mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, kualitas pelayanan harusnya memberikan kepuasan konsumen di zulfikar store. Adapun kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



G. Hipotesis

Hipotesis merupakan kedudukan yang sangat penting dalam penelitian²⁵.

Ada dua jenis hipotesis yang digunakan dalam penelitian :

1. Hipotesis kerja disingkat Ha.

²⁴ *Ibid.*, 11.47 Wib.

²⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT RINEKA CIPTA, 2013), 112.

Hipotesis kerja menyatakan adanya hubungan antara variabel X dan Y, atau adanya perbedaan antara dua kelompok²⁶.

Dengan demikian, hipotesis kerja (H_a) dalam penelitian ini menyatakan adanya pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Zulfikar Store.

2. Hipotesis nol (*null hypotheses*) disingkat H_0 .

Hipotesis nol sering juga disebut hipotesis statistik, karena biasanya dipakai dalam penelitian yang bersifat statistik, yaitu diuji dengan perhitungan statistik, Hipotesis nol menyatakan tidak adanya perbedaan antara dua variabel, atau tidak adanya pengaruh variabel X terhadap variabel Y²⁷.

Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) dalam penelitian ini menyatakan tidak adanya pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Zulfikar Store.

²⁶ *Ibid.*, 112.

²⁷ *Ibid.*, 113.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode dan Jenis Penelitian

1. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah langkah yang dimiliki dan dilakukan oleh peneliti dalam rangka untuk mengumpulkan informasi atau data serta melakukan infestigasi pada data yang telah didapatkan tersebut, Metode penelitian ini memberikan gambaran rancangan penelitian yang meliputi antara lain, prosedur dan langkah-langkah yang harus ditempuh, waktu penelitian, sumber data, dan dengan langkah apa data-data tersebut diperoleh dan selanjutnya diolah dan dianalisis²⁸. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif, penelitian deskriptif merupakan metode yang bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, serta akurat pada fakta dan sifat populasi atau daerah tertentu²⁹.

2. Jenis Penelitian

Jenis dari penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yaitu suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa

²⁸ Anwar Hidayat, "METODE PENELITIAN: Pengertian, Tujuan, Jenis" dalam <https://www.statistikian.com/2017/02/metode-penelitian-metodologi-penelitian.html>, diambil tanggal 08 Agustus 2020, pukul 12.38 Wib.

²⁹ *Ibid.*, 12.42 Wib.

angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui³⁰.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari satuan-satuan atau individu-individu yang karakteristiknya hendak diteliti, Dan satuan-satuan tersebut dinamakan unit analisis, dan dapat berupa orang-orang, institusi-institusi, benda-benda, dst³¹. Sedangkan populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen Zulfikar Store yang berjumlah keseluruhan= 1.500 orang.³²

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang hendak diteliti³³. Sedangkan untuk mencari jumlah sampel, maka diperlukan teknik pengambilan sampel.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam menentukan jumlah sampel penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *Purposive Sampling*, yaitu salah satu teknik sampling non random sampling dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang

³⁰ Anwar Hidayat, “Pengertian dan Penjelasan Penelitian Kuantitatif – Lengkap”, dalam <https://www.statistikian.com/2012/10/penelitian-kuantitatif.html/amp>, diambil tanggal 08 Agustus 2020, pukul 12.44 Wib.

³¹ Anwar Hidayat, “Populasi dan Sampel”, dalam <https://www.statistikian.com/2012/10/pengertian-populasi-dan-sampel.html>, diambil tanggal 08 Agustus 2020, pukul 12.47 Wib.

³² Berdasarkan data pelanggan dari admin zulfikar store Hasanuddin, Saat observasi pada tanggal 27 agustus 2020 jam 18:51 wib

³³ *Ibid.*, 12.53 Wib.

sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian³⁴.

Selanjutnya untuk menentukan atau menemukan jumlah sampel dalam penelitian peneliti menggunakan rumus slovin. Adapun rumusnya sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi (1.500)

e : Batas Toleransi Kesalahan (peneliti mengambil 20 %)

Dengan penguraian sebagai berikut :

$$n = \frac{1.500}{1 + (1.500 \times (0,2)^2)} \quad \rightarrow \quad n = \frac{1.500}{1 + (1.500 \times 0,04)}$$

$$n = \frac{1.500}{1 + 60} \quad \rightarrow \quad n = \frac{1.500}{61}$$

$$n = 24,5$$

→ Karena hasilnya 24,5 maka
→ dibulatkan ke atas menjadi 25.

³⁴ Anwar Hidayat, "Penjelasan Teknik Purposive Sampling Lengkap Detail", dalam <https://www.statistikian.com/2017/06/penjelasan-teknik-purposive-sampling.html/amp>, diambil tanggal 08 Agustus 2020, pukul 13.17 Wib.

Setelah dilakukan penguraian dengan menggunakan rumus slovin di atas, diketahui hasilnya sebesar 25. Yang artinya jumlah sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 25 orang.

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Angket atau Kuesioner

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi suatu pertanyaan atau pertanyaan yang tertulis kepada responden untuk dijawabnya, Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden³⁵.

2. Observasi

Merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikologis, Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan, Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar³⁶.

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: ALFABETA, 2016), 142

³⁶ *Ibid.*, 145.

3. Dokumentasi

suatu cara pengumpulan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang ada atau catatan-catatan yang tersimpan, baik itu berupa catatan transkrip, buku, surat kabar, dan lain sebagainya³⁷.

Berdasarkan penjelasan di atas, sumber data dari penelitian ini ialah menggunakan kuesioner atau angket, observasi dan dokumentasi.

D. Instrumen Penelitian

1. Variabel

- a. Variable independen (bebas) dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X)
- b. Variable dependen (terikat) dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y)

2. Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala likert, Skala likert merupakan skala yang mengukur kesetujuan atau ketidaksetujuan seseorang terhadap serangkaian pernyataan berkaitan dengan keyakinan atau perilaku mengenai suatu obyek tertentu³⁸.

Skala ini umumnya menggunakan lima angka penilaian yaitu³⁹ :

³⁷ Sarjanaku.com “Blog Pendidikan Indonesia”, dalam <http://www.sarjanaku.com/2011/06/metode-dokumentasi.html>, diambil tanggal 11 Agustus 2020, pukul 13.01 Wib.

³⁸ Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis : Paradigma Kuantitatif*, (Jakarta: Grasindo, 2009), 134.

³⁹ *Ibid.*, 134.

Tabel 3.1 Skala Likert

No	Jenis Jawaban	Nilai
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

3. Indikator Angket

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner dan observasi, Metode angket ini dimaksudkan untuk memperoleh data tentang pengaruh kualitas pelayan terhadap kepuasan konsumen Zulfikar Store, sedangkan angket yang dipakai dalam penelitian ini adalah angket yang berstruktur dan tertutup, maksudnya adalah bahwa angket tersebut telah disusun sedemikian rupa menurut variabel yang ada dan jawabannya telah disediakan sehingga responden tinggal memilih jawaban yang sesuai.

Berikut ini adalah indikator angket dalam penelitian ini :

Tabel 3.2 Indikator Pernyataan

Variabel	No.	Kriteria	Indikator
X (Kualitas Pelayanan)	1	Kehandalan	Pelayanan yang terpercaya
	2	Daya Tanggap	Respon yang cepat
	3	Jaminan	Menjamin keamanan konsumen
	4	Empati	Perhatian kepada konsumen
	5	Bukti Fisik	Kemampuan dalam melayani
Y (Kepuasan Konsumen)	1	Kualitas Produk	Kualitas produk yang diberikan
	2	Harga Terjangkau	Keterjangkauan harga produk
	3	Emosional	Kerahamahan dalam pelayanan
	4	Kemudahan	Kemudahan dalam pelayanan
	5	Pengalaman	Pengalaman karyawan dalam pelayanan

E. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus regresi linier sederhana, Analisis regresi linier sederhana ini untuk mengetahui hubungan linier antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dalam pengujian regresi linier sederhana ini nantinya akan dilakukan uji T untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan yang signifikan (meyakinkan) dari dua buah *mean* sampel dari dua variabel yang dikomparatifkan⁴⁰.

F. Uji Asumsi

1. Uji Normalitas

Agar semua data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat dipertanggung jawabkan, terlebih dahulu harus diuji normalitasnya. hal ini penting untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dalam penelitian tersebut normal atau tidak, Uji normalitas adalah ingin mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal⁴¹.

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan Kolmogorov Smirnov, Konsep dasar dari uji normalitas Kolmogorov Smirnov adalah dengan membandingkan distribusi data (yang akan diuji normalitasnya) dengan distribusi normal baku, Distribusi normal baku adalah data yang telah ditransformasikan ke dalam bentuk Z-Score dan diasumsikan normal, Jadi sebenarnya uji Kolmogorov

⁴⁰ Hartono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Yogyakarta : PUSTAKA PELAJAR, 2012), 178.

⁴¹ Singgih Santoso, *Statistik Multivariat : Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, (Jakarta: PT Gramedia, 2010), 43.

Smirnov adalah uji beda antara data yang diuji normalitasnya dengan data normal baku⁴².

Kriteria pengujian Kolmogorov Smirnov adalah sebagai berikut: Data bisa dikatakan berdistribusi normal jika $D_{hitung} \leq D_{tabel}$, Sedangkan jika $D_{hitung} \geq D_{tabel}$ maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

2. Uji Linieritas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan, uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear.⁴³

Kedua variabel harus diuji dengan menggunakan uji F pada taraf signifikan 5%. Uji F dikenal dengan Uji serentak atau uji Model/Uji Anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Atau untuk menguji apakah model regresi yang kita buat baik/signifikan atau tidak baik/non signifikan⁴⁴.

Dengan kriteria jika $F_{hitung} \geq 0,05$ maka data tersebut linier, sedangkan jika $F_{hitung} \leq 0,05$ maka data tersebut tidak linier.

⁴² Anwar Hidayat, “Statistikian”, dalam <https://www.statistikian.com/2012/09/uji-normalitas-dengan-kolmogorov-smirnov-spss.html/amp>, diambil tanggal 08 Agustus 2020, pukul 14.10 Wib.

⁴³ Duwi Consultant, “Jasa Olah Data dan konsultasi SPSS untuk Skripsi, Tesis, atau Umum”, dalam <http://duwiconsultant.blogspot.com/2011/11/uji-linieritas.html>, diambil tanggal 08 Agustus 2020, pukul 14.15 Wib.

⁴⁴ Anwar Hidayat, “Statistikian”, dalam <https://www.statistikian.com/2013/01/uji-f-dan-uji-t.html>, diambil tanggal 08 Agustus 2020, pukul 14.13 Wib.

G. Uji Validitas dan Uji Realibilitas

1. Uji Validitas

Validitas penelitian berbicara mengenai sejauh mana kesesuaian hasil penelitian dengan keadaan yang sebenarnya atau sejauh mana hasil penelitian yang mencerminkan keadaan yang sebenarnya⁴⁵.

Langkah-langkah pengujian validitas banding tes :

- a. Hitung koefisiensi kolerasi antara skor hasil tes yang akan diuji validitasnya dengan hasil tes yang terstandar yang dimiliki oleh orang yang sama dengan menggunakan kolerasi product moment menggunakan angka kasar (kolerasi product moment pearson), yaitu :

$$r_{xy} = \frac{n \sum_{i=1}^n x_i y_i - \sum_{i=1}^n x_i \sum_{i=1}^n y_i}{\sqrt{\left(n \sum_{i=1}^n x_i^2 - \left(\sum_{i=1}^n x_i \right)^2 \right) \left(n \sum_{i=1}^n y_i^2 - \left(\sum_{i=1}^n y_i \right)^2 \right)}}$$

Keterangan :

r_{xy} : koefisien kolerasi antara variabel X dan variabel Y

x_i : nilai data ke-i untuk kelompok variabel X

y_i : nilai data ke-i untuk kelompok variabel Y

n : banyak data

⁴⁵ Muhammad Nisfiannoor, *Pendekatan Statistika Modern untuk ilmu sosial*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2009), 212.

catatan :

- 1) Kolerasi product moment pearson mensyaratkan agar data yang dikolerasikan sekurang-kurangnya berskala interval.
 - 2) Rumus kolerasi product moment pearson sudah tersedia dalam kalkulator scientific, MS Excel, Software-software statistik.
 - 3) Tabel R pearson sudah tersedia pada buku-buku statistik.
- b. Hitung koefisien validitas instrumen yang diuji (R hitung), yang nilainya sama dengan kolerasi hasil langkah ke-1 x koefisien validitas instrument terstandar.
- c. Bandingkan nilai koefisien validitas hasil langkah ke-2 dengan nilai koefisien kolerasi pearson atau tabel pearson (R tabel) pada taraf signifikan (biasanya dipilih 0,05) dan $n =$ banyaknya datayang sesuai.

Kriteria :

- 1) Instrumen valid, jika $R_{hitung} \geq R_{tabel}$
- 2) Instrumen tidak valid, jika $R_{hitung} \leq R_{tabel}$

2. Uji Realibilitas

Merupakan ukuran kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan untuk lebih dari satu variabel.

Namun sebaiknya uji reliabilitas sebaiknya dilakukan pada masing-masing variabel pada lembar kerja yang berbeda sehingga dapat diketahui konstruk variabel mana yang tidak reliabel⁴⁶.

Kriteria uji reliabilitas⁴⁷ :

Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai cronbach's alpha $\geq 0,60$.

Adapun rumus untuk mencari reliabilitas adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

- r_{11} : reliabilitas instrumen
- k : banyaknya soal
- $\sum \sigma_b^2$: jumlah varian butir
- Σt^2 : varian total

H. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah suatu perumusan sementara mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu dan juga dapat menuntun atau mengarahkan penyelidikan selanjutnya. Jika yang dihipotesis adalah

⁴⁶ Akbar, *Modul Praktikum Metode Riset Untuk Bisnis & Manajemen : program studi manajemen s1 fakultas bisnis & manajemen*, (Bandung: Universitas Widyatama, 2007), 24.

⁴⁷ *Ibid.*, 24.

masalah statistik, maka hipotesis ini disebut hipotesis statistik. Langkah-langkah penyelidikan hipotesis disebut dengan pengujian hipotesis⁴⁸.

Dalam uji hipotesis ini data akan diuji T dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan yang signifikan (meyakinkan) dari dua buah *mean* sampel dari dua variabel yang dikomparatifkan⁴⁹.

Dengan kriteria jika $T_{hitung} \geq T_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sedangkan jika $T_{hitung} \leq T_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Sedangkan untuk melihat T_{tabel} (mencari df) adalah dengan rumus :

$$n-k-1$$

Keterangan :

n : Jumlah Responden

k : Jumlah Variabel

⁴⁸ Husein Umar, *Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka utama, 2005), 168.

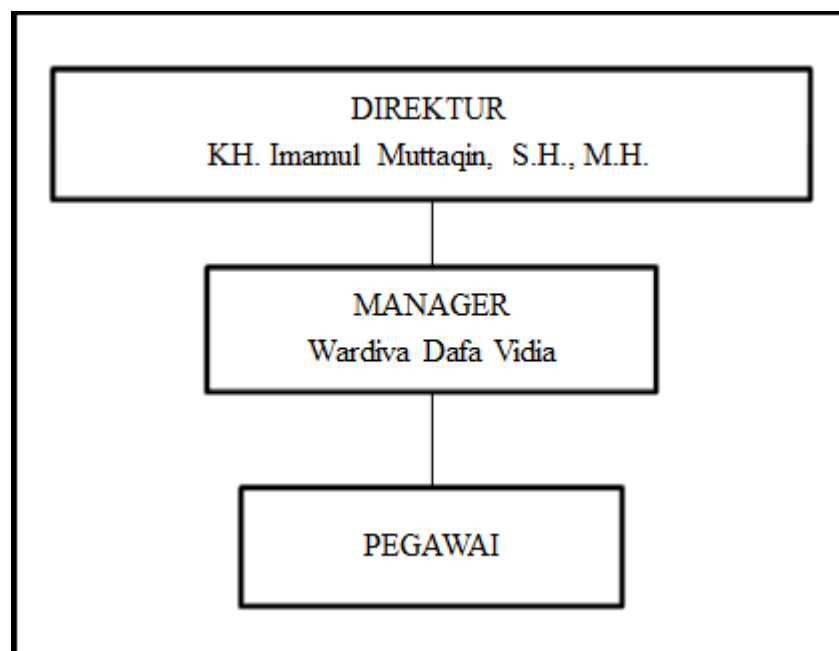
⁴⁹ Hartono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR, 2012), 178.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

G. Deskripsi Lokasi Penelitian

Zulfikar Store merupakan Home Industri yang memproduksi alat panahan. Industri ini membuat produk dari bahan baku sampai produk jadi. Selain memproduksi, industri ini juga menjual bermacam alat panahan mulai dari busur, anak panah (arrow aluminium dan arrow kayu) dan print target. Berikut ini adalah struktur dalam Home industri Zulfikar Store :



Gambar 4.1

Struktur Kepegawaian Zulfikar Store

Industri ini menjual produknya dengan cara sistem online dan sistem offline. Dengan jumlah tenaga kerja yang dimiliki sebanyak 15 orang yang terbagi dalam 5 kelompok, yaitu :

Tabel 4.1 Jumlah Tenaga Kerja Zulfikar Store

Arrow alluminium	3 orang
Arrow kayu	4 orang
Busur	2 orang
Pengecekan	3 orang
Packing dan pengiriman	3 orang

Zulfikar Store sendiri berdiri hampir 5 tahun, Industri ini berlokasi di Pondok Pesantren Darul Hikmah Langkap Burneh Bangkalan.

H. Penyajian Data dan Analisis Data

1. Karakteristik Responden

a. Jumlah Responden

Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 25 orang responden.

b. Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin responden dalam penelitian ini adalah laki-laki dan perempuan.

Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Laki-Laki	Perempuan
17 Orang (68 %)	8 Orang (32 %)

c. Berdasarkan Umur

Berdasarkan umur, responden dalam penelitian ini terbagi dalam 3 kelompok, yaitu :

Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Umur

≤ 20 Tahun	20 – 30 Tahun	≥ 30 Tahun
7 Orang (28 %)	9 Orang (36 %)	9 Orang (36 %)

2. Deskripsi Hasil Jawaban Responden

a. Variabel X (Kualitas Pelayanan)

- 1) Skor untuk jawaban SS (Sangat Setuju) adalah 5
- 2) Skor untuk jawaban S (Setuju) adalah 4
- 3) Skor untuk jawaban KS (Kurang Setuju) adalah 3
- 4) Skor untuk jawaban TS (Tidak Setuju) adalah 2
- 5) Skor untuk jawaban STS (Sangat Tidak Setuju) adalah 1

Adapun hasil jawaban kuesioner dari kedisiplinan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.4 Kuesioner Variabel X (Kualitas Pelayanan)

Uji Validitas dan Reliabilitas Angket							
Nomor Responden	Item Pernyataan					X	X ²
	1	2	3	4	5		
1	5	3	4	3	4	19	361
2	4	5	4	3	3	19	361
3	4	4	4	4	5	21	441
4	4	4	4	5	4	21	441
5	3	4	4	4	5	20	400
6	5	4	3	4	5	21	441
7	5	4	5	5	5	24	576
8	5	5	2	5	4	21	441
9	3	4	3	3	4	17	289
10	4	2	3	2	4	15	225
11	4	4	3	2	4	17	289
12	4	5	4	4	5	22	484
13	4	4	3	3	4	18	324
14	5	4	5	4	5	23	529
15	4	4	1	4	4	17	289

16	3	4	1	4	3	15	225
17	4	4	2	3	4	17	289
18	3	4	3	3	4	17	289
19	3	3	4	4	3	17	289
20	5	4	5	5	4	23	529
21	4	4	4	1	3	16	256
22	3	4	3	4	2	16	256
23	4	4	3	2	3	16	256
24	5	4	5	4	5	23	529
25	4	4	2	2	2	14	196
ΣX	101	99	84	87	98	469	9005

b. Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

- 1) Skor untuk jawaban SS (Sangat Setuju) adalah 5
- 2) Skor untuk jawaban S (Setuju) adalah 4
- 3) Skor untuk jawaban KS (Kurang Setuju) adalah 3
- 4) Skor untuk jawaban TS (Tidak Setuju) adalah 2
- 5) Skor untuk jawaban STS (Sangat Tidak Setuju) adalah 1

Adapun hasil jawaban kuesioner dari kedisiplinan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.5 Kuesioner Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

Uji Validitas dan Reliabilitas Angket							
Nomor	Item Pernyataan					Y	Y2
Responden	1	2	3	4	5		
1	4	5	4	4	3	20	400
2	4	4	4	3	3	18	324
3	4	4	5	5	5	23	529
4	4	4	5	5	4	22	484
5	3	4	4	4	4	19	361
6	3	4	2	5	5	19	361
7	4	4	5	3	5	21	441
8	5	4	5	3	5	22	484
9	4	4	4	4	4	20	400
10	4	3	4	4	2	17	289

11	5	4	5	4	4	22	484
12	4	3	4	3	3	17	289
13	4	3	3	4	4	18	324
14	5	5	5	5	5	25	625
15	5	4	5	3	4	21	441
16	4	3	4	2	3	16	256
17	3	3	4	1	4	15	225
18	3	3	4	4	3	17	289
19	3	4	3	3	4	17	289
20	4	4	5	4	5	22	484
21	3	4	4	3	3	17	289
22	4	2	4	3	3	16	256
23	3	4	4	3	4	18	324
24	4	3	4	1	3	15	225
25	4	4	3	1	4	16	256
ΣY	97	93	103	84	96	473	9129

3. Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

1) Uji Normalitas Variabel X (Kualitas Pelayanan)

Berdasarkan hasil analisis data yang diolah dengan menggunakan program Microsoft Excel 2010, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas Variabel X

Uji Normalitas Variabel X (Kualitas Pelayanan)	
α (taraf nyata)	0,05
N Sampel	25
Mean	18,760
Simpangan Baku	2,934
D Hitung	0,206
D Tabel	0,264

Berdasarkan hasil di atas diketahui nilai Dhitung sebesar 0,206 dan nilai Dtabel sebesar 0,264. Berdasarkan kriteria yang ada, karena Dhitung \leq Dtabel ($0,206 \leq 0,264$) maka data untuk uji normalitas variabel X (kualitas pelayanan) berdistribusi normal karena Dhitung \leq Dtabel.

2) Uji Normalitas Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

Berdasarkan hasil analisis data yang diolah dengan menggunakan program Microsoft Excel 2010, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas Variabel X2

Uji Normalitas Variabel Y (Kepuasan Konsumen)	
α (taraf nyata)	0,05
N Sampel	25
Mean	18,920
Simpangan Baku	2,737
D Hitung	0,158
D Tabel	0,264

Berdasarkan hasil di atas diketahui nilai Dhitung sebesar 0,158 dan nilai Dtabel sebesar 0,264. Berdasarkan kriteria yang ada, karena Dhitung \leq Dtabel ($0,158 \leq 0,264$) maka data untuk uji normalitas variabel Y (kepuasan konsumen) berdistribusi normal karena Dhitung \leq Dtabel.

Dengan demikian, berdasarkan hasil pada masing-masing tabel di atas dapat disimpulkan bahwa semua data di atas baik variabel X (kualitas pelayanan) dan variabel Y (kepuasan konsumen) berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan, Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear⁵⁰. Kedua variabel harus diuji dengan menggunakan uji F pada taraf signifikan 5%. Uji F dikenal dengan Uji serentak atau uji Model/Uji Anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Atau untuk menguji apakah model regresi yang kita buat baik/signifikan atau tidak baik/non signifikan⁵¹.

Dengan kriteria jika $F_{hitung} \geq 0,05$ maka data tersebut linier, Sedangkan jika $F_{hitung} \leq 0,05$ maka data tersebut tidak linier.

Berdasarkan hasil analisis data yang diolah dengan menggunakan program Microsoft Excel 2010, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.8 Hasil Uji Linieritas

F Hitung	Taraf Perbandingan
8,831312299	0,05

Dari tabel di atas diketahui bahwa F_{hitung} sebesar 8,831312299. Berdasarkan kriteria yang ada, maka data tersebut linier karena $F_{hitung} \geq 0,05$.

⁵⁰ Duwi Consultant, "Jasa Olah Data dan konsultasi SPSS untuk Skripsi, Tesis, atau Umum", dalam <http://duwiconsultant.blogspot.com/2011/11/uji-linieritas.html>, diambil tanggal 11 Juli 2020, pukul 13.25 Wib.

⁵¹ Anwar Hidayat, "Stastistikian", dalam <https://www.statistikian.com/2013/01/uji-f-dan-uji-t.html>, diambil tanggal 10 Juli 2020, pukul 13.37 Wib.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah uji yang menilai apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Uji ini merupakan salah satu dari uji asumsi klasik yang harus dilakukan pada regresi linear. Apabila asumsi heteroskedastisitas tidak terpenuhi, maka model regresi dinyatakan tidak valid sebagai alat peramalan. Tujuan dari uji heteroskedastisitas ini adalah untuk mengetahui adanya penyimpangan dari syarat-syarat asumsi klasik pada regresi linear, di mana dalam model regresi harus dipenuhi syarat tidak adanya heteroskedastisitas⁵².

Uji ini bertujuan untuk mencari nilai P-value yang mana data dari absolut residual dijadikan variabel Y yang diregresikan dengan X. Dengan kriteria jika $P\text{-value} \geq 0,05$ maka data tersebut hetero (tidak ada kesamaan varian), sedangkan jika $P\text{-value} \leq 0,05$ maka data tersebut tidak hetero (ada kesamaan varian).

Berdasarkan hasil analisis data yang diolah dengan menggunakan program Microsoft Excel 2010, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas

P-value X (Kulaitas Pelayanan)	Taraf Perbandingan
0,052662137	0,05

⁵² Anwar Hidayat, "Stastistikian", dalam <https://www.statistikian.com/2013/01/uji-heteroskedastisitas.html>, diambil tanggal 11 Juli 2020, pukul 16.03 Wib.

Dari tabel di atas diketahui bahwa nilai dari P-value variabel X menunjukkan hasil yang lebih besar dari taraf perbandingan yaitu 0,05. maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada kesamaan varian dari data tersebut karena $P\text{-value} \geq 0,05$.

4. Uji Validitas dan Uji Realibilitas

a. Uji Validitas

1) Uji Validitas Variabel X (Kualitas Pelayanan)

Berdasarkan hasil analisis data yang diolah dengan menggunakan program Microsoft Excel 2010, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel X

Item Pertanyaan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	0,655	0,3365	Valid
2	0,332	0,3365	Invalid
3	0,697	0,3365	Valid
4	0,703	0,3365	Valid
5	0,746	0,3365	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada item pernyataan variabel X (kualitas pelayanan) di atas, yang berdasarkan $R_{hitung} \geq R_{tabel}$ terdapat 1 pernyataan yang invalid dari semua pernyataan, yaitu 5 pernyataan. Sehingga bisa digunakan sebagai instrumen penelitian.

2) Uji Validitas Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

Berdasarkan hasil analisis data yang diolah dengan menggunakan program Microsoft Excel 2010, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Y

Item Pertanyaan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	0,581	0,3365	Valid
2	0,674	0,3365	Valid
3	0,642	0,3365	Valid
4	0,682	0,3365	Valid
5	0,678	0,3365	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada item pernyataan variabel Y (kepuasan konsumen) di atas, yang berdasarkan $R_{hitung} \geq R_{tabel}$ semua pernyataan valid, yaitu 5 pernyataan. Sehingga bisa digunakan sebagai instrumen penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Merupakan ukuran kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan untuk lebih dari satu variabel. Namun sebaiknya uji reliabilitas sebaiknya dilakukan pada masing-masing variabel pada lembar

kerja yang berbeda sehingga dapat diketahui konstruk variabel mana yang tidak reliabel⁵³.

Kriteria uji reliabilitas :

Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai cronbach's alpha $\geq 0,60$.

Berdasarkan hasil analisis data yang diolah dengan menggunakan program Microsoft Excel 2010, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Reliabilitas	Cronbach's Alpha	Keterangan
X (Kualitas Pelayanan)	0,609	0,60	Reliabel
Y (Kepuasan Konsumen)	0,617	0,60	Reliabel

Dari tabel di atas, diketahui bahwa hasil dari uji reliabilitas dari variabel independen dalam penelitian ini (X) dan variabel dependen (Y) lebih dari 0,60 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa data tersebut reliabel, yang berarti bahwa kuesioner dari masing-masing variabel dapat digunakan dalam penelitian.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linier Sederhana

⁵³ Akbar, *Modul Praktikum Metode Riset Untuk Bisnis & Manajemen : program studi manajemen s1 fakultas bisnis & manajemen*, (Bandung: Universitas Widyatama, 2007), 24.

Regresi linier sederhana adalah suatu metode yang digunakan untuk melihat bentuk hubungan antar satu variabel independent (bebas) dan mempunyai hubungan garis lurus dengan variabel dependennya (terikat)⁵⁴. Adapun rumus dari regresi linear sederhana adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y : variabel dependen

a : konstanta

b : koefisien regresi

X : variabel independen

Berdasarkan hasil analisis data yang diolah dengan menggunakan program Microsoft Excel 2010, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi

Model	Coefficients	Standard Error	T stat
Intercept (a)	9,699	3,138	3,090
Kualitas Pelayanan (X)	0,491	0,165	2,971

Langkah selanjutnya adalah mencari persamaan regresi dari variabel X terhadap variabel Y. Dari data yang ada, diketahui bahwa :

$$Y = 9,699 + 0,491 X$$

⁵⁴ Hendra Setya Raharja, "Pengertian Dan Contoh Soal Regresi Linier Sederhana", dalam <https://statmat.id/regresi-linier-sederhana/>, diambil 16 Juli 2020, pukul 05.36 Wib.

Maka untuk mencari persamaan regresi variabel X terhadap variabel Y adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX \quad \rightarrow \quad Y = 9,699 + 0,491 X$$

Dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa:

- 1) Nilai konstanta (a) adalah 9,699

Artinya : Apabila tidak ada perubahan dari kualitas pelayanan (variabel X adalah 0), maka kepuasan konsumen (variabel Y) ada sebesar 9,699.

- 2) Nilai koefisien regresi dari kualitas pelayanan (b) adalah 0,491. Koefisien regresi positif (searah), sebesar 0,491 artinya, Jika kualitas pelayanan (X) meningkat sebesar 1 satuan, maka kepuasan konsumen (Y) juga akan meningkat sebesar 0,491.

Kesimpulannya, jika kualitas pelayanan meningkat maka kepuasan konsumen juga akan meningkat.

b. Uji T

Uji T dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan yang signifikan (meyakinkan) dari dua buah *mean* sampel dari dua variabel yang dikomparatifkan⁵⁵.

⁵⁵ Hartono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR, 2012), 178.

Dengan kriteria jika $T_{hitung} \geq T_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sedangkan jika $T_{hitung} \leq T_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Sedangkan untuk melihat t_{tabel} (mencari df) adalah dengan rumus sebagai berikut :

$$n-k-1$$

Keterangan :

n : Jumlah Responden

k : Jumlah Variabel

$$25 - 2 - 1 = 22$$

Berarti $df = 22$ dengan probabilitas (pr) 5% atau 0,05.

Tahap selanjutnya, data dianalisis untuk mencari tahu tentang ada atau tidaknya perbedaan yang signifikan (meyakinkan) dari dua buah *mean* sampel dari dua variabel yang dikomparatifkan.

Berdasarkan hasil analisis data yang diolah dengan menggunakan program Microsoft Excel 2010, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.14 Hasil Uji T Variabel X

Variabel	T Hitung	T Tabel
Kualitas Pelayanan (X)	2,971	1,717

Dari tabel di atas, diperoleh nilai T_{hitung} sebesar 2,971 dan nilai T_{tabel} sebesar 1,717. Karena nilai $T_{hitung} \geq T_{tabel}$

maka H_a diterima dan H_o ditolak. Jadi dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan (variabel X) terhadap kepuasan konsumen (variabel Y).

c. Mencari Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui seberapa besar kemampuan semua variabel bebas dalam menjelaskan varian dari variabel terikatnya. Secara sederhana koefisien determinasi dihitung dengan mengkuadratkan Koefisien Korelasi (R)⁵⁶.

Berdasarkan hasil analisis data yang diolah dengan menggunakan program Microsoft Excel 2010, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.15 Hasil Uji R Square

Multiple R	R Square (R^2)	Standard Error
0,526	0,277	2,376

Dari tabel di atas, diketahui nilai R Square (R^2) = 0,277. Dari hasil R Square (R^2) tersebut selanjutnya akan diubah dalam bentuk persen, yaitu dengan cara sebagai berikut :

$$(R^2) \times 100\%$$

$$0,277 \times 100 = 27,7\%$$

⁵⁶ Konsultan Statistik, "Layanan jasa analisis data statistik untuk riset atau keperluan lain", dalam <http://www.konsultanstatistik.com/2011/07/koefisien-determinasi-pada-regresi.html>, diambil tanggal 13 Juli 2020, pukul 12.14 Wib.

Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan (variabel X) yang mempengaruhi kepuasan konsumen (variabel Y) adalah sebesar 27,7%, sedangkan untuk sisanya yang dari 100% yaitu 72,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

I. Pembahasan

Berdasarkan hasil uji penelitian dari analisis regresi linier pada sub bahasan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa koefisien regresi variabel X (kualitas pelayanan) adalah sebesar 0,491 ($b = 0,491$). Koefisien regresi positif (searah), sebesar 0,491 yang artinya, Jika kualitas pelayanan (X) meningkat sebesar 1 satuan, maka kepuasan konsumen (Y) juga akan meningkat sebesar 0,491. Kesimpulannya, jika kualitas pelayanan meningkat maka kepuasan konsumen juga akan meningkat.

Berdasarkan hasil uji T pada variabel X (kualitas pelayanan) terhadap variabel Y (kepuasan konsumen) pada sub bahasan sebelumnya menunjukkan nilai T_{hitung} sebesar 2,971 dan nilai T_{tabel} sebesar 1,717. Karena nilai $T_{hitung} \geq T_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_o ditolak. Jadi dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan (variabel X) terhadap kepuasan konsumen (variabel Y).

Sedangkan hasil dari uji koefisien determinasi (R^2) adalah 0,277 yang diubah dalam bentuk persen (%) adalah $0,277 \times 100 \% = 27,7 \%$. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan (variabel X)

yang mempengaruhi kepuasan konsumen (variabel Y) adalah sebesar 27,7%, sedangkan untuk sisanya yang dari 100% yaitu 72,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Zulfikar Store**” maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji T pada variabel X (Kualitas Pelayanan) diperoleh nilai T_{hitung} sebesar 2,971 dan nilai T_{tabel} sebesar 1,717. Karena nilai $T_{hitung} \geq T_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_o ditolak. Jadi dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan (variabel X) terhadap kepuasan konsumen (variabel Y).
2. Berdasarkan hasil koefisien determinasi (R^2), diketahui nilai koefisien determinasinya (R^2) yaitu 0,277 (27,7 %). Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan (variabel X) yang mempengaruhi kepuasan konsumen (variabel Y) adalah sebesar 27,7%, sedangkan untuk sisanya yang dari 100% yaitu 72,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan adalah :

1. Bagi pihak terkait disarankan agar lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diterapkan sehingga konsumen semakin meningkat.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain atau alat analisis lain dalam meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Dengan harapan peneliti selanjutnya dapat lebih menyempurnakan apa yang belum sempurna sehingga hasil penelitian bisa lebih sempurna dari sebelumnya.

Lampiran 1: Dokumentasi



Lampiran 2 : Pernyataan Keaslian Tulisan

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nurul Huda

NIM : 201593290107

Program Studi: Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa **skripsi** dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Zulfikar Store” ini secara keseluruhan adalah hasil peneliiian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya, dan bebas dari plagiarisme. Jika di kemudian hari terbukti bukan karya sendiri atau melakukan plagiarisi, maka saya siap ditindak sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Bangkalan, 10 Agustus 2020

Saya yang menyatakan

Nurul Huda

NIM. 201593290107

Lampiran 3 : Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Nurul Huda
Tempat/Tgl Lahir : Madura 18 Mei 1997
Alamat Rumah : Arosbaya
Nama Ayah : Zali
Nama Ibu : Romlah

B. Riwayat Pendidikan

SD/MI : SDN Karang Asih 05 (2009)
SMP/MTs : MTs Darul Hikmah (2012)
SMA/MA : SMK Darul Hikmah (2015)

Lampiran 4 : Kartu Bukti Bimbingan

Lampiran 5 : Surat Keterangan Penelitian

Lampiran 6 : Pedoman Kuesioner

PERMOHONAN PENGISIAN KUESIONER PENELITIAN
 SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM DARUL HIKMAH
 LANGKAP BURNEH BANGKALAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Responden yang terhormat,

Dalam rangka menyelesaikan skripsi di Sekolah Tinggi Islam Darul Hikmah (STAI DHI) Langkap Burneh bangkalan jurusan Ekonomi Syariah, saya sebagai peneliti memohon bantuan kepada para peritel agar berkenan memberikan jawaban kuesioner yang telah saya sajikan dalam lembar berikutnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ZULFIKAR STORE”.

Bersama ini saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi daftar kuesioner yang diberikan. Mohon diisi dengan lengkap dan mohon jangan dibiarkan tidak dijawab. Kelengkapan jawaban akan sangat mempengaruhi hasil analisis dalam penelitian ini. Saya berharap Bapak/Ibu/Saudara/i menjawab dengan yang sebenarnya. Sesuai kode etik penelitian, saya menjamin kerahasiaan semua data yang saudara berikan.

Besar harapan peneliti atas partisipasi untuk pengisian kuesioner ini, karena jawaban dari Bapak/Ibu/Saudara/i tersebut merupakan kontribusi yang sangat berharga bagi peneliti. Atas perhatian Bapak/Ibu/Saudara/i, saya ucapkan terima kasih dan peneliti mohon maaf apabila ada pertanyaan yang tidak berkenan di hati Bapak/Ibu/Saudara/i.

Wassalamu’alaikum Wr. Wb.

HORMAT SAYA,

PENELITI

Nurul Huda

NIM : 201593290107

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis Kelamin :
4. Tingkat Pendidikan :

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Untuk pertanyaan dibawah ini, pilihlah salah satu jawaban yang menurut saudara paling tepat, dengan cara mencontreng (\surd) huruf pilihan yang tersedia. Isilah jawaban dengan keadaan yang sebenarnya.

- Keterangan :
- SS : Sangat Setuju
 S : Setuju
 KS : Kurang Setuju
 TS : Tidak Setuju
 STS : Sangat Tidak Setuju

VARIABEL X (KUALITAS PELAYANAN)						
NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Pelayanan yang diberikan terpercaya					
2	Respon layanan yang diberikan cepat					
3	Memberikan keamanan kepada konsumen					
4	Lebih mengutamakan konsumen daripada urusan pribadi					
5	Mampu memberikan pelayanan yang memuaskan					

VARIABEL Y (KEPUASAN KONSUMEN)						
NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Kualitas produk yang disediakan sangat bagus sehingga membuat konsumen yakin dan senang untuk berbelanja					
2	Harga-harga produk yang ada sangat terjangkau dan sesuai harapan konsumen					
3	Dalam melayani konsumen, karyawan melayani dengan ramah sehingga konsumen puas secara emosional					
4	Letak posisi produk yang dijual memudahkan konsumen saat berbelanja di koperasi					
5	Pengalaman karyawan dalam pelayanannya terhadap konsumen sangat bagus dan memuaskan					

Demikin atas jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan, saya ucapkan banyak terima kasih.

Lampiran 7 : Hasil Analisis Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

1. Variabel X (Kualitas Layanan)

Uji Validitas dan Reliabilitas Angket							
Nomor	Item Pernyataan					X	X ²
Responden	1	2	3	4	5		
1	5	3	4	3	4	19	361
2	4	5	4	3	3	19	361
3	4	4	4	4	5	21	441
4	4	4	4	5	4	21	441
5	3	4	4	4	5	20	400
6	5	4	3	4	5	21	441
7	5	4	5	5	5	24	576
8	5	5	2	5	4	21	441
9	3	4	3	3	4	17	289
10	4	2	3	2	4	15	225
11	4	4	3	2	4	17	289
12	4	5	4	4	5	22	484
13	4	4	3	3	4	18	324
14	5	4	5	4	5	23	529
15	4	4	1	4	4	17	289
16	3	4	1	4	3	15	225
17	4	4	2	3	4	17	289
18	3	4	3	3	4	17	289
19	3	3	4	4	3	17	289
20	5	4	5	5	4	23	529
21	4	4	4	1	3	16	256
22	3	4	3	4	2	16	256
23	4	4	3	2	3	16	256
24	5	4	5	4	5	23	529
25	4	4	2	2	2	14	196
ΣX	101	99	84	87	98	469	9005
ΣX^2	421	401	314	331	404	rerata	18.76
r_{xy}	0.655	0.332	0.697	0.703	0.746	-----> di ubah sesuai r tabel	
r _{tabel}	0.3365	0.3365	0.3365	0.3365	0.3365		
D	Valid	Invalid	Valid	Valid	Valid		

σ_i^2	0.54	0.373	1.323	1.177	0.827
$\Sigma\sigma_i^2$	4.24				
σ_t^2	8.262				
Reliabilitas	0.609	Reliabilitas			

Jumlah Responden	25
Jumlah Item Pertanyaan (k)	5
k-1	4

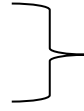


2. Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

Uji Validitas dan Reliabilitas Angket							
Nomor	Item Pernyataan					Y	Y ²
Responden	1	2	3	4	5		
1	4	5	4	4	3	20	400
2	4	4	4	3	3	18	324
3	4	4	5	5	5	23	529
4	4	4	5	5	4	22	484
5	3	4	4	4	4	19	361
6	3	4	2	5	5	19	361
7	4	4	5	3	5	21	441
8	5	4	5	3	5	22	484
9	4	4	4	4	4	20	400
10	4	3	4	4	2	17	289
11	5	4	5	4	4	22	484
12	4	3	4	3	3	17	289
13	4	3	3	4	4	18	324
14	5	5	5	5	5	25	625
15	5	4	5	3	4	21	441
16	4	3	4	2	3	16	256
17	3	3	4	1	4	15	225
18	3	3	4	4	3	17	289
19	3	4	3	3	4	17	289
20	4	4	5	4	5	22	484
21	3	4	4	3	3	17	289
22	4	2	4	3	3	16	256
23	3	4	4	3	4	18	324
24	4	3	4	1	3	15	225
25	4	4	3	1	4	16	256
ΣY	97	93	103	84	96	473	9129
ΣY²	387	357	439	316	386	rerata	18.92
r_{xy}	0.581	0.674	0.642	0.682	0.678	-----> di ubah sesuai r tabel	
r_{tabel}	0.3365	0.3365	0.3365	0.3365	0.3365		
D	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid		
σ_i²	0.443	0.46	0.61	1.407	0.723		
Σσ_i²	3.643						
σ_t²	7.194						

Reliabilitas	0.617	Reliabilitas
--------------	-------	--------------

Jumlah Responden	25
Jumlah Item Pertanyaan (k)	5
k-1	4



Lampiran 8 : Hasil Analisis Uji Normalitas

1. Variabel X (Kualitas Layanan)

No.	Var I	Freq	Cumul	$S_n(x)$	Z-Score	F(x)	Difference
1	14	1	1	0.04	-1.622517767	0.052346	0.012346266
2	15	1	2	0.08	-1.28165269	0.099982	0.019982254
3	15	1	3	0.12	-1.28165269	0.099982	0.020017746
4	16	1	4	0.16	-0.940787613	0.173407	0.013406855
5	16	1	5	0.2	-0.940787613	0.173407	0.026593145
6	16	1	6	0.24	-0.940787613	0.173407	0.066593145
7	17	1	7	0.28	-0.599922536	0.274279	0.005721069
8	17	1	8	0.32	-0.599922536	0.274279	0.045721069
9	17	1	9	0.36	-0.599922536	0.274279	0.085721069
10	17	1	10	0.4	-0.599922536	0.274279	0.125721069
11	17	1	11	0.44	-0.599922536	0.274279	0.165721069
12	17	1	12	0.48	-0.599922536	0.274279	0.205721069
13	18	1	13	0.52	-0.259057459	0.397795	0.122204546
14	19	1	14	0.56	0.081807618	0.5326	0.027399849
15	19	1	15	0.6	0.081807618	0.5326	0.067399849
16	20	1	16	0.64	0.422672696	0.663733	0.02373296
17	21	1	17	0.68	0.763537773	0.777429	0.097428628
18	21	1	18	0.72	0.763537773	0.777429	0.057428628
19	21	1	19	0.76	0.763537773	0.777429	0.017428628
20	21	1	20	0.8	0.763537773	0.777429	0.022571372
21	22	1	21	0.84	1.10440285	0.865291	0.025290787
22	23	1	22	0.88	1.445267927	0.925809	0.045808678
23	23	1	23	0.92	1.445267927	0.925809	0.005808678
24	23	1	24	0.96	1.445267927	0.925809	0.034191322
25	24	1	25	1	1.786133004	0.962961	0.037038863

Statistik	Var I
N Sampel	25
Mean	18.760
Simpangan Baku	2.934
D Hitung	0.206
D Tabel	0.264
Normal	

2. Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

No.	Var I	Freq	Cumul	$S_n(x)$	Z-Score	F(x)	Difference
1	15	1	1	0.04	-1.432018211	0.076069	0.036069305
2	15	1	2	0.08	-1.432018211	0.076069	0.003930695
3	16	1	3	0.12	-1.066707443	0.143052	0.023051983
4	16	1	4	0.16	-1.066707443	0.143052	0.016948017
5	16	1	5	0.2	-1.066707443	0.143052	0.056948017
6	17	1	6	0.24	-0.701396675	0.241528	0.001527748
7	17	1	7	0.28	-0.701396675	0.241528	0.038472252
8	17	1	8	0.32	-0.701396675	0.241528	0.078472252
9	17	1	9	0.36	-0.701396675	0.241528	0.118472252
10	17	1	10	0.4	-0.701396675	0.241528	0.158472252
11	18	1	11	0.44	-0.336085907	0.368403	0.071596957
12	18	1	12	0.48	-0.336085907	0.368403	0.111596957
13	18	1	13	0.52	-0.336085907	0.368403	0.151596957
14	19	1	14	0.56	0.029224861	0.511657	0.048342627
15	19	1	15	0.6	0.029224861	0.511657	0.088342627
16	20	1	16	0.64	0.39453563	0.653407	0.013407186
17	20	1	17	0.68	0.39453563	0.653407	0.026592814
18	21	1	18	0.72	0.759846398	0.776327	0.056326797
19	21	1	19	0.76	0.759846398	0.776327	0.016326797
20	22	1	20	0.8	1.125157166	0.869739	0.06973878
21	22	1	21	0.84	1.125157166	0.869739	0.02973878
22	22	1	22	0.88	1.125157166	0.869739	0.01026122
23	22	1	23	0.92	1.125157166	0.869739	0.05026122
24	23	1	24	0.96	1.490467934	0.931949	0.028050621
25	25	1	25	1	2.22108947	0.986828	0.013172451

Statistik	Var I
N Sampel	25
Mean	18.920
Simpangan Baku	2.737
D Hitung	0.158
D Tabel	0.264
Normal	

Lampiran 9 : Hasil Analisis Uji Regresi

SUMMARY OUTPUT

<i>Regression Statistics</i>	
	0.5267
Multiple R	27
	0.2774
R Square	41
Adjusted R	0.2460
Square	25
Standard	2.3769
Error	27
Observatio	
ns	25

ANOVA

	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>
Regression	1	49.895	49.895	8.831	0.00682
Residual	23	129.945	5.649	312	8
Total	24	179.84	783		

	<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>	<i>Lower 95%</i>	<i>Upper 95%</i>	<i>Lower 95.0%</i>	<i>Upper 95.0%</i>
Intercept	9.6998	3.13880	3.090	0.005	3.20672	16.19	3.2067	16.192
X	0.4914	0.16538	2.971	0.006	0.14935	0.833	0.1493	0.8336

RESIDUAL OUTPUT

<i>Observation</i>	<i>Predicted Y</i>	<i>Residuals</i>	<i>Absolut Residuals</i>	<i>X</i>
1	19.03796	0.962045	0.962045	19
2	19.03796	-1.03796	1.037955	19
3	20.02091	2.979086	2.979086	21
4	20.02091	1.979086	1.979086	21
5	19.52943	-0.52943	0.529435	20
6	20.02091	-1.02091	1.020914	21
7	21.49535	-0.49535	0.495352	24

8	20.02091	1.979086	1.979086	21
9	18.055	1.945004	1.945004	17
10	17.07204	-0.07204	0.072037	15
11	18.055	3.945004	3.945004	17
12	20.51239	-3.51239	3.512393	22
13	18.54648	-0.54648	0.546476	18
14	21.00387	3.996127	3.996127	23
15	18.055	2.945004	2.945004	17
16	17.07204	-1.07204	1.072037	15
17	18.055	-3.055	3.054996	17
18	18.055	-1.055	1.054996	17
19	18.055	-1.055	1.054996	17
20	21.00387	0.996127	0.996127	23
21	17.56352	-0.56352	0.563517	16
22	17.56352	-1.56352	1.563517	16
23	17.56352	0.436483	0.436483	16
24	21.00387	-6.00387	6.003873	23
25	16.58056	-0.58056	0.580558	14

SUMMARY OUTPUT

<i>Regression Statistics</i>	
Multiple R	0.391935
R Square	0.153613
Adjusted R Square	0.116814
Standard Error	1.374684
Observations	25

ANOVA

	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>
Regression	1	7.888482	7.888482	4.174339	0.052662
Residual	23	43.46438	1.889756		
Total	24	51.35286			

	<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>	<i>Lower 95%</i>	<i>Upper 95%</i>	<i>Lower 95.0%</i>	<i>Upper 95.0%</i>
Intercept	-1.89307	1.815313	-1.04284	0.307862	-5.64834	1.862188	-5.64834	1.862188
X	0.195422	0.095649	2.04312	0.052662	-0.00244	0.393287	-0.00244	0.393287

Lampiran 10 : Tabel R

Tabel r untuk df = 1 - 30					
df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541

Lampiran 11 : Tabel D

Tabel Nilai Kritis Uji Kolmogorov-Smirnov					
N	$\alpha = 0,20$	$\alpha = 0,10$	$\alpha = 0,05$	$\alpha = 0,02$	$\alpha = 0,01$
1	0.900	0.950	0.975	0.990	0.995
2	0.684	0.776	0.842	0.900	0.929
3	0.565	0.636	0.708	0.785	0.829
4	0.493	0.565	0.624	0.689	0.734
5	0.447	0.509	0.563	0.627	0.669
6	0.410	0.468	0.519	0.577	0.617
7	0.381	0.436	0.483	0.538	0.576
8	0.359	0.410	0.454	0.507	0.542
9	0.339	0.387	0.430	0.480	0.513
10	0.323	0.369	0.409	0.457	0.486
11	0.308	0.352	0.391	0.437	0.468
12	0.296	0.338	0.375	0.419	0.449
13	0.285	0.325	0.361	0.404	0.432
14	0.275	0.314	0.349	0.390	0.418
15	0.266	0.304	0.338	0.377	0.404
16	0.258	0.295	0.327	0.366	0.392
17	0.250	0.286	0.318	0.355	0.381
18	0.244	0.279	0.309	0.346	0.371
19	0.237	0.271	0.301	0.337	0.361
20	0.232	0.265	0.294	0.329	0.352
21	0.226	0.259	0.287	0.321	0.344
22	0.221	0.253	0.281	0.314	0.337
23	0.216	0.247	0.275	0.307	0.330
24	0.212	0.242	0.269	0.301	0.323
25	0.208	0.238	0.264	0.295	0.317
26	0.204	0.233	0.259	0.290	0.311
27	0.200	0.229	0.254	0.284	0.305
28	0.197	0.225	0.250	0.279	0.300
29	0.193	0.221	0.246	0.275	0.295
30	0.190	0.218	0.242	0.270	0.290
35	0.177	0.202	0.224	0.251	0.269
40	0.165	0.189	0.210	0.235	0.252
45	0.156	0.179	0.198	0.222	0.238

Lampiran 12 : Tabel T

Titik Persentase Distribusi t d.f. = 1 – 40							
Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
Df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

