

**PENGARUH EKSPEKTASI, HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN PADANG DI KECAMATAN  
PONOROGO KABUPATEN PONOROGO**

**SKRIPSI**



**Nama : Wawan Dwi Sambodo**

**NIM : 15413907**

**Program Studi : Pemasaran**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2021**

**PENGARUH EKSPEKTASI, HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN PADANG DI KECAMATAN  
PONOROGO KABUPATEN PONOROGO**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat  
guna memperoleh gelar sarjana Program Strata Satu (S-1)  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

**Nama : Wawan Dwi Sambodo**

**NIM : 15413907**

**Program Studi : Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2021**

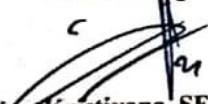
## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Ekspektasi, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap  
Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Padang di Kecamatan  
Ponorogo Kabupaten Ponorogo  
Nama : Wawan Dwi Sambodo  
Nim : 15413907  
Program Studi : Manajemen


Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan  
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 04 Februari 2021

Pembimbing I

  
Nani Kristiyana, SE., MM.  
NIDN. 0721117501

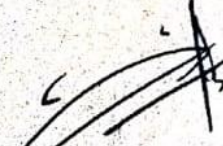
Pembimbing II

  
Eka Destriyanto Pristi A., S.AB., MM.  
NIDN. 0711128404

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi

  
Dr. Hadi Sumarsono, SE., Msi.  
NIK. 19760508 200501 11

Dosen Penguji

  
Nani Kristiyana, SE., MM. (Drs. Setyo Adjie., MM.) (Fery Setiawan., SE., MM.)  
NIDN. 0721117501 NIDK. 8856080018 NIDN. 0720128904

## MOTTO

*“Ekspektasi yang membumi, Harga yang terjangkau dan  
Kualitas Layanan yang mendukung  
adalah penyangga utama tingginya Kepuasan Konsumen”*

(Wawan Dwi Sambodo)



## **PERSEMBAHAN**

### **Yang Utama dari Segalanya**

Untuk Allah SWT. sebagai amal ibadahku dalam hidup  
Untuk junjunganku, baginda Rasulullah Muhammad SAW.  
Sholawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaannya.

### **Orang Tuaku Tercinta**

Sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga.  
Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Ibu dan Ayah bahagia,...

Terima Kasih untuk segalanya,....

(Wawan Dwi Sambodo)



## RINGKASAN

Kepuasan Konsumen adalah membandingkan antara apa yang diharapkan dengan hasil yang diberikan perusahaan. Jika konsumen merasa puas dengan suatu produk, jasa atau merek, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakan serta memberitahu orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti *Ekspektasi* yang dipatuhi, *Harga* Konsumen yang terpelihara serta *Kualitas Layanan* yang kondusif.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh Ekspektasi, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu data yang dapat dihitung berupa angka-angka. Penelitian dengan metode kuantitatif ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh Ekspektasi, Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo. Analisis data penulis lakukan diawali dengan pengumpulan dan pengolahan data berupa kuesioner tertutup dengan skala likert dimana alternatif jawaban nilai 1 sampai dengan 5 pemberian skor dilakukan atas jawaban pertanyaan baik mengenai *Ekspektasi* ( $X_1$ ), *Harga* ( $X_2$ ), dan *Kualitas Layanan* ( $X_3$ ) maupun *Kepuasan Konsumen* ( $Y$ ).

Berdasarkan hasil pembahasan sesuai dengan data yang dikelola dengan model analisis regresi linear berganda disimpulkan bahwa; Berdasarkan hasil uji t variabel independen *Ekspektasi*, diperoleh nilai t hitung  $>$  t tabel ( $2,107 > 1,984$ ), maka  $H_0$  ditolak, artinya terdapat pengaruh *Ekspektasi* terhadap Kepuasan Konsumen. *Harga*, diperoleh nilai t hitung  $<$  t tabel ( $1,460 < 1,984$ ) maka  $H_0$  diterima, artinya tidak terdapat pengaruh *Harga* terhadap Kepuasan Konsumen. *Kualitas Layanan*, diperoleh nilai t hitung  $>$  t tabel ( $9,359 > 1,984$ ) maka  $H_0$  ditolak, artinya terdapat pengaruh *Kualitas Layanan* terhadap Kepuasan Konsumen.

Sementara berdasarkan hasil uji F variabel dependen Kepuasan Konsumen, diperoleh nilai F hitung  $>$  F tabel ( $100,529 > 2,70$ ) maka  $H_0$  ditolak, artinya terdapat pengaruh Ekspektasi, Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dengan pengaruh tertinggi pada faktor Kualitas Layanan dengan nilai t hitung  $>$  t tabel ( $9,359 > 1,984$ ).

**Key Word: Ekspektasi, Harga, Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen**

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena dengan izin dan ridho-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul: *Pengaruh Ekspektasi, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo.*

Sehubungan dengan itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Dr. H. Happy Susanto, MA., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Dr. Hadi Sumarsono, SE, MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Naning Kristiyana, SE MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo
4. Naning Kristiyana, SE MM., selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan kesabaran dalam memberikan arahan dan bimbingan pada penulis.
5. Eka Destriyanto Pristi A. S.AB.,MM., selaku pembimbing II yang telah mengarahkan penulis.
6. Orang Tuaku dan keluarga tercinta, yang selalu mengiringi langkahku dengan do'a dan semangat yang tak pernah pupus.
7. Untuk teman, sahabat dan kerabat dan semua pihak yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah memberikan bantuan, terimakasih untuk do'anya.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Ponorogo, 4 Februari 2021

Penulis



Wawan Dwi Sambodo

**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR  
KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya penulis sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 4 Februari 2021

Penulis



Wawan Dwi Sambodo



## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan .....	ii
Motto.....	iii
Persembahan .....	iv
Ringkasan .....	v
Kata Pengantar .....	vi
Pernyataan Tidak Melanggar Kode Etik Penelitian .....	vii
Daftar Isi .....	viii
Daftar Tabel .....	x
Daftar Gambar .....	xi
Daftar Bagan .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Perumusan Masalah .....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
A. Landasan Teori .....	8
B. Penelitian Terdahulu .....	16
C. Kerangka Pemikiran .....	18
D. Hipotesis .....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
A. Ruang Lingkup Penelitian .....	23
B. Populasi dan Sampel Penelitian .....	23
C. Jenis dan Sumber Data .....	25
D. Metode Pengambilan Data.....	26
E. Variabel dan Definisi Operasional Variabel .....	27
F. Metode Analisis Data .....	30

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	39
A. Hasil Penelitian .....	39
B. Analisis Data .....	42
C. Pembahasan .....	57
BAB V PENUTUP .....	61
A. Kesimpulan .....	61
B. Saran .....	61
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 3.1.	Bobot Nilai Setiap Pernyataan .....	31
Tabel 4.1.	Jenis Kelamin Responden .....	39
Tabel 4.2.	Usia Responden .....	40
Tabel 4.3.	Pendidikan Terakhir Responden .....	40
Tabel 4.4.	Penghasilan Perbulan .....	41
Tabel 4.5.	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian .....	42
Tabel 4.6.	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	44
Tabel 4.7.	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	45
Tabel 4.8.	Hasil Analisis Korelasi Berganda .....	47
Tabel 4.9.	Kriteria Penilaian Korelasi Berganda .....	47
Tabel 4.10.	Hasil Analisis Korelasi Berganda .....	48
Tabel 4.11.	Hasil Uji t Ekspektasi .....	50
Tabel 4.12.	Hasil Uji t Harga .....	52
Tabel 4.13.	Hasil Uji t Kualitas Layanan .....	53
Tabel 4.14.	Hasil Uji F .....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Harapan Pelanggan .....	12
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran .....	19
Gambar 3.1	Uji t .....	36
Gambar 3.2	Uji F .....	37
Gambar 4.1	Daerah Penentuan Uji t .....	50
Gambar 4.2	Daerah Penentuan Pengaruh Ekspektasi .....	51
Gambar 4.3	Daerah Penentuan Pengaruh Harga .....	53
Gambar 4.4	Daerah Penentuan Pengaruh Kualitas Layanan .....	54
Gambar 4.5	Daerah Penentuan Uji F .....	55
Gambar 4.6	Daerah Penentuan pengaruh variabel independen/ $X_1$ , $X_2$ dan $X_3$ (Ekspektasi, Harga dan Kualitas Layanan secara bersama-sama/simultan terhadap variabel dependen/ $Y$ (Kepuasan Konsumen) .....	57

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dalam perkembangan konsep pemasaran mutakhir, konsumen menempati posisi sentral bagi perusahaan. Karena itu, perusahaan yang berlomba-lomba memewujudkan ekspektasi konsumen dengan menyediakan atau menawarkan produk berkualitas dan jasa yang cepat dan efisien dengan harga yang relatif murah dengan layanan berkelas yang terus menerus ditingkatkan dalam rangka memuaskan konsumen. Kepuasan Konsumen ditentukan oleh berbagai faktor, diantaranya faktor ekspektasi (harapan)nya yang terpenuhi, harga yang terjangkau oleh berbagai kalangan dan layanan yang memuaskan.

Kepuasan Konsumen adalah membandingkan antara apa diharapkan dengan hasil yang diberikan perusahaan. Sudah menjadi pendapat umum bahwa jika konsumen merasa puas dengan suatu produk jasa atau merek, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakan serta memberitahu orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut. Sebaliknya, jika mereka tidak dipuaskan, mereka akan beralih merek serta mengajukan keberatan pada produsen, pengecer dan bahkan menceritakannya pada konsumen lainnya.

Istilah ekspektasi sudah tidak asing lagi bagi sebagian orang. Pada dasarnya ekspektasi merupakan suatu harapan atau sesuatu yang diinginkan

terjadi. Harapan konsumen diyakini mempunyai peranan yang besar dalam evaluasi kualitas produk (barang dan jasa) dan Kepuasan Konsumen .

Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Namun harga juga dapat menjadi indikator kualitas; dimana suatu produk dengan kualitas tinggi akan berani dipatok dengan harga yang tinggi pula.

Kualitas layanan merupakan faktor penting dalam pemasaran. Kualitas dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen. Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas yang baik dilihat dari persepsi konsumen bukan dari persepsi perusahaan. Persepsi konsumen terhadap kualitas layanan merupakan penilaian total atas keunggulan suatu produk yang dapat berupa barang ataupun jasa. Jika perusahaan tidak dapat memenuhi persepsi tersebut, maka akan menimbulkan ketidakpuasan.

Kepuasan Konsumen dewasa ini menjadi perhatian utama pihak manajemen, khususnya pada bisnis restoran, rumah makan dan usaha waralaba yang bergerak dibidang makanan. Kepuasan Konsumen merupakan bagian dari perilaku konsumen yang tidak secara langsung dapat dikendalikan oleh perusahaan. Konsumen adalah aset utama bagi perusahaan, apabila mereka tidak puas maka mereka tidak hanya berhenti melakukan transaksi tetapi juga dapat merusak citra perusahaan dimata konsumen dan calon konsumen lainnya.

Hal ini disadari sepenuhnya oleh pengusaha Rumah Makan Padang yang ada di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo. Karena itu, rumah makan-rumah makan tersebut dengan sekuat tenaga melakukan apapun dalam

mewujudkan harapan atau ekspektasi konsumen, bahkan hingga membuat semacam pengumuman yang di tempelkan di dinding rumah makan mereka yang berbunyi; *Jika Anda puas beritahu keluarga dan teman anda. Jika Anda tidak puas beritahu Kami.*

Berdasarkan observasi dan wawancara yang peneliti lakukan pada Rumah Makan Padang sekecamatan Ponorogo, peneliti temukan beberapa fenomena yang menarik, yaitu; 1) Ekspektasi konsumen terhadap produk (masakan Padang) Rumah Makan Padang adalah bahwa selalu enak meski pada kenyataannya, beberapa rumah makan Padang (yang dikelola orang non Padang) produk masakannya tidak berbeda dengan produk rumah makan pada umumnya, apalagi yang memasang harga murah. 2) Harga untuk sebuah produk makanan Padang relatif mahal. Fakta ini sesuai dengan kenyataan bahwa beberapa jenis produk dan bumbu masakan Padang memang didatangkan langsung (diimpor dari Padang) sehingga produknya dijual lebih mahal. Pada kasus ini yang menarik untuk dikaji adalah fenomena rumah makan Padang yang menjual produknya (masakan Padang) dengan harga yang relatif murah, padahal rasanya tidak jauh berbeda dengan masakan Padang umumnya yang relatif mahal.

Fenomena lainnya adalah Kualitas Layanan Rumah Makan Padang yang memang berkelas dan memiliki gaya tersendiri; yakni pelayan atau pramusaji yang dapat membawa beberapa jenis makanan dalam sekali jalan (dengan piring yang ditumpukkan sedemikian rupa). Keunikan lainnya adalah bahwa saat konsumen hanya memesan satu jenis makanan, pramu saji mengeluarkan dan menyajikan hampir seluruh masakan yang ada dalam

daftar menu, sesuatu yang membuat konsumen akhirnya mencoba masakan lain di luar pesanannya yang ujung-ujungnya akan mendatangkan pemasukan baru bagi Rumah Makan Padang.

Fenomena harga yang dianggap beberapa kali lebih mahal jika dibandingkan dengan rumah makan lainnya, pengusaha *Rumah Makan Padang* mengimbanginya dengan meningkatkan kualitas makanannya, baik dalam pemilihan bahan, kelengkapan bumbu hingga keragaman produk yang disajikan (dengan menambahkan varian dari produk yang sudah ada ataupun dengan menggabungkan resep masakan Padang dengan masakan Jawa dan masakan daerah lainnya). Dari sisi kualitas layanan, selain lebih meningkatkan keterampilan dan kualitas layanan Konsumen pada rumah makan, pengusaha Rumah Makan Padang juga membuka layanan selama 24 jam dan siap mengantar makanan ke pelanggan di rumah (*Delivery Order*).

Sehubungan dengan hal tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen, khususnya di Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo. Dalam penelitian ini dipilih variabel Ekspektasi, Harga dan kualitas layanan sebagai fokus penelitian. Penelitian difokuskan pada tiga variabel tersebut karena diduga variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini berjudul *Pengaruh Ekpektasi, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo*.



## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah Ekspektasi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo?
2. Apakah Harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo?
3. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo?
4. Apakah Ekspektasi, Harga dan Kualitas Layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Sehubungan dengan permasalahan yang disebutkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

- a. Untuk mengetahui pengaruh Ekspektasi secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo

- b. Untuk mengetahui pengaruh Harga secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo
- c. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo
- d. Untuk mengetahui pengaruh Ekspektasi, Harga dan Kualitas Layanan secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo

## **2. Kegunaan Penelitian**

Setelah tujuannya diketahui, penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi:

### **a. Peneliti**

Sebagai pembelajaran dalam penulisan dan penelitian karya ilmiah, khususnya yang berkaitan dengan Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo.

### **b. Lembaga**

Sebagai bahan evaluasi dan masukan bagi pengembangan penulisan dan penelitian karya ilmiah, khususnya yang berkaitan dengan Kepuasan Konsumen .

### **c. Instansi**

Sebagai bahan evaluasi dan masukan bagi peningkatan Kepuasan Konsumen , khususnya yang berhubungan dengan ekspektasi, harga dan kualitas layanan dan pengaruh signifikannya, baik secara parsial

maupun secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo.

d. Peneliti Selanjutnya

Dapat dijadikan bahan acuan dalam pengembangan penulisan dan penelitian selanjutnya, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh ekspektasi, harga dan kualitas layanan terhadap Kepuasan Konsumen .



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Kepuasan Konsumen**

###### **a. Pengertian**

Kepuasan Konsumen adalah hasil (*outcome*) yang dirasakan atas penggunaan produk atau jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan (Yamit, 2011: 78). Kepuasan Konsumen adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan yang diinginkan (Tjiptono, 2015: 24).

Dari definisi-definisi di atas disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah membandingkan antara diharapkan dengan hasil yang diberikan perusahaan dalam usaha memenuhi harapan konsumen.

Gaspers (dalam Nasution, 2015) mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen sangat bergantung kepada persepsi dan harapan konsumen. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen antara lain:

- 1) Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan konsumen ketika sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen produk.

- 2) Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
- 3) Pengalaman dari teman-teman.

Konsumen yang puas adalah konsumen yang merasa mendapatkan nilai dari pemasok, produsen / penyedia jasa. Nilai dapat berasal dari produk, layanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi, seperti terpenuhinya ekspektasi/harapan. Jika nilai dari konsumen adalah harga yang murah, maka konsumen akan puas kepada produsen yang memberikan harga yang kompetitif. Demikian pula jika nilai tersebut bagi konsumen adalah kenyamanan, maka kepuasan akan datang apabila layanan yang diperoleh benar-benar nyaman.

#### **b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen**

Lupiyoadi (2011) menyebutkan lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan Kepuasan Konsumen , antara lain:

##### **1) Kualitas Produk**

Konsumen akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Produk dikatakan berkualitas bagi seseorang, jika produk itu dapat memenuhi kebutuhannya (Montgomery dalam Lupiyoadi, 2011). Kualitas produk ada dua yaitu eksternal dan internal. Salah satu kualitas produk dari faktor eksternal adalah citra merek.

## 2) Kualitas Layanan

Konsumen akan merasa puas bila mendapatkan layanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.

## 3) Emosional

Konsumen merasa puas ketika orang memuji dia karena menggunakan merek yang mahal.

## 4) Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.

## 5) Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

### **c. Indikator Kepuasan Konsumen**

Menurut Tjiptono, Kepuasan Konsumen berkaitan dengan Kepuasan Konsumen (seseorang) setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan yang diinginkan (2015: 24).

Indikator Kepuasan Konsumen dalam penelitian ini mengacu pada Indikator kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2014) sebagai berikut:

#### 1) Barang dan jasa berkualitas.

Produk berkualitas baik dan layanan prima.

## 2) Relationship marketing

Upaya menjalin relasi jangka panjang dengan para pelanggan.

## 3) Program promosi loyalitas

Memberikan semacam penghargaan kepada pelanggan.

## 4) Fokus pada pelanggan terbaik (*best customer*)

Berfokus pada 20 persen dari pelanggan yang secara rutin mengkonsumsi 80 persen dari penjualan.

## 5) Sistem penanganan komplain secara efektif

Memiliki system penanganan komplain yang efektif.

## 6) *Unconditional guarantes*

Janji eksplisit yang disampaikan kepada para pelanggan mengenai tingkat kinerja yang dapat diharapkan bakal mereka terima.

## 7) Program *pay-for-performance*

Program kepuasan pelanggan tidak bisa terlaksana tanpa adanya dukungan sumber daya manusia organisasi.

## 2. Ekspektasi

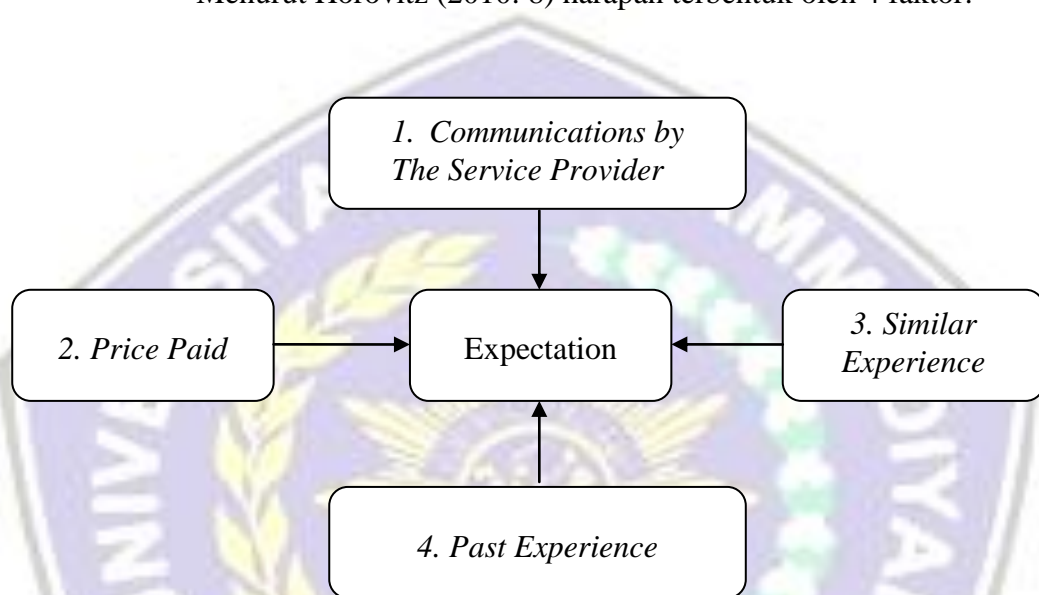
### a. Pengertian

Kata ekspektasi berasal dari bahasa Inggris, *expectation* atau *expectancy*. Bila diterjemahkan langsung ke dalam bahasa Indonesia berarti harapan atau tingkat harapan. Menurut Mulyani dari Olson dan Dover (2014), ekspektasi atau harapan pelanggan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk tersebut.

Secara sederhana pengertian ekspektasi adalah harapan. Menurut harapan berasal dari kata *hope* dan *expectation*. *Hope* dan *expectation* adalah dua kata yang sering membuat kita bingung karena kesamaan dalam konotasinya (Kurniansah, 2012).

### b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekspektasi

Menurut Horovitz (2010: 8) harapan terbentuk oleh 4 faktor:



Gambar 2.1

Harapan Pelanggan

Sumber: Horovitz (2010: 8) *Customer Expectation*

### c. Indikator Ekspektasi

Menurut Mulyani dari Olson dan Dover (2014), ekspektasi atau harapan pelanggan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk tersebut. Indikator dari variabel harapan pelanggan pada penelitian ini mengacu pada Mulyani (2014), yang meliputi:



- 1) Kebutuhan pribadi
- 2) Produk terakhir yang digunakan/disantap
- 3) Perbandingan dengan produk sejenis lainnya
- 4) Janji layanan secara implisit
- 5) Pengalaman masa lampau

### 3. Harga

#### a. Pengertian

Secara sederhana, istilah harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk. Kebijakan harga perlu diperhatikan perusahaan agar tercapai tujuan yang diinginkan, salah satunya untuk mencapai keuntungan yang wajar dari penjualan yang dilakukan.

Kotler (2013) harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk produk itu. Jadi, harga adalah nilai tukar konsumen untuk mendapatkan suatu produk dan dimanfaatkan dalam memakai atau menggunakan produk dan jasa.

#### b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga

Faktor-faktor yang mempengaruhi harga, antara lain para ahli seperti Alma (2014: 122) menyatakan : "*price policies*" perlu diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi:

- 1) Apa yang akan dituju misalnya untuk mencegah masuknya saingan maka *price policies* ditetapkan berdasarkan harga pokok di tambah laba tipis.

2) Penetrasi maksudnya untuk menerobos produk-produk baru, pricpolicies dapat ditinjau dari tiga sudut, yaitu:

- a) Produsen
- b) Whole saler
- c) Retailer

### **c. Indikator Harga**

Menurut Kotler (2013: 439) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Indikator harga berdasarkan pendapat Kotler yang digunakan dalam penelitian ini yang meliputi:

- 1) Keterjangkauan harga
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- 3) Daya saing harga
- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat
- 5) Kesesuaian harga dengan pasar

## **4. Kualitas Layanan**

### **a. Pengertian**

Secara umum layanan adalah bentuk pemberian layanan atau servis yang diberikan kepada Konsumen. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan layanan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain. Sedangkan melayani adalah membantu menyiapkan dan mengurus apa yang diperlukan seseorang. Menurut Parasuraman Lupiyoadi,

kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima.

#### **b. Kualitas Layanan**

Supranto dan Nandan (2011) mengemukakan kualitas layanan/jasa merupakan suatu cara perusahaan jasa agar tetap dapat unggul bersaing adalah memberikan jasa dengan yang lebih tinggi dengan pesaingnya secara konsisten. Kotler (2013) mengatakan bahwa kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen, persepsi konsumen tentang kualitas layanan ke konsumen merupakan salah satu penentu keberhasilan pemasaran.

#### **c. Komponen-komponen Kualitas Layanan**

Kualitas layanan memiliki beberapa komponen didalamnya. Menurut Pasuraman dalam Lupiyoadi (2013) ada lima komponen yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas layanan jasa, yaitu :

##### 1) *Tangible* (berwujud)

Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.

##### 2) *Reliability* (kehandalan)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

##### 3) *Responsiveness* (ketanggapan)

Suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan layanan yang tepat dan cepat kepada konsumen, dengan penyampaian

informasi yang jelas.

4) *Assurance* (jaminan dan kepastian)

Pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan.

5) *Emphaty* (perhatian)

Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

**f. Indikator Kualitas Layanan**

Menurut Parasuraman, kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Indikator Kualitas Layanan dalam penelitian ini bertolak dari pendapat Parasuraman (dalam Lupiyoadi, 2013) yang meliputi:

- 1) Berwujud (*Tangible*)
- 2) Keandalan (*Reliability*)
- 3) Ketanggapan (*Responsiveness*)
- 4) Jaminan dan Kepastian (*Assurance*)
- 5) Perhatian (*Emphaty*)

**B. Penelitian Terdahulu**

Penelitian yang penulis lakukan sekarang ini tidak lepas dari hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, yaitu:

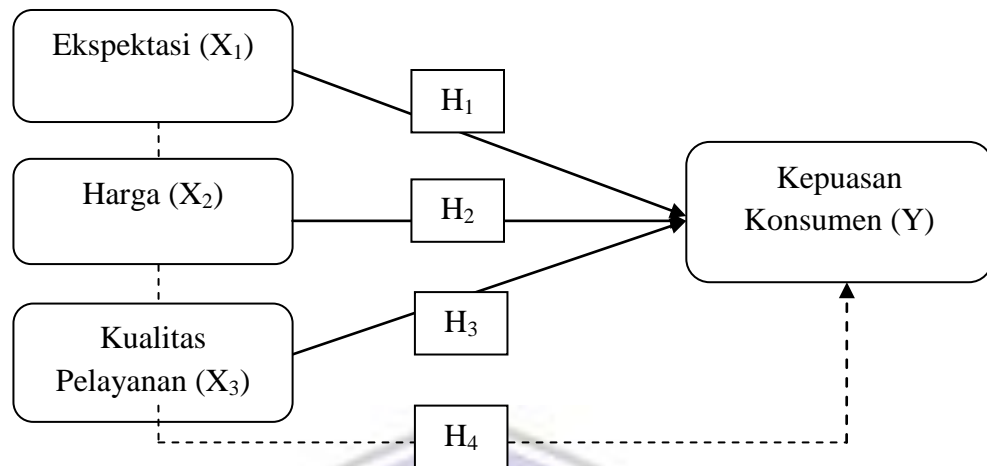
Tabel 2.1  
 Penelitian Terdahulu

No	Judul, Penulis	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian	Sumber/ Tahun
1.	Analisis Kualitas Layanan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Padang Sederhana Karawang . Asep Jamaludin	Harga ( $X_1$ ), Produk ( $X_2$ ) Kepuasan Konsumen (Y).	Statistik Deskriptif Analisis Regresi Linier Berganda	Harga ( $X_1$ ) dengan ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan kriteria uji nilai Sig. (0,000) < $\alpha$ (0,05) dan $t_{hitung}$ (269,119) > $t_{tabel}$ (3,04)	Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif. Artikel. 2019.
2.	Strategi Promosi Restoran (Studi Kasus: Restoran Sederhana Masakan Padang). Gebby Aldepis	1. kegiatan promosi, 2. faktor kendala dan pendukung.	Metode Proses Hirarki Analisis (PHA).	Hasil; prioritas utama kegiatan promosi adalah memperkuat <i>brand</i> (merek). Faktor yang mempengaruhi penyusunan strategi promosi adalah karakteristik produk dengan sub faktor mutu produk. Alternatif strategi yang menjadi prioritas utama bagi promosi adalah promosi penjualan.	FE dan Manajemen Institut Pertanian Bogor . Skripsi. 2015.
3.	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan	Kualitas Layanan (X) Kepuasan Konsumen (Y)	Statistik Deskriptif Analisis Regresi Linier Sederhana	Hasil menunjukkan <i>Reliability</i> tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen . <i>Tangibles, Responsiveness, Assurance dan Emphaty</i> berpengaruh	FE dan Bisnis Universitas Muhammadiyah

	Padang Pondok Kapau Simpang Dago Bandung Agus Riyanto			terhadap Kepuasan Konsumen . Hasil secara serentak (simultan) variabel <i>Reliability</i> , <i>Responsiveness</i> , <i>Assurance</i> , <i>Empathy</i> , dan <i>Tangible</i> secara serentak (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen .	Surakarta. Artikel. 2015
4.	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Lombok Hijau Lamongan. Merry Setia Putri, Setiyo Budiadi	Kualitas Layanan (X) Kepuasan Konsumen (Y)	Statistik Deskriptif Analisis Regresi Linier Sederhana	Kualitas layanan yang meliputi bukti fisik, keandalan, jaminan, empati dan daya tanggap secara parsial dan bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen	FE Universitas Negeri Surabaya. Artikel. 2019.

### C. Kerangka Pemikiran

Sebuah model kerangka pemikiran yang baik, dapat menjelaskan hubungan antara variabel penelitian. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini secara dapat digambarkan skemanya sebagai berikut:



Gambar 2.2  
Kerangka Pemikiran

Keterangan:

—————→ = parsial  
 - - - - - → = simultan

(Sumber: dikembangkan oleh peneliti untuk penelitian ini).

Berdasarkan skema gambar kerangka pemikiran di atas dapat dijelaskan bahwa secara parsial (dilambangkan dengan garis panah) Ekspektasi, Harga, Kualitas Layanan mampu mempengaruhi tinggi rendahnya Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo. Demikian pula secara simultan (dilambangkan dengan garis panah putus-putus) Ekspektasi, Harga dan Kualitas Layanan mampu mempengaruhi tinggi rendahnya Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo

#### **D. Hipotesis:**

Hipotesis merupakan kemungkinan jawaban (jawaban sementara) dari penelitian sebuah penelitian (Sugiyono, 2010: 33). Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

##### **1. Pengaruh Ekspektasi terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo**

Menurut Mulyani dari Olson dan Dover (2014), ekspektasi atau harapan pelanggan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk tersebut. Hal ini terlihat pada hasil penelitian Hardiyanti Pratiwi (2017) yang menunjukkan bahwa Ekspektasi yang meliputi Kebutuhan pribadi ( $X_1$ ). Produk terakhir yang disantap ( $X_2$ ) Perbandingan dengan produk sejenis lainnya ( $X_3$ ). Janji layanan secara implisit ( $X_4$ ) Pengalaman masa lampau ( $X_5$ ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen ..

Berdasarkan hal tersebut, maka dalam penelitian ini dibuat hipotesis:

H1 : “Terdapat Pengaruh Ekspektasi terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo”.

##### **2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo**

Menurut Kotler (2013) harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk produk itu. menurut Alma (2014: 121), yaitu harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Pendapat Alma tersebut



mengambarkan bahwa harga sebagai suatu nilai dari barang yang dijual dan barang tersebut diukur dalam bentuk uang..

Pengaruh Harga secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen tersebut seirama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Asep Jamaludin (2019) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen . Berdasarkan hal tersebut maka dalam penelitian ini dibuatlah hipotesis bahwa:

H2 : “Terdapat Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo”.

### **3. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo**

Menurut Parasuraman (Lupiyoadi (2013: 216), kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Menurut Kotler dalam laksana (2012) pengertian layanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen didukung oleh hasil penelitian Merry Setia Putri, Setiyo Budiadi (2019) tentang Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Lombok Hijau Lamongan. Demikian juga penelitian oleh Agus Riyanto (2015), yang menunjukkan bahwa *Tangibles, Responsiveness, Assurance dan Emphaty* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen .

Berdasarkan hal tersebut, maka dalam penelitian ini peneliti membuat hipotesis:

H3 : “Terdapat Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo”.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Ruang Lingkup Penelitian**

Sesuai masalah yang telah diteliti, maka jenis penelitian ini, masuk pada lingkup penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk penyajian hasil penelitian dalam bentuk angka-angka atau statistik (Sugiyono, 2014: 352). Penelitian dengan metode kuantitatif ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh Ekspektasi, Harga dan kualitas layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo.

Penelitian ini dilaksanakan pada Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo.

#### **B. Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **1. Populasi**

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 (Sugiyono, 2014: 72).

Populasi dalam penelitian ini adalah rata-rata pengunjung Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo dalam sehari. Dari data Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo diperoleh data bahwa rata-rata sehari konsumen yang

berbelanja di Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo sejumlah 80 orang dikali 7 Rumah Makan Padang = 560 orang.

## 2. Sampel

Sedangkan sampel menurut Sugiyono (2012: 63) adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Menurut Arikunto (2011: 92) sampel merupakan random dari jumlah populasi yang ada. Jika subjek kurang dari 100 maka diambil semuanya dan jika lebih dari 100, diambil 10-15 atau 20-25%. Sampel yang baik adalah sampel yang representatif, yaitu sampel yang dapat mewakili populasinya. Agar representatif, maka pengambilan sampel dari populasi harus menggunakan teknik pengambilan sampel (*sampling*) yang benar.

Berdasar perhitungan di atas, maka ditetapkan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 112 responden yakni 20% dari populasi. Dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non-probability sampling* dimana setiap elemen dari populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel. Sedangkan metode yang digunakan adalah metode *accidental sampling*, yaitu bentuk pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, dimana siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dianggap cocok untuk menjadi sumber data yang akan menjadi sampel penelitian ini (Ferdinand, 2015).

## **C. Jenis dan Sumber Data**

### **1. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya atau lapangan/ dari sumber asli (tidak melalui perantara).

Data primer dalam penelitian ini adalah data yang berasal dari jawaban responden dari hasil penyebaran kuisisioner dan wawancara yang dilakukan pada Konsumen Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo.

- b. Data sekunder adalah laporan yang diperoleh dalam bentuk sudah jadi, sudah di kumpulkan dan di olah oleh lembaga /instansi atau perusahaan atau refrensi lainnya seperti internet dan data lainnya yang berhubungan langsung dengan objek yang di teliti. Data sekunder dalam penelitian ini antara lain mencakup profil Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo.

### **2. Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari angket yang dibagikan atau diisi oleh Konsumen Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo.

## **D. Metode Pengambilan Data**

Metode pengambilan data dalam penelitian ini adalah:

### **1. Studi Pustaka**

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan cara membaca buku-buku yang berkaitan dengan bahasan penelitian, literatur, jurnal, referensi, browsing materi lewat internet yang berkaitan dengan penelitian ini dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

### **2. Observasi**

Studi lapangan dalam pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang diinginkan guna memperoleh data yang diharapkan. Dalam hal ini, peneliti mengamati dan mencari informasi tentang Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo.

### **3. Kuesioner**

Dalam suatu penelitian ilmiah, metode pengumpulan data dimaksudkan untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan, akurat, dan terpercaya (Indrianto dan Supomo, 2012), untuk memperoleh data primer yang diperlukan, teknik yang digunakan adalah pengisian kuesioner. Kuesioner adalah suatu cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan akan memberi respon atas pertanyaan tersebut, dalam penelitian ini kuesioner menggunakan pertanyaan tertutup dan terbuka. Pengukuran variabel dilakukan dengan skala Likert yang menggunakan metode scoring nilai 1 s/d 5 dimana :

Sangat Setuju (SS)	= Diberi bobot / skor 5
Setuju (S)	= Diberi bobot / skor 4
Netral (N)	= Diberi bobot / skor 3
Tidak Setuju (TS)	= Diberi bobot / skor 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	= Diberi bobot / skor 1

Angka 5 menunjukkan bahwa responden mendukung terhadap pernyataan, sedangkan Angka 1 menunjukkan bahwa responden tidak mendukung terhadap pertanyaan yang diberikan.

#### **E. Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Variabel adalah sebuah variasi mutu, kuantitas serta standar pada sebuah fenomena yang bisa diukur. Untuk mengukur variabel dilakukan dengan berbagai cara yang berbeda. Variabel adalah fenomena yang bisa berubah-ubah, tergantung dari kualitas dari variabel itu sendiri.

Menurut Y.W Best. Variabel penelitian adalah segala kondisi yang diobservasi, dikontrol bahkan dimanipulasi oleh peneliti (Hasibuan (2014: 120). Adapun Direktorat Pendidikan Tinggi Depdikbud mendefinisikannya sebagai semua hal yang dijadikan objek dalam penelitian. Dalam penelitian kuantitatif, variabel biasanya dipisahkan atas dua kategori, yaitu Variabel bebas (*independen*) dan variabel terikat (*dependen*).

Adapun definisi operasional variabel merupakan suatu bentuk susunan mengenai instrument penelitian, variabel, indikator, dan item-item yang akan di jadikan pertanyaan untuk memporelah data yang akan di teliti lebih lanjut.

## 1. Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2010: 33). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebasnya adalah Ekspektasi ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan Kualitas Layanan ( $X_3$ ).sebagai berikut:

### a. Ekspektasi ( $X_1$ )

Menurut Mulyani dari Olson dan Dover (2014), ekspektasi atau harapan pelanggan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk tersebut. Indikator dari variabel harapan pelanggan pada penelitian ini mengacu pada Mulyani (2014), yang meliputi:

- 1) Kebutuhan pribadi
- 2) Produk terakhir yang disantap
- 3) Perbandingan dengan produk sejenis lainnya
- 4) Janji layanan secara implisit
- 5) Pengalaman masa lampau.

### b. Harga ( $X_2$ )

Menurut Kotler (2013: 439) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Indikator harga berdasarkan pendapat Kotler yang digunakan dalam penelitian ini yang meliputi:



- 1) Keterjangkauan harga
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- 3) Daya saing harga
- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat
- 5) Kesesuaian harga dengan pasar

c. Kualitas Layanan ( $X_3$ ).

Menurut Parasuraman (dalam Lupiyoadi (2013: 216), kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Indikator Kualitas Layanan dalam penelitian ini bertolak dari pendapat Parasuraman (dalam Lupiyoadi, 2013) yang meliputi:

- 1) Berwujud (*Tangible*)
- 2) Keandalan (*Reliability*)
- 3) Ketanggapan (*Responsiveness*)
- 4) Jaminan dan Kepastian (*Assurance*)
- 5) Perhatian (*Emphaty*)

**2. Variabel Terikat (*Dependent Variabel* )**

Variabel terikat adalah variabel yang di duga sebagai akibat atau di pengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah Kepuasan Konsumen (Y). Menurut Tjiptono, Kepuasan Konsumen berkaitan dengan Kepuasan Konsumen (seseorang) setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan yang diinginkan (2015: 24). Indikator Kepuasan Konsumen dalam penelitian ini mengacu pada

Indikator Kepuasan Konsumen menurut Tjiptono (2015) sebagai berikut:

- 1) Barang dan jasa berkualitas.
- 2) Relationship marketing
- 3) Program promosi loyalitas
- 4) Fokus pada pelanggan terbaik (*best customer*)
- 5) Sistem penanganan komplain secara efektif
- 6) *Unconditional guarantes*
- 7) Program *pay-for-performance*

#### **F. Metode Analisis Data**

Metode analisis data dalam penelitian ini adalah analisis Kuantitatif, yaitu teknik pengolahan data dimana data-data tersebut berbentuk angka-angka yang diperoleh dari data suatu perusahaan/tempat penelitian. Adapun yang termasuk analisis data kuantitatif adalah sebagai berikut:

##### **1. Uji Instrumen Penelitian**

Dalam penelitian ini instrumen penelitian yang digunakan adalah berupa kuesioner tertutup dengan digunakan skala likert dimana alternatif jawaban nilai 5 sampai dengan 1 pemberian skor dilakukan atas jawaban pertanyaan baik mengenai Ekspektasi ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Kualitas Layanan ( $X_4$ ) maupun Kepuasan Konsumen ( $Y$ ). Dalam penelitian ini terdiri lima jawaban yang mengandung variasi nilai bertingkat, antara lain:

Tabel 3.1  
Bobot Nilai Setiap Pernyataan

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

(Sumber: Sugiyono 2014: 88)

Adapun pengujian instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mampu mengukur apa yang ingin di ukur, maka kuesioner yang disusun harus mengukur apa yang ingin di ukurnya, (Ghozali, 2013: 52). Perhitungan uji validitas dengan menggunakan bantuan aplikasi komputer yaitu SPSS. Teknik yang di gunakan untuk uji validitas dengan menggunakan teknik korelasi *Product Moment Pearson*.

Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

$r_{xy}$  : korelasi product moment

$x$  : Total nilai keseluruhan per item

Nilai korelasi ( $r$ ) dibanding dengan 0,05 dan  $r$  tabel. Jika korelasi ( $r$ ) lebih besar dari 0,05 dan  $t_{\text{tabel}}$  maka pernyataan yang dibuat bisa dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama, dengan bantuan program IBM SPSS 18.00 bila koefisien cronbach alpha lebih besar dari 0,7 maka reliabilitas tercapai.

Menurut (Ghozali, 2013: 47). Uji reliabilitas di gunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang di gunakan dapat di andalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut di ulang. Dalam penelitian ini untuk uji reliabilitas menggunakan teknik koefisien *cronbach alpha* dengan rumus sebagai berikut:

Adapun rumus yang digunakan adalah:

$$r_{II} = \left\{ \frac{K}{k-1} \right\} \left\{ 1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right\}$$

Dimana :

$r_{II}$  : Reliabilitas instrumen

$K$  : Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma^2 b$  : Jumlah varian butir

$\sigma^2 t$  : Varian total

Menurut Sugiyono (2014: 61), pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas sebagai berikut:

- 1) *Conbach's alpha* < 0,6 = reliabilitas buruk
- 2) *Conbach's alpha* 0,6 – 0,76 = reliabilitas diterima
- 3) *Conbach's alpha* 0,8 = reliabilitas baik.

## 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2014), analisis regresi linier berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat. Persamaan regresi untuk empat prediktor (variabel) yang digunakan menurut Sugiyono (2014):

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + e$$

Keterangan :

- |  |   |  |
|--|---|--|
| Y  | = | Kepuasan Konsumen                      |
| a  | = | Konstanta                              |
| b <sub>1</sub> ,b <sub>2</sub> ,b <sub>3</sub> | = | Koefisien regresi variabel bebas       |
| X <sub>1</sub>                                 | = | Variabel bebas faktor Ekspektasi       |
| X <sub>2</sub>                                 | = | Variabel bebas faktor Harga            |
| X <sub>3</sub>                                 | = | Variabel bebas faktor Kualitas Layanan |
| e  | = | Variabel pengganggu                    |

Nilai b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> dan b<sub>3</sub> dapat ditemukan dengan metode skor deviasi yang selanjutnya skor deviasi dimasukan ke dalam persamaan simultan yang selanjutnya untuk mencari masing masing nilai "b" di lakukan dengan metode eliminasi, sehingga akhirnya nilai b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, dan b<sub>3</sub> dapat diketahui Sugiyono (2014).

### 3. Korelasi Berganda

Merupakan angka yang menunjukkan arah dan eratnya hubungan antara dua variabel independen secara bersama-sama atau lebih dengan variabel lain Sugiyono (2014). Sedangkan angka yang menunjukkan kuat tidaknya hubungan antara dua variabel disebut dengan koefisien korelasi. Nilai dari koefisien korelasi adalah  $-1 \leq r \leq 1$ .

- a. Jika  $r = -1$ , maka hubungan antara dua variabel memiliki hubungan yang negatif (sempurna).
- b. Jika  $r = 1$ , maka hubungan antara dua variabel memiliki hubungan positif (sempurna)
- c. Jika  $r = 0$ , maka antara kedua variabel tidak memiliki hubungan.

Jika  $r$  semakin mendekati angka  $-1$  atau  $1$ , maka antara dua variabel mempunyai hubungan yang mendekati sempurna, Sebaliknya jika  $r$  lebih mendekati angka  $0$ , maka antara dua variabel memiliki hubungan yang cenderung tidak sempurna.

Dan rumus korelasi berganda dengan tiga prediktor Sugiyono (2014) adalah:

$$r_{y(123)} = \frac{b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y + b_3 \sum X_3 Y}{\sum Y^2}$$

### 4. Koefisien Determinasi/R Square ( $R^2$ )

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa besar sumbangan pengaruh variabel  $X$  yang masuk ke dalam model (Ekspektasi/ $X_1$ , Harga/ $X_2$ , dan Kualitas Layanan). Untuk menentukan

berapa besar Variabel Dependen (Y) yang dapat dijelaskan oleh Variabel Independen (X) bisa di cari melalui rumus :

$$R^2 = \frac{b_1 \sum x_1 y + b_2 \sum x_2 y + b_3 \sum x_3 y}{\sum y^2}$$

$R^2$  = Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi adalah  $0 < R^2 < 1$ . Koefisien determinasi yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

## 5. Uji Hipotesis

Menurut Firdaus (Sugiyono, 2014: 61), pengujian hipotesis berhubungan dengan pengembangan aturan atau prosedur untuk memutuskan kita harus menerima atau menolak hipotesis nol. Secara garis besar, pengujian ini adalah suatu prosedur di mana hasil sampel digunakan untuk menguji benar atau tidaknya suatu hipotesis nol. Keputusan menerima atau menolak  $H_0$  dibuat atas dasar nilai statistik uji yang diperoleh dari data yang dimiliki.

### a. Uji t hitung

Uji t hitung adalah alat uji hipotesis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen secara individual atau secara parsial.

$$t_{\text{test}} = \frac{b}{sb}$$

Rumus mencari

$$S_b = \sqrt{\frac{S^2}{\sum X^2}}$$

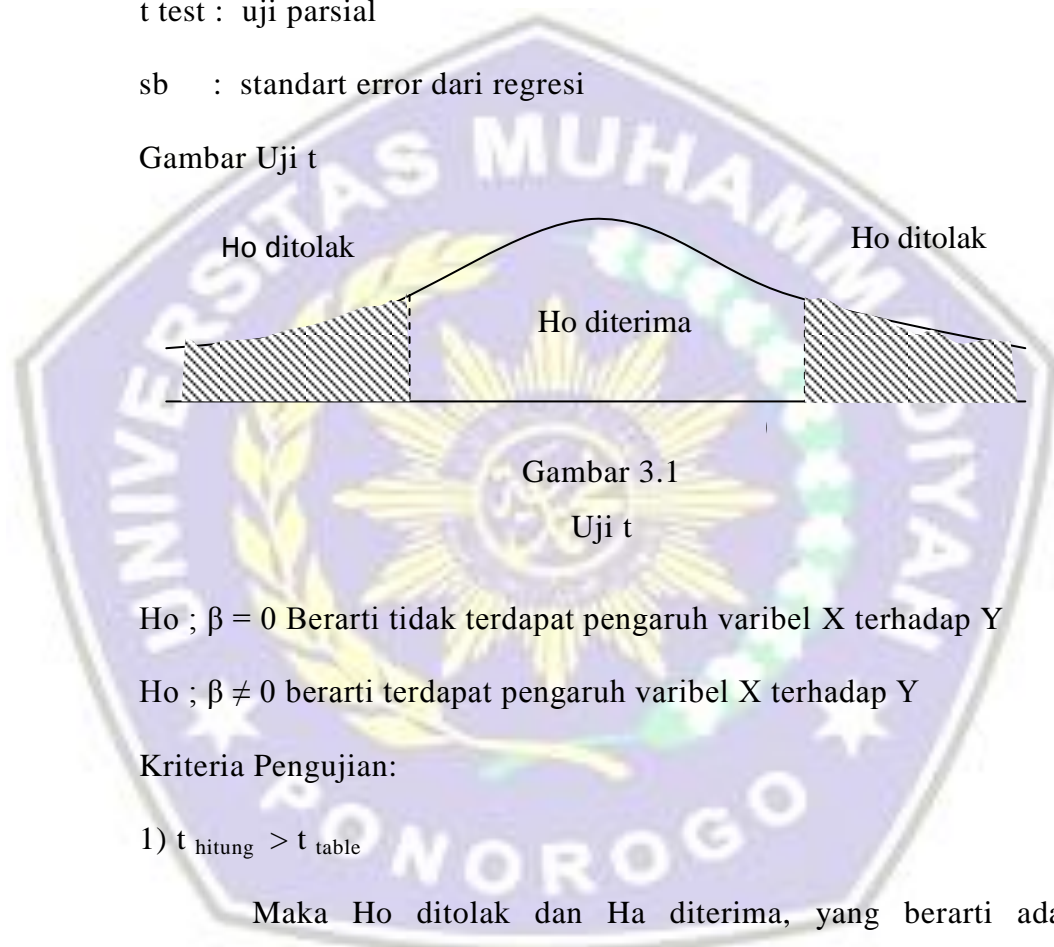
$$S^2 = \frac{\sum (Y - \hat{Y})^2}{n - k}$$

Dimana:

t test : uji parsial

sb : standart error dari regresi

Gambar Uji t



Gambar 3.1

Uji t

$H_0 ; \beta = 0$  Berarti tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Y

$H_0 ; \beta \neq 0$  berarti terdapat pengaruh variabel X terhadap Y

Kriteria Pengujian:

1)  $t_{hitung} > t_{table}$

Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti ada hubungan yang nyata dan positif antara variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat



2)  $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{table}}$

Maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, yang berarti ada hubungan yang tidak nyata antara variabel-variabel bebas yang diuji dengan variabel terikat.

b. Uji F test

Yaitu untuk menguji apakah ada hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara komulatif

$$Uji F_{\text{test}} = \frac{R / k}{(1 - R) (n - k - 1)}$$

Dimana:

R = Koefisien determinasi ganda

n = ukuran sample

k = variabel bebas

Gambar uji F:



Gambar 3.2

Uji F

Kriteria Pengujian :

1)  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$

Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti variabel variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat.

2)  $F_{hitung} < F_{tabel}$

Maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang berarti variabel-variabel bebas berpengaruh tidak signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikat.



## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

Penelitian ini meneliti responden sejumlah 112. Data terkait responden tersebut dijabarkan dalam uraian berikut:

##### 1. Profil Responden

###### a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jumlah	Persen
Valid	Laki-laki	79	70,5
	Perempuan	33	29,5
	Total	112	100,0

Sumber: Olahan Data Desember 2020

Sebagaimana yang terlihat pada tabel di atas, berdasarkan data kuesioner diketahui bahwa Konsumen terbesar Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo berjenis kelamin Laki-laki, yaitu sebesar 79 (70,5%) dari jumlah 112 responden. Artinya Konsumen laki-laki merupakan Konsumen terbanyak Pada Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo.

## b. Berdasarkan Usia

Tabel 4.2

Jumlah Responden Berdasarkan Usia

		Jumlah	Persen
Va- lid	< 21 tahun	87	77,7
	21 - 40 tahun	12	10,7
	> 40 tahun	13	11,6
	Total	112	100,0

Sumber: Olahan Data Desember 2020

Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo didominasi oleh konsumen dalam usia muda. Hal ini terlihat dari responden pada tabel yang berasal dari pengelompokan usia pada kuesioner yang didominasi oleh usia < 21 tahun sejumlah 87 (77,7%) responden dari 112 responden yang di data.

## c. Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.3

Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

		Jumlah	Persen
Va- lid	SMA	80	71,4
	D3	27	24,1
	S1	5	4,5
	Total	112	100,0

Sumber: Olahan Data Desember 2020

Sebagaimana yang terlihat pada tabel di atas, diketahui bahwa Konsumen terbesar Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo yang mengisi data, berpendidikan terakhir SMA, yaitu sebesar 80 (71,4%) dari jumlah 112 responden dan yang paling sedikit S1, yaitu sebesar 5 responden atau 4,5%.

Banyaknya tingkat pendidikan SMA yang menjadi Konsumen Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo saat mengisi kuesioner, ditafsirkan sebagai generasi milenial menyukai masakan Padang.

**d. Berdasarkan Penghasilan Perbulan**

Tabel 4.4  
Jumlah Responden Penghasilan Perbulan

		Jumlah	Persen
Valid	< 1 juta	32	28,6
	1-3 juta	45	40,2
	> 3 juta	35	31,3
	Total	112	100,0

Sumber: Olahan Data Desember 2020

Dari tabel di atas diketahui bahwa Konsumen terbanyak yang menjadi responden Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo, memiliki penghasilan perbulan antara 1-3 juta dengan jumlah 45 (40,2%) dari jumlah 112 responden. Sementara responden terkecil, berpenghasilan di bawah 1 juta dengan jumlah 32 (28,6%) dari 112 responden yang diberi kuesioner. Meski demikian jumlah konsumen dengan penghasilan terbanyak dan yang paling sedikit serta pertengahan, selisihnya tidak terpaut jauh. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo berasal dari semua strata kekayaan tanpa memandang perbedaan jumlah penghasilan perbulan.

## B. Analisis Data

### 1. Uji Instrumen

#### a. Hasil Uji Validitas

Berdasarkan data dari kuesioner jawaban responden yang diolah menggunakan SPSS terhadap 22 item soal instrumen penelitian (kuesioner) terdiri dari masing-masing 3 item soal variabel; hasil pengujian validitas variabel: Ekspektasi ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Kualitas Layanan ( $X_3$ ) dan Kepuasan Konsumen ( $Y$ ), dengan berdasar pada teknik hitung korelasi *Product Moment Pearson* yang dihitung dengan SPSS, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.5  
Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

No. Item Soal	<i>Pearson Correlation</i> ( $r_{hitung}$ )	$r_{tabel}$	Keterangan
Soal 1	0,694	0,195	Valid
Soal 2	0,632	0,195	Valid
Soal 3	0,658	0,195	Valid
Soal 4	0,632	0,195	Valid
Soal 5	0,558	0,195	Valid
Soal 6	0,539	0,195	Valid
Soal 7	0,658	0,195	Valid
Soal 8	0,414	0,195	Valid
Soal 9	0,632	0,195	Valid
Soal 10	0,558	0,195	Valid
Soal 11	0,632	0,195	Valid
Soal 12	0,599	0,195	Valid
Soal 13	0,642	0,195	Valid
Soal 14	0,511	0,195	Valid
Soal 15	0,694	0,195	Valid
Soal 16	0,539	0,195	Valid
Soal 17	0,689	0,195	Valid
Soal 18	0,632	0,195	Valid
Soal 19	0,571	0,195	Valid
Soal 20	0,631	0,195	Valid

Soal 21	0,632	0,195	Valid
Soal 22	0,473	0,195	Valid

Sumber: Olahan Data Desember 2020

Berdasarkan data dari 23 butir soal pada tabel 4.5 yang ditanyakan pada 112 responden, diketahui nilai  $r_{\text{tabel}}$  sebesar 0,195. Nilai  $r_{\text{tabel}}$  tersebut berdasarkan rumus  $r_{\text{tabel}}$  *product moment pearson* dengan  $df$  (*degree of freedom*) =  $n-2$ ,  $df = 112-2 = 110$ . Di mana berdasarkan distribusi ( $r_{\text{tabel}}$ ) untuk  $\alpha = 0.05$  derajat kebebasan ( $dk = n - 2$ ) adalah 0,195 dengan kaidah keputusan: jika  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$  berarti valid sebaliknya, jika  $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$  berarti tidak valid. Nilai  $r_{\text{hitung}}$  tersebut terlihat pada tabel 4.5 pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* ( $r_{\text{hitung}}$ ).

Pada tabel 4.5 terlihat bahwa dari 22 item soal yang diuji validitasnya, seluruh item soal, nilai  $t_{\text{hitung}}$ -nya lebih besar dari  $t_{\text{tabel}}$ , sehingga seluruh soal tergolong valid dan layak digunakan sebagai alat pengambil data atau instrumen dalam penelitian.

#### **b. Hasil Uji Reliabilitas**

Berdasarkan hasil olahan data, seluruh butir soal pada penelitian ini reliabel, karena angkanya lebih besar dari 0,6 sehingga layak digunakan sebagai instrumen pengambilan data dalam penelitian sebagaimana terlihat pada hasil uji reliabilitas berikut:

Tabel 4.6  
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

No. Item Soal	<i>Cronbach's Alpha</i> ( $r_{hitung}$ )	Konstanta	Keterangan
Soal 1	0,908	0,6	Reliabel
Soal 2	0,910	0,6	Reliabel
Soal 3	0,909	0,6	Reliabel
Soal 4	0,910	0,6	Reliabel
Soal 5	0,911	0,6	Reliabel
Soal 6	0,912	0,6	Reliabel
Soal 7	0,909	0,6	Reliabel
Soal 8	0,914	0,6	Reliabel
Soal 9	0,910	0,6	Reliabel
Soal 10	0,911	0,6	Reliabel
Soal 11	0,910	0,6	Reliabel
Soal 12	0,910	0,6	Reliabel
Soal 13	0,909	0,6	Reliabel
Soal 14	0,912	0,6	Reliabel
Soal 15	0,908	0,6	Reliabel
Soal 16	0,912	0,6	Reliabel
Soal 17	0,908	0,6	Reliabel
Soal 18	0,910	0,6	Reliabel
Soal 19	0,911	0,6	Reliabel
Soal 20	0,910	0,6	Reliabel
Soal 21	0,910	0,6	Reliabel
Soal 22	0,914	0,6	Reliabel

Sumber: Olahan Data Desember 2020

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, maka seluruh item soal pada penelitian ini reliabel, karena angkanya lebih besar dari 0,6 sehingga layak digunakan sebagai instrumen pengambilan data dalam penelitian.

## 2. Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan data mentah dari jawaban responden yang diolah menggunakan SPSS, hasil pengujian analisis regresi berganda variabel Ekspektasi ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Kualitas Layanan ( $X_3$ ) dan Kepuasan



Konsumen (Y), yang disesuaikan dengan rumus tersebut di atas, didapati *output* atau keluaran data terlihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7  
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,939	1,566		1,877	,063
Ekspektasi	,283	,134	,230	2,107	,037
Harga	,214	,146	,153	1,460	,001
Kualitas Layanan	,712	,076	,581	9,359	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen  
Sumber: Olahan Data Desember 2020

Adapun data hasil olahan pada tabel 4.7 tersebut di atas, jika dimasukkan dalam rumus akan diperoleh persamaan data sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 2,939 + (0,283)X_1 + (0,214)X_2 + (0,712)X_3 + e$$

Berdasarkan model regresi dan tabel 4.7. di atas, maka hasil regresi berganda dapat dijelaskan dalam kesimpulan sebagai berikut:

a.  $a = 2,939$

Berdasarkan hasil analisis, persamaan regresi linear berganda di atas, diketahui mempunyai konstanta sebesar 2,939. Besaran konstanta menunjukkan bahwa jika variabel-variabel independen (Ekspektasi, Harga dan Kualitas Layanan) diasumsikan 0, maka variabel dependen (Kepuasan Konsumen) sebesar 2,939 satuan.

b.  $b_1 = 0,283$

Berdasarkan hasil analisis, koefisien variabel Ekspektasi sebesar 0,283 menunjukkan bahwa jika variabel Ekspektasi meningkat sebesar 1 satuan, maka Kepuasan Konsumen akan meningkat sebesar 0,283 satuan dengan asumsi variabel lainnya dalam keadaan konstan.

c.  $b_2 = 0,214$

Berdasarkan hasil analisis, koefisien variabel Harga sebesar 0,214 menunjukkan bahwa jika variabel Harga meningkat sebesar 1 satuan, maka Kepuasan Konsumen akan meningkat sebesar 0,214 satuan dengan asumsi variabel lainnya dalam keadaan konstan.

d.  $b_3 = 0,712$

Berdasarkan hasil analisis, koefisien variabel Kualitas Layanan sebesar 0,712 menunjukkan bahwa jika variabel Kualitas Layanan meningkat sebesar 1 satuan, maka Kepuasan Konsumen akan meningkat sebesar 0,712 satuan dengan asumsi variabel lainnya dalam keadaan konstan.

### **3. Korelasi Berganda (R)**

Berdasarkan data primer (kuesioner) yang diolah menggunakan SPSS, hasil pengujian korelasi berganda variabel Ekspektasi ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Kualitas Layanan ( $X_3$ ) dan Kepuasan Konsumen ( $Y$ ), diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.8  
 Hasil Analisis Korelasi Berganda

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,858 <sup>a</sup>	,736	,729	1,437

a. Predictors: (Constant), Ekspektasi, Harga, Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Olahan Data Desember 2020

Berdasarkan data pada tabel 4.8 di atas, didapati angka R sebesar 0,858 atau 85,8%. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang sangat kuat antara Ekspektasi, Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen. Disebut sangat kuat, karena hasil analisis menunjukkan angka 0,80 – 1,00 yakni 0,858. Keterangan tersebut didasarkan pada *Kriteria Penilaian Korelasi Berganda* sebagaimana yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.9

Kriteria Penilaian Korelasi Berganda

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,129	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,70 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat kuat

(Santoso, 2014: 69)

#### 4. Koefisien Determinasi/R Square ( $R^2$ )

Tabel 4.10  
 Hasil Analisis Korelasi Berganda

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,858 <sup>a</sup>	,736	,729	1,437

b. Predictors: (Constant), Ekspektasi, Harga, Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Olahan Data Desember 2020

Berdasarkan data pada tabel 4.10. tersebut di atas, didapati nilai  $R^2/R$  *Square* sebesar 0,736. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen (X1, X2 dan X3) terhadap variabel dependen (Y/Kepuasan Konsumen) sebesar 0,736 atau sebesar 73,6%, atau bisa disebutkan bahwa variasi variabel independen yang digunakan dalam model (Ekspektasi, Harga dan Kualitas Layanan) mampu menjelaskan persentase hubungan antara Ekspektasi, Harga dan Kualitas Layanan terhadap variabel dependen (Kepuasan Konsumen) sebesar 73,6%. Sedangkan sisanya sebesar 26,4% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Artinya, Kepuasan Konsumen Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo, selain disebabkan oleh faktor Ekspektasi, Harga dan Kualitas Layanan juga dipengaruhi oleh hal lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti lokasi atau karena faktor produk.

## 5. Uji Hipotesis

### a. Uji t

#### 1) Langkah-langkah Uji t

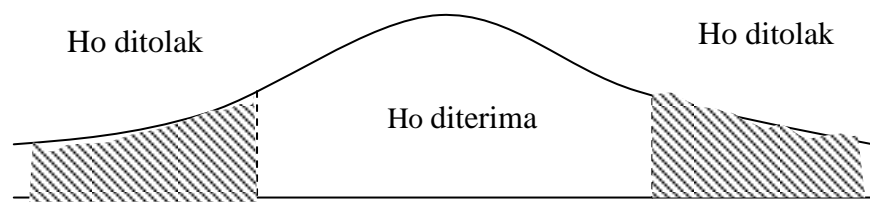
- a) Merumuskan hipotesis
- b) Menentukan tingkat signifikansi

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

- b) Menentukan t hitung
- c) Menentukan t tabel

Tabel distribusi t pada penelitian ini dicari pada  $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$  (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df)  $n-k-1$  atau  $112-3-1 = 108$  (n adalah jumlah kasus, k adalah jumlah variabel independen), dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025), hasil diperoleh untuk t tabel sebesar 1,984

- d) Kriteria Pengujian diterima bila
  - a)  $H_0$  diterima jika t tabel  $<$  t hitung
  - b)  $H_0$  ditolak jika t hitung  $>$  t tabel
- e) Membandingkan t hitung dengan t tabel
- f) Membuat Daerah penentuan Hipotesis



Gambar 4.1

Daerah penentuan Hipotesis Uji t

g) Menarik Kesimpulan

## 2) Uji t Pengaruh Variabel Ekspektasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan data primer (kuesioner), setelah dilakukan analisis uji t pengaruh variabel Ekspektasi terhadap Kepuasan Konsumen menggunakan SPSS versi 18.00, diperoleh *out put* sebagai berikut:

Tabel 4.11

Uji t Pengaruh Variabel Ekspektasi Terhadap  
Kepuasan Konsumen

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,939	1,566		1,877	,063
Ekspektasi	,283	,134	,230	2,107	,037
Harga	,214	,146	,153	1,460	,001
Kualitas Layanan	,712	,076	,581	9,359	,000

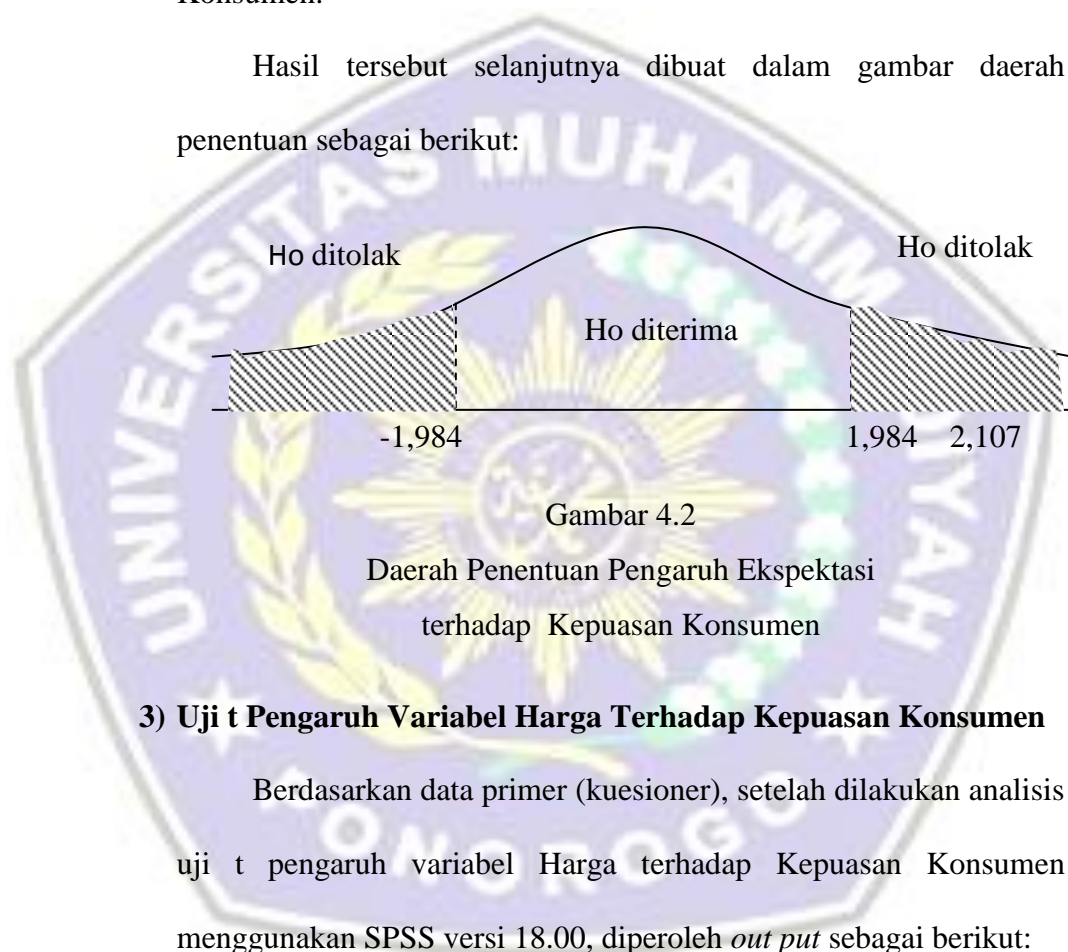
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Olahan Data Desember 2020

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh t hitung sebesar 2,107. t hitung tersebut kemudian dibandingkan dengan t tabel sebesar 1,984

dengan ketentuan jika  $t \text{ tabel} > t \text{ hitung}$   $H_0$  diterima dan jika  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$   $H_0$  ditolak. Berdasarkan perbandingan yang ada diketahui bahwa ternyata  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  ( $2,107 > 1,984$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan variabel Ekspektasi terhadap Kepuasan Konsumen.

Hasil tersebut selanjutnya dibuat dalam gambar daerah penentuan sebagai berikut:



### 3) Uji t Pengaruh Variabel Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan data primer (kuesioner), setelah dilakukan analisis uji t pengaruh variabel Harga terhadap Kepuasan Konsumen menggunakan SPSS versi 18.00, diperoleh *out put* sebagai berikut:

Tabel 4.12  
Uji t Pengaruh Variabel Harga Terhadap  
Kepuasan Konsumen

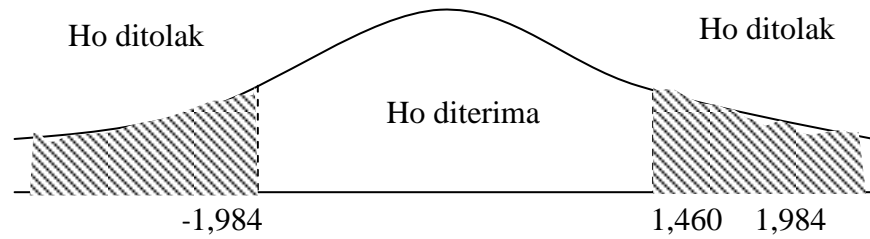
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,939	1,566		1,877	,063
Ekspektasi	,283	,134	,230	2,107	,037
Harga	,214	,146	,153	1,460	,001
Kualitas Layanan	,712	,076	,581	9,359	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen  
Sumber: Olahan Data Desember 2020

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh t hitung sebesar 1,460. t hitung tersebut kemudian dibandingkan dengan t tabel sebesar 1,984 dengan ketentuan jika t tabel > t hitung Ho diterima dan jika t hitung > t tabel Ho ditolak. Berdasarkan perbandingan yang ada diketahui bahwa ternyata t hitung < t tabel (1,460 > 1,984) sehingga dapat disimpulkan bahwa Ho diterima dan Ha ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan variabel Harga terhadap Kepuasan Konsumen.

Hasil tersebut selanjutnya dibuat dalam gambar daerah penentuan sebagai berikut:





Gambar 4.3

Daerah Penentuan Pengaruh Harga terhadap  
Kepuasan Konsumen

#### 4) Uji t Pengaruh Variabel Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan data primer (kuesioner), setelah dilakukan analisis uji t pengaruh variabel Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen menggunakan SPSS versi 18.00, diperoleh out put sebagai berikut:

Tabel 4.13

Uji t Pengaruh Variabel Kualitas Layanan Terhadap  
Kepuasan Konsumen

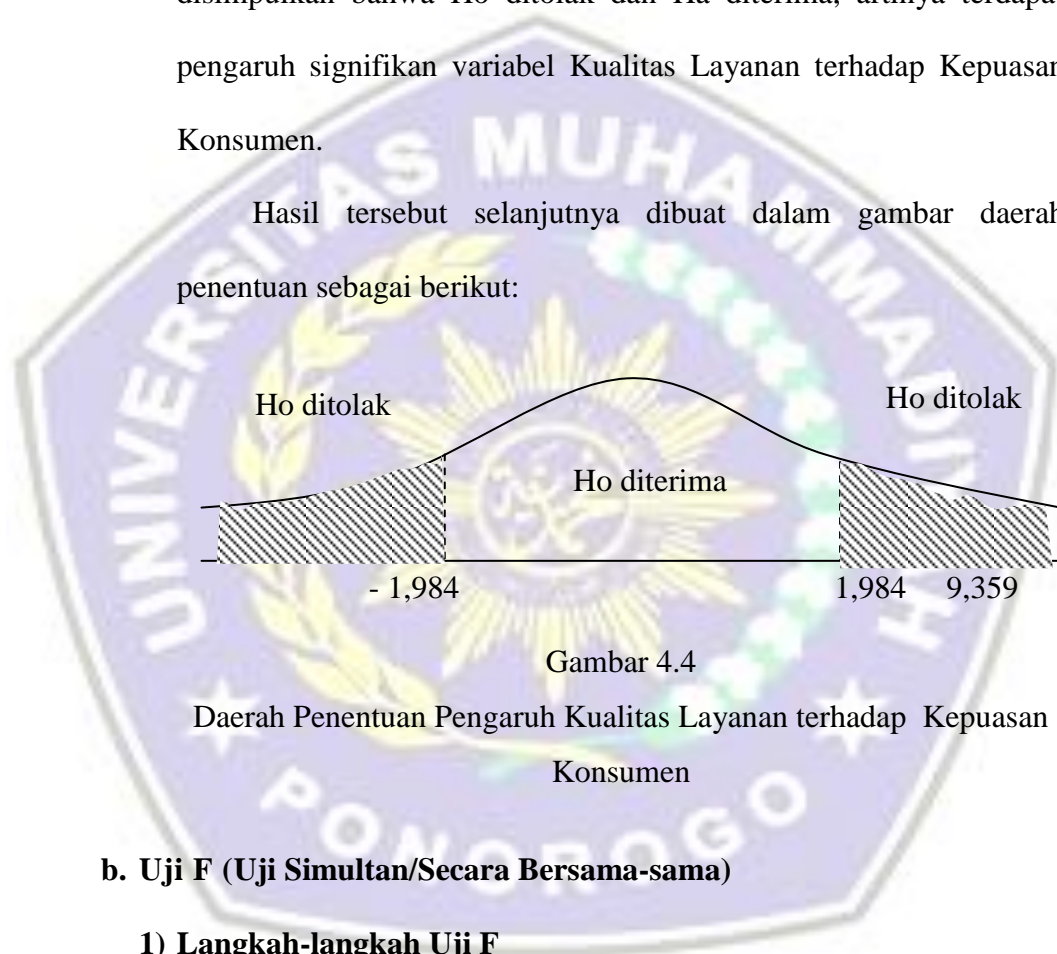
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,939	1,566		1,877	,063
	Ekspektasi	,283	,134	,230	2,107	,037
	Harga	,214	,146	,153	1,460	,001
	Kualitas Layanan	,712	,076	,581	9,359	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Olahan Data Desember 2020

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh  $t$  hitung sebesar 9,359.  $t$  hitung tersebut kemudian dibandingkan dengan  $t$  tabel sebesar 1,984 dengan ketentuan jika  $t$  tabel  $>$   $t$  hitung  $H_0$  diterima dan jika  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel  $H_0$  ditolak. Berdasarkan perbandingan yang ada diketahui bahwa ternyata  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $9,359 > 1,984$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan variabel Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen.

Hasil tersebut selanjutnya dibuat dalam gambar daerah penentuan sebagai berikut:



## b. Uji F (Uji Simultan/Secara Bersama-sama)

### 1) Langkah-langkah Uji F

- a) Merumuskan hipotesis
- 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

d) Menentukan F tabel

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%,  $\alpha = 5\%$ , derajat kebebasan (df)  $(n-k-1)$  atau  $112-3-1 = 108$  ( $n$  adalah jumlah kasus,  $k$  adalah jumlah variabel independen), hasil diperoleh untuk F tabel sebesar 2,70.

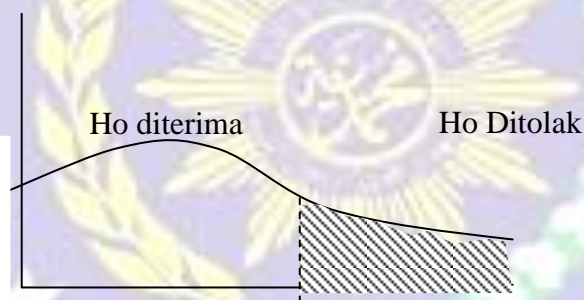
e) Kriteria Pengujian diterima bila

$H_0$  diterima bila  $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$

$H_0$  ditolak bila  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$

f) Membandingkan F hitung dengan t tabel

g) Membuat Daerah penentuan Hipotesis



Gambar 4.5

Daerah penentuan Hipotesis Uji F

h) Menarik Kesimpulan

Berdasarkan data primer (kuesioner), setelah dilakukan analisis uji F pengaruh variabel independen/ $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  (Ekspektasi, Harga dan Kualitas Layanan secara bersama-sama/simultan terhadap variabel dependen/ $Y$  (Kepuasan Konsumen) menggunakan SPSS versi 18.00, diperoleh *out put* sebagai berikut:

Tabel 4.14

Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	622,394	3	207,465	100,529	,000 <sup>b</sup>
Residual	222,883	108	2,064		
Total	845,277	111			

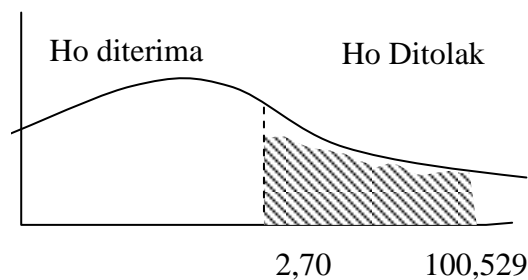
a. Predictors: (Constant), Ekspektasi, Harga, Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Olahan Data Desember 2020

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh F hitung sebesar 100,529. F hitung tersebut kemudian dibandingkan dengan F tabel sebesar 2,70 dengan ketentuan jika F tabel > F hitung Ho diterima dan jika F hitung > F tabel Ho ditolak. Berdasarkan perbandingan yang ada diketahui bahwa ternyata F hitung > F tabel (100,529 > 2,70) sehingga dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan independen/ $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  (Ekspektasi, Harga dan Kualitas Layanan secara bersama-sama/simultan terhadap variabel dependen/Y (Kepuasan Konsumen).

Hasil tersebut selanjutnya dibuat dalam gambar daerah penentuan sebagai berikut:



Gambar 4.6

Daerah Penentuan pengaruh variabel independen/ $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  (Ekspektasi, Harga dan Kualitas Layanan secara bersama-sama/simultan terhadap variabel dependen/ $Y$  (Kepuasan Konsumen)

## C. Pembahasan

### 1. Pengaruh Ekspektasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil analisis data didapatkan bahwa Kepuasan Konsumen Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo dipengaruhi oleh faktor Ekspektasi, di mana berdasarkan hasil uji statistik dengan SPSS versi 18.00 (uji t) variabel independen Ekspektasi, diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,107 > 1,984$ ) dengan koefisien regresi 0,283.

Pernyataan bahwa Ekspektasi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen juga didukung oleh penelitian dari Regina Hardiyanti Pratiwi (2017) berjudul *Pengaruh Ekspektasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Takana Juo di Makassar* dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa Kebutuhan pribadi ( $X_1$ ). Produk terakhir yang disantap ( $X_2$ ) Perbandingan dengan produk sejenis lainnya ( $X_3$ ). Janji

layanan secara implisit ( $X_4$ ) Pengalaman masa lampau ( $X_5$ ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

## **2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen**

Dari hasil analisis data didapati bahwa Kepuasan Konsumen Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo tidak dipengaruhi oleh faktor Harga, di mana berdasarkan hasil uji statistik dengan SPSS verssi 18.00 (uji t) variabel independen Harga, diperoleh nilai t hitung  $<$  t tabel ( $1,460 < 1,984$ ) dengan koefisien regresi 0,214.

Hasil penelitian di atas didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Asep Jamaludin (2019) berjudul *Analisis Harga dan Kualitas Layanan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Padang Sederhana Karawang* dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas Layanan ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) dengan kriteria uji nilai Sig. ( $0,000 < \alpha$  ( $0,05$ ) dan f hitung- $(269,119) >$  f tabel ( $3,04$ ).

## **3. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen**

Dari hasil analisis data didapati bahwa Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo, di mana berdasarkan hasil uji statistik dengan SPSS verssi 18.00 (uji t) variabel independen Ekspektasi, diperoleh nilai t hitung  $>$  t tabel ( $9,359 > 1,984$ ) dengan koefisien regresi 0,712.

Pernyataan tersebut tidak jauh beda dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Asep Jamaludin (2019) berjudul *Analisis Harga dan*

*Kualitas Layanan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Padang Sederhana Karawang* dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa Harga (X1) dan Kualitas Layanan (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan kriteria uji nilai Sig. (0,000) <  $\alpha$  (0,05) dan  $f$  hitung-(269,119) >  $f$  tabel (3,04).

Hal yang sama juga terungkap dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Agus Riyanto (2015) berjudul *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Padang Pondok Kapau Simpang Dago Bandung* dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa *Reliability* tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. *Tangibles, Responsiveness, Assurance dan Emphaty* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil secara serentak (simultan) variabel *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangible* secara serentak (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Demikian pula dengan penelitian oleh Merry Setia Putri, Setiyo Budiadi (2019) berjudul *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Lombok Hijau Lamongan*. dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa Kualitas layanan yang meliputi bukti fisik, keandalan, jaminan, empati dan daya tanggap secara parsial dan bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

#### **4. Pengaruh Ekspektasi, Harga dan Kualitas Layanan Secara Bersama-Sama/Simultan Terhadap Kepuasan Konsumen**

Dari hasil analisis data didapati bahwa Ekspektasi, Harga dan Kualitas Layanan secara bersama-sama/simultan berpengaruh terhadap

Kepuasan Konsumen Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo, di mana berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F hitung > F tabel ( $100,529 > 2,70$ ).

Pernyataan di atas dikuatkan oleh pernyataan Ngakan yang mengatakan bahwa pengelolaan sumber daya manusia (SDM) perlu mendapat perhatian dan pengembangan, karena tidak seperti halnya mesin yang selalu melakukan aktivitas yang sama setiap waktunya, agar mendapatkan kinerja yang bagus, manajerial perlu memperhatikan penempatan Konsumen secara proporsional dan sesuai kebutuhan (*the right man on the right place*). Kinerja berkaitan erat dengan hasil kerja Konsumen yang sesuai dengan perannya dalam organisasi sekaligus merupakan suatu hasil usaha secara kualitas dan kuantitas yang dicapai dalam melaksanakan tugasnya dengan penuh tanggung jawab yang diberikan. Dengan perkataan lain bila Kepuasan Konsumen (*individual performance*) baik, maka kemungkinan besar penampilan perusahaan (*corporate performance*) juga akan baik (Ngakan, 2013). Hal ini dipengaruhi oleh faktor seperti *Ekspektasi* yang terjaga, *Harga* yang terpelihara, serta *Kualitas Layanan* yang mendukung.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data dengan model regresi berganda diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil analisis data didapati bahwa Kepuasan Konsumen Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo dipengaruhi oleh faktor Ekspektasi.
2. Dari hasil analisis data didapati bahwa Kepuasan Konsumen Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo tidak dipengaruhi oleh faktor Harga.
3. Dari hasil analisis data didapati bahwa Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo.
4. Dari hasil analisis data didapati bahwa Ekspektasi, Harga dan Kualitas Layanan secara bersama-sama/simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo.

#### **B. Saran**

1. Sehubungan dengan variabel Kualitas Layanan menjadi variabel yang dominan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen, maka agar Kepuasan Konsumen tetap terjaga, Rumah Makan Padang di Kecamatan

Ponorogo Kabupaten Ponorogo perlu terus menjaga bahkan jika perlu meningkatkan Kualitas Layanan yang selama ini telah terjaga guna mendukung Kepuasan Konsumen yang telah ada.

2. Meski berdasarkan penelitian Harga tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen, diharapkan manajemen Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo tetap menjaga agar harga tidak naik atau naik terlalu tinggi karena kondisi keuangan konsumen saat ini cukup terpengaruh oleh situasi sulit dampak dari virus corona.
3. Meski kecil, Variabel ekspektasi juga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, sehubungan dengan itu Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo perlu terus menjaga asa konsumen terhadap kualitas dan kenikmatan masakan Padang agar Konsumen tetap terikat dan terus setia menjadi konsumen Rumah Makan Padang.



## DAFTAR PUSTAKA

- Aldepis, Gebby. 2015. *Strategi Promosi Restoran (Studi Kasus: Restoran Sederhana Masakan Padang)*.(Skripsi). FE dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.
- Alindra, Aput Ivan. 2015. *Analisis Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Depok Sports Center*. Skripsi. Program Studi Ilmu Keolahragaan Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta.
- Arikunto Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.
- Basu Swasta. 2014. *Manajemen Penjualan Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Djunaidi, 2012, *Analisis Kepuasan Konsumen Dengan Pendekatan Fuzzy Service*
- Engel James et al, 1994. *Perilaku Konsumen jilid 2*, Binarupa Aksara, Jakarta
- Fandy Tjiptono. 2011. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS, 21 Update PLS Regresi* Edisi 7. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, M. 2012. *Organisasi dan Kompensasi. Dasar Peningkatan produktivitas*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hourovitz, J. 2010 “*Seven Secrets Of Service Strategy*”, Prentice Hall, Great Britain,.
- Imam Hanafi. 2013. *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Masyarakat Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Swalayan Indomaret Klakah Kabupaten Lumajang*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2012. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen*, Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE.

- Inga Milisiunaite, Roma Adomaitiene, and Juozas Galginaitis, *Quality Management As A Tool For Quality Culture Embedment: Vilnius University Approach*, 31st Annual EAIR Forum in Vilnius, Lithuania 23 to 26 August 2015
- Irawan, H. 2013. *Indonesian Customer Satisfaction: Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang ICSEA*. Jakarta : PT Alex Media Komputindo.
- Jamaludin, Asep. 2019. *Analisis Kualitas Layanan dan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Padang Sederhana Karawang*. (Artikel). Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif.
- John C. Mowen dan Michael Minor. 2015. *Perilaku Konsumen* .Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Julianan. 2012. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen* . Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Amstrong. 2012. *Prinsip-prinsip pemasaran 1*. Edisi kedua belas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan K. Lane. 2015. *Manajemen Pemasaran (Terjemahan)*. Jilid II. PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kotler, P. (2014). *Manajemen Pemasaran (Terjemahan)*. Jilid I. PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kurniansyah, Rizal. 2012. "Konsep Persepsi, Ekspektasi dan Destinasi Pariwisata". [www.academia.edu](http://www.academia.edu). (diakses pada tanggal 4 Maret 2020)
- Lendo, Ratyh Rizka. 2013. *The Influence*
- Lovelock, Christopher H. dan Lauren K. Wright. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Cetakan 2 (terjemahan). Indeks: Jakarta
- Lupiyoadi. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa* . Jakarta: Salemba Empat.
- M. Misbakhul Munir. 2011. *Analisis Pengaruh Retailing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Minimarket Permata di Kecamatan Balapulang*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Ofset. Yogyakarta.

- Tse David K & Peter C Wilton. 2012. *Model of Consumer satisfaction Formation : An Extension*. Journal Of Marketing Research, Vol XXV , pp 204-212.
- Wilkie, W.L. 1994. *Consumer Behavior*, 3rd edn, New York.
- William J. Stanton. 1991. *Prinsip Pemasaran, Alih Bahasa Wilhelmus W. Bokowatun*. Jakarta: Erlangga.
- Yamit, Zulian. 2011. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, edisi1. Yogyakarta : Ekonisia.
- Yuliani. (2014. *Pengaruh Lokasi, Harga dan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di ABC Swalayan Purbalingga*. Universitas Negeri Semarang
- Yusrizal. 2015. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Ekspektasi Terhadap Peningkatan Kinerja Pegawai Pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Propinsi Sumatera Barat*. Jurnal Skripsi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Taman Siswa Padang.



# Lampiran



## INSTRUMEN PENELITIAN

### PENGARUH EKSPEKTASI, HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN PADANG DI KECAMATAN PONOROGO KABUPATEN PONOROGO

Terima kasih atas partisipasi Anda menjadi salah satu peserta survey dan secara sukarela mengisi kuesioner ini. Nama saya Wawan Dwi Sambodo, mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo Program Studi Manajemen, saat ini sedang mengadakan penelitian berjudul *Pengaruh Ekspektasi, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo*.

Saya sangat menghargai kejujuran Bapak/Ibu/Sdra/i dalam mengisi kuesioner ini. Saya menjamin kerahasiaan Bapak/Ibu/Sdra/i terkait dengan kuesioner. Hasil survey ini semata-mata digunakan untuk tujuan penelitian dan bukan komersial.

Nama Responden : \_\_\_\_\_

Jenis Kelamin

Laki-laki  Perempuan

Usia

< 21  21-40  > 40

Pendidikan Terakhir

SMA  D3  S1

Penghasilan Perbulan

< 1 Juta  1-3 Juta  > 3 Juta

Petunjuk Pengisian

1. Pilihlah salah satu jawaban dari kelima alternatif jawaban yang sesuai dengan cara memberikan tanda centang (✓) pada salah satu kolom pada jawaban yang tersedia.

2. Keterangan jawaban sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju.

S : Setuju.

N : Netral

TS : Tidak Setuju.

STS : Sangat Tidak Setuju

**Pernyataan Untuk Variabel Ekspektasi (X<sub>1</sub>)**

	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
X <sub>1.1</sub>	Saya menyukai masakan Padang. Harapan saya tentang lezatnya masakan Padang selalu saya dapatkan saat makan di Rumah Makan Padang .					
X <sub>1.2</sub>	Setiap kali saya makan masakan Padang , rasa masakan Padangnya pasti selalu sama lezatnya dengan masakan Padang terakhir kali saya makan.					
X <sub>1.3</sub>	Banyak makanan daerah yang sudah saya coba, tapi tidak ada yang cita rasanya yang setara dengan lezatnya masakan Padang.					
X <sub>1.4</sub>	Keterampilan Konsumen selalu memuaskan saya dalam menikmati masakan Padang.					
X <sub>1.5</sub>	Menikmati lezatnya masakan Padang adalah bagian dari sejarah hidup saya.					

**Pernyataan Untuk Variabel Harga (X<sub>2</sub>)**

	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
X <sub>2.1</sub>	Bagi saya, harga yang ditawarkan untuk lezatnya masakan Padang terjangkau di kantong.					
X <sub>2.2</sub>	Uang yang saya keluarkan untuk membeli masakan Padang setara dengan lezatnya hidangan yang saya dapatkan.					
X <sub>2.3</sub>	Harga masakan Padang pada Rumah Makan Padang tidak jauh berbeda dengan harga masakan Padang di luar Ponorogo.					
X <sub>2.4</sub>	Saya merasa mendapatkan manfaat kesehatan dari daging, sayur-sayuran dan ikan dari Rumah Makan Padang karena selalu segar dan baru.					
X <sub>2.5</sub>	Jika ditinjau dari harga daging, ikan atau sayur-sayuran di pasaran saat ini, saya rasa tarif dan harga masakan pada Rumah Makan Padang cukup berimbang; tidak mahal dan terjangkau.					

**Pernyataan Untuk Variabel Kualitas Layanan (X<sub>3</sub>)**

	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
X <sub>3.1</sub>	Rumah Makan Padang selalu menjaga kebersihan tempat dan kualitas makanan yang dijualnya.					
X <sub>3.2</sub>	Rumah Makan Padang selalu menyajikan masakan Padang yang lezat dengan keterampilan pelayanan yang mumpuni. Sama persis dengan gambaran orang tentang masakan Padang sebagai kuliner terbaik dunia.					
X <sub>3.3</sub>	Meski rata-rata buka selama 24 jam, Rumah Makan Padang selalu <i>on time</i> saat menyajikan hidangan yang segar dan lezat, baik yang disantap di rumah makan atau yang diantar ke rumah-rumah.					
X <sub>3.4</sub>	Lezatnya rasa makanan dan keramahan pelayanan pada Rumah Makan Padang yang saya rasakan tetap sama dari waktu ke waktu, karena selalu dikontrol					



	dengan sangat ketat oleh pemilik Rumah Makan.					
X <sub>3.5</sub>	Keamanan dan kenyamanan konsumen, selalu menjadi prioritas utama pada Rumah Makan Padang .					

### Pernyataan Untuk Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Y <sub>1</sub>	Untuk kualitasnya, saya selalu puas dengan sajian masakan Padang pada Rumah Makan Padang					
Y <sub>2</sub>	Demi menjamin relasi yang lebih panjang di masa datang, Pemilik Rumah Makan Padang tidak keberatan mengantarkan makanan yang saya pesan tanpa meminta ongkos kirim.					
Y <sub>3</sub>	Pada hari-hari tertentu, Rumah Makan Padang memberikan menu gratis atau dengan potongan harga khusus pada pelanggan yang sering berkunjung.					
Y <sub>4</sub>	Pelanggan terbaik yang selalu makan selalu mendapat prioritas pelayanan saat berkunjung..					
Y <sub>5</sub>	Pemilik Rumah Makan Padang selalu menanyakan keluhan atau kekurangan yang dialami para pelanggan dari setiap pelayanan yang dilakukan saat bersantap di rumah makan.					
Y <sub>6</sub>	Terkait keluhan dan komplain pelanggan, Rumah Makan Padang selalu menuliskan nomor telepon yang dapat dihubungi jika pelanggan tidak puas terhadap pelayanan yang ada.					
Y <sub>7</sub>	Rumah Makan Padang memiliki model pembayaran transaksi yang jelas untuk mempermudah pelayanan pada konsumen.					

## DATA DEMOGRAFIS

No. Resp.	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Penghasilan Perbulan
1.	Laki-laki 1	> 40	SMA 1	> 3 juta 3
2.	Perempuan 2	21-40 2	S1 3	> 3 juta 3
3.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	1-3 juta 2
4.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	> 3 juta 3
5.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	1-3 juta 2
6.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	1-3 juta 2
7.	Laki-laki 1	21-40 2	S1 3	> 3 juta 3
8.	Perempuan 2	< 21 1	SMA 2	1-3 juta 2
9.	Laki-laki 1	< 21 1	D3 2	1-3 juta 2
10.	Perempuan 2	< 21 1	SMA 1	< 1 juta 1
11.	Perempuan 2	< 21 1	SMA 1	< 1 juta 1
12.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	< 1 juta 1
13.	Laki-laki 1	< 21 1	D3 2	> 3 juta 3
14.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	> 3 juta 3
15.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	1-3 juta 2
16.	Laki-laki 1	> 40	SMA 1	> 3 juta 3
17.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	< 1 thn
18.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	1-3 juta 2
19.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	> 3 juta 3
20.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	< 1 juta 1
21.	Perempuan 2	< 21 1	SMA 1	1-3 juta 2
22.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	1-3 juta 2
23.	Perempuan 2	< 21 1	SMA 1	< 1 juta 1
24.	Perempuan 2	< 21 1	SMA 1	< 1 juta 1
25.	Laki-laki 1	< 21 1	D3 2	1-3 juta 2
26.	Laki-laki 1	< 21 1	D3 2	1-3 juta 2
27.	Perempuan 2	< 21 1	D3 2	< 1 juta 1
28.	Laki-laki 1	< 21 1	D3 2	< 1 juta 1
29.	Laki-laki 1	< 21 1	D3 2	1-3 juta 2
30.	Laki-laki 1	21-40 2	SMA 1	> 3 juta 3
31.	Laki-laki 1	21-40 2	SMA 1	> 3 juta 3
32.	Perempuan 2	> 40	S1 3	> 3 juta 3
33.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	1-3 juta 2
34.	Laki-laki 1	> 40	SMA 1	> 3 juta 3
35.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	< 1 thn
36.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	1-3 juta 2
37.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	> 3 juta 3
38.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	< 1 juta 1
39.	Perempuan 2	< 21 1	SMA 1	1-3 juta 2
40.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	1-3 juta 2
41.	Perempuan 2	< 21 1	SMA 1	< 1 juta 1
42.	Perempuan 2	< 21 1	SMA 1	< 1 juta 1
43.	Laki-laki 1	< 21 1	D3 2	1-3 juta 2
44.	Laki-laki 1	< 21 1	D3 2	1-3 juta 2
45.	Perempuan 2	< 21 1	D3 2	< 1 juta 1
46.	Laki-laki 1	< 21 1	D3 2	< 1 juta 1

47.	Laki-laki 1	< 21 1	D3 2	1-3 juta 2
48.	Laki-laki 1	21-40 2	SMA 1	> 3 juta 3
49.	Laki-laki 1	21-40 2	SMA 1	> 3 juta 3
50.	Perempuan 2	> 40	S1 3	> 3 juta 3
51.	Laki-laki 1	> 40	SMA 1	> 3 juta 3
52.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	< 1 juta 1
53.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	1-3 juta 2
54.	Laki-laki 1	> 40	D3 2	> 3 juta 3
55.	Perempuan 2	21-40 2	S1 3	> 3 juta 3
56.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	1-3 juta 2
57.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	> 3 juta 3
58.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	1-3 juta 2
59.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	1-3 juta 2
60.	Laki-laki 1	21-40 2	S1 3	> 3 juta 3
61.	Perempuan 2	< 21 1	SMA 1	1-3 juta 2
62.	Laki-laki 1	< 21 1	D3 2	1-3 juta 2
63.	Perempuan 2	< 21 1	SMA 1	< 1 juta 1
64.	Perempuan 2	< 21 1	SMA 1	< 1 juta 1
65.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	< 1 juta 1
66.	Laki-laki 1	< 21 1	D3 2	> 3 juta 3
67.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	> 3 juta 3
68.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	1-3 juta 2
69.	Laki-laki 1	> 40	SMA 1	> 3 juta 3
70.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	< 1 thn
71.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	1-3 juta 2
72.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	> 3 juta 3
73.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	< 1 juta 1
74.	Perempuan 2	< 21 1	SMA 1	1-3 juta 2
75.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	1-3 juta 2
76.	Perempuan 2	< 21 1	SMA 1	< 1 juta 1
77.	Perempuan 2	< 21 1	SMA 1	< 1 juta 1
78.	Laki-laki 1	< 21 1	D3 2	1-3 juta 2
79.	Laki-laki 1	< 21 1	D3 2	1-3 juta 2
80.	Perempuan 2	< 21 1	D3 2	< 1 juta 1
81.	Laki-laki 1	< 21 1	D3 2	< 1 juta 1
82.	Laki-laki 1	< 21 1	D3 2	1-3 juta 2
83.	Laki-laki 1	21-40 2	SMA 1	> 3 juta 3
84.	Laki-laki 1	21-40 2	SMA 1	> 3 juta 3
85.	Perempuan 2	> 40	SMA 1	> 3 juta 3
86.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	1-3 juta 2
87.	Laki-laki 1	> 40	SMA 1	> 3 juta 3
88.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	< 1 thn
89.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	1-3 juta 2
90.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	> 3 juta 3
91.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	< 1 juta 1
92.	Perempuan 2	< 21 1	SMA 1	1-3 juta 2
93.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	1-3 juta 2
94.	Perempuan 2	< 21 1	SMA 1	< 1 juta 1
95.	Perempuan 2	< 21 1	SMA 1	< 1 juta 1
96.	Laki-laki 1	< 21 1	D3 2	1-3 juta 2
97.	Laki-laki 1	< 21 1	D3 2	1-3 juta 2
98.	Perempuan 2	< 21 1	D3 2	< 1 juta 1

99.	Laki-laki 1	< 21 1	D3 2	< 1 juta 1
100.	Laki-laki 1	< 21 1	D3 2	1-3 juta 2
101.	Laki-laki 1	21-40 2	SMA 1	> 3 juta 3
102.	Laki-laki 1	21-40 2	SMA 1	> 3 juta 3
103.	Laki-laki 1	> 40	D3 2	> 3 juta 3
104.	Perempuan 2	> 40	S1 3	> 3 juta 3
105.	Laki-laki 1	> 40	SMA 1	> 3 juta 3
106.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	< 1 juta 1
107.	Laki-laki 1	< 21 1	SMA 1	1-3 juta 2
108.	Perempuan 2	< 21 1	SMA 1	1-3 juta 2
109.	Perempuan 2	< 21 1	SMA 1	1-3 juta 2
110.	Perempuan 2	< 21 1	SMA 1	1-3 juta 2
111.	Perempuan 2	< 21 1	SMA 1	1-3 juta 2
112.	Perempuan 2	< 21 1	SMA 1	1-3 juta 2



**DATA DEMOGRAFIS UNTUK OLAH DATA DENGAN SPSS**

<b>No. Resp.</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Usia</b>	<b>Pendidikan Terakhir</b>	<b>Penghasilan Perbulan</b>
1.	1	3	2	3
2.	2	2	3	3
3.	1	1	1	2
4.	1	1	1	3
5.	1	1	1	2
6.	1	1	1	2
7.	1	2	3	3
8.	2	1	1	2
9.	1	1	2	2
10.	2	1	1	1
11.	2	1	1	1
12.	1	1	1	1
13.	1	1	2	3
14.	1	1	1	3
15.	1	1	1	2
16.	1	3	1	3
17.	1	1	1	1
18.	1	1	1	2
19.	1	1	1	3
20.	1	1	1	1
21.	2	1	1	2
22.	1	1	1	2
23.	2	1	1	1
24.	2	1	1	1
25.	1	1	2	2
26.	1	1	2	2
27.	2	1	2	1
28.	1	1	2	1
29.	1	1	2	2
30.	1	2	1	3
31.	1	2	1	3
32.	2	3	1	3
33.	1	1	1	2
34.	1	3	1	3
35.	1	1	1	1
36.	1	1	1	2
37.	1	1	1	3
38.	1	1	1	1
39.	2	1	1	2
40.	1	1	1	2
41.	2	1	1	1
42.	2	1	1	1
43.	1	1	2	2
44.	1	1	2	2
45.	2	1	2	1
46.	1	1	2	1

47.	1	1	2	2
48.	1	2	1	3
49.	1	2	1	3
50.	2	3	1	3
51.	1	3	1	3
52.	1	1	1	1
53.	1	1	1	2
54.	1	3	2	3
55.	2	2	3	3
56.	1	1	1	2
57.	1	1	1	3
58.	1	1	1	2
59.	1	1	1	2
60.	1	2	3	3
61.	2	1	1	2
62.	1	1	2	2
63.	2	1	1	1
64.	2	1	1	1
65.	1	1	1	1
66.	1	1	2	3
67.	1	1	1	3
68.	1	1	1	2
69.	1	3	1	3
70.	1	1	1	1
71.	1	1	1	2
72.	1	1	1	3
73.	1	1	1	1
74.	2	1	1	2
75.	1	1	1	2
76.	2	1	1	1
77.	2	1	1	1
78.	1	1	2	2
79.	1	1	2	2
80.	2	1	2	1
81.	1	1	2	1
82.	1	1	2	2
83.	1	2	1	3
84.	1	2	1	3
85.	2	3	1	3
86.	1	1	1	2
87.	1	3	1	3
88.	1	1	1	1
89.	1	1	1	2
90.	1	1	1	3
91.	1	1	1	1
92.	2	1	1	2
93.	1	1	1	2
94.	2	1	1	1
95.	2	1	1	1
96.	1	1	2	2
97.	1	1	2	2
98.	2	1	2	1

99.	1	1	2	1
100.	1	1	2	2
101.	1	2	1	3
102.	1	2	1	3
103.	1	3	2	3
104.	2	3	3	3
105.	1	3	1	3
106.	1	1	1	1
107.	1	1	1	2
108.	2	1	1	2
109.	2	1	1	2
110.	2	1	1	2
111.	2	1	1	2
112.	2	1	1	2



## DATA MENTAH

No.	Indikator																										Jumlah
	Ekspektasi						Harga					Kualitas Layanan						Kepuasan Konsumen									
	X <sub>1</sub>						X <sub>2</sub>					X <sub>3</sub>						Y									
	1	2	3	4	5	Jlh	1	2	3	4	5	Jlh	1	2	3	4	5	Jlh	1	2	3	4	5	6	7	Jlh	
	Nomor Soal																										
1	2	3	4	5	Σ	6	7	8	9	10	Σ	11	12	13	14	15	Σ	16	17	18	19	20	21	22	Σ		
1.	5	5	4	4	5	<b>19</b>	3	4	4	3	4	<b>19</b>	5	5	5	5	4	<b>24</b>	4	5	5	4	5	5	4	<b>32</b>	<b>94</b>
2.	5	5	4	4	5	<b>22</b>	5	5	5	5	5	<b>22</b>	4	3	4	3	3	<b>19</b>	3	3	4	4	4	4	3	<b>25</b>	<b>88</b>
3.	4	5	5	4	4	<b>18</b>	4	4	5	4	4	<b>18</b>	4	4	4	4	3	<b>20</b>	3	3	3	3	4	3	3	<b>22</b>	<b>78</b>
4.	5	5	5	5	5	<b>24</b>	5	4	4	5	5	<b>22</b>	4	4	4	4	4	<b>21</b>	4	4	4	5	5	4	4	<b>30</b>	<b>97</b>
5.	4	4	4	4	4	<b>21</b>	5	4	4	4	4	<b>22</b>	5	5	4	4	5	<b>22</b>	5	5	4	4	4	4	3	<b>29</b>	<b>94</b>
6.	5	5	4	4	5	<b>21</b>	5	5	4	4	5	<b>22</b>	5	5	4	4	5	<b>23</b>	5	5	3	4	4	3	3	<b>27</b>	<b>93</b>
7.	5	5	4	4	5	<b>20</b>	5	5	4	4	3	<b>22</b>	4	5	5	4	4	<b>21</b>	4	5	4	4	4	4	4	<b>29</b>	<b>92</b>
8.	4	5	5	4	4	<b>21</b>	4	4	5	4	4	<b>21</b>	5	5	5	5	5	<b>24</b>	5	5	4	5	5	4	4	<b>32</b>	<b>98</b>
9.	5	5	5	5	5	<b>17</b>	3	4	4	3	4	<b>17</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	3	4	4	3	4	<b>26</b>	<b>80</b>
10.	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	5	5	4	<b>22</b>	4	4	4	4	4	4	5	<b>29</b>	<b>91</b>
11.	4	4	5	5	4	<b>18</b>	3	5	4	4	4	<b>19</b>	4	5	5	4	4	<b>22</b>	4	5	3	4	4	3	4	<b>27</b>	<b>86</b>
12.	4	5	5	4	4	<b>20</b>	5	4	4	4	3	<b>21</b>	4	4	4	4	4	<b>19</b>	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>	<b>88</b>
13.	5	5	5	5	5	<b>21</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	5	5	5	5	4	<b>24</b>	4	5	4	4	4	4	5	<b>30</b>	<b>95</b>
14.	4	4	4	4	4	<b>18</b>	4	4	4	4	3	<b>21</b>	4	4	4	4	5	<b>19</b>	5	4	4	4	3	4	4	<b>28</b>	<b>86</b>
15.	4	4	4	4	5	<b>21</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	4	5	<b>29</b>	<b>90</b>
16.	4	5	5	4	4	<b>24</b>	5	4	4	5	5	<b>23</b>	5	5	5	5	4	<b>25</b>	4	5	5	4	5	5	4	<b>32</b>	<b>104</b>
17.	4	4	4	4	4	<b>19</b>	4	4	4	4	4	<b>19</b>	4	3	4	3	3	<b>18</b>	3	3	4	4	4	4	3	<b>25</b>	<b>81</b>



18	5	5	5	5	4	<b>24</b>	5	4	4	5	5	<b>23</b>	5	5	5	5	4	<b>25</b>	4	5	5	4	4	5	5	<b>32</b>	<b>104</b>
19	4	4	5	5	4	<b>19</b>	4	4	4	4	4	<b>19</b>	4	3	4	3	3	<b>18</b>	3	3	4	4	3	4	4	<b>25</b>	<b>81</b>
20.	4	5	5	4	4	<b>17</b>	4	3	4	4	3	<b>17</b>	4	4	4	3	3	<b>18</b>	3	4	3	3	4	3	3	<b>23</b>	<b>75</b>
21	5	5	5	5	5	<b>25</b>	5	5	5	5	5	<b>24</b>	4	4	4	4	4	<b>21</b>	4	4	5	5	5	5	4	<b>32</b>	<b>102</b>
22.	4	4	4	4	4	<b>20</b>	5	5	4	4	3	<b>23</b>	5	5	4	4	5	<b>21</b>	5	5	4	4	4	4	3	<b>29</b>	<b>93</b>
23.	4	4	5	5	4	<b>23</b>	5	5	4	4	5	<b>23</b>	5	5	4	4	5	<b>23</b>	5	5	4	5	5	4	4	<b>32</b>	<b>101</b>
24	4	5	5	4	4	<b>22</b>	5	4	4	4	4	<b>21</b>	4	5	5	4	4	<b>22</b>	4	5	4	5	5	4	4	<b>31</b>	<b>96</b>
25.	4	4	4	4	4	<b>19</b>	5	5	4	4	3	<b>22</b>	5	5	5	5	5	<b>23</b>	5	5	3	4	4	3	4	<b>28</b>	<b>92</b>
26	5	5	5	5	4	<b>17</b>	3	4	4	3	4	<b>17</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	3	4	4	3	3	<b>25</b>	<b>79</b>
27	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	<b>21</b>	4	4	4	4	5	<b>20</b>	5	5	4	4	4	4	4	<b>30</b>	<b>91</b>
28.	4	4	4	4	5	<b>24</b>	5	4	4	5	5	<b>22</b>	4	5	5	4	4	<b>23</b>	4	5	4	5	5	4	4	<b>31</b>	<b>100</b>
29	4	4	4	4	3	<b>20</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	4	3	<b>27</b>	<b>87</b>
30	5	5	5	5	5	<b>19</b>	4	3	4	4	3	<b>19</b>	5	5	5	5	4	<b>23</b>	4	5	4	4	4	4	5	<b>30</b>	<b>91</b>
31.	4	4	4	4	4	<b>23</b>	5	5	5	5	5	<b>24</b>	4	4	4	4	5	<b>21</b>	5	4	4	4	4	4	3	<b>28</b>	<b>96</b>
32	4	4	5	5	4	<b>20</b>	4	4	5	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>	<b>88</b>
33	4	5	5	4	4	<b>24</b>	5	4	4	5	5	<b>23</b>	5	5	5	5	4	<b>25</b>	4	5	5	4	5	5	4	<b>32</b>	<b>104</b>
34	4	4	4	4	4	<b>19</b>	4	4	4	4	4	<b>19</b>	4	3	4	3	3	<b>18</b>	3	3	4	4	3	4	4	<b>25</b>	<b>81</b>
35	4	4	4	4	5	<b>23</b>	5	5	4	4	5	<b>23</b>	5	5	5	5	4	<b>25</b>	4	5	5	4	5	5	4	<b>32</b>	<b>103</b>
36	4	4	4	4	3	<b>18</b>	3	5	4	4	4	<b>19</b>	4	3	4	3	3	<b>18</b>	3	3	4	4	4	4	3	<b>25</b>	<b>80</b>
37	4	5	5	4	4	<b>17</b>	4	3	4	4	3	<b>17</b>	4	4	4	4	3	<b>19</b>	3	3	3	3	4	3	3	<b>22</b>	<b>75</b>
38	5	5	5	5	5	<b>24</b>	5	5	5	5	5	<b>23</b>	4	4	4	4	4	<b>21</b>	4	4	4	5	5	4	4	<b>30</b>	<b>98</b>
39	4	4	4	4	4	<b>22</b>	5	4	4	5	5	<b>22</b>	5	5	4	4	5	<b>23</b>	5	5	3	4	4	3	4	<b>28</b>	<b>95</b>
40	4	4	4	5	5	<b>19</b>	5	4	4	4	3	<b>21</b>	5	5	4	4	5	<b>21</b>	5	5	3	4	4	3	3	<b>27</b>	<b>88</b>
41	4	5	5	4	4	<b>19</b>	4	3	4	4	3	<b>19</b>	4	5	5	4	4	<b>21</b>	4	5	4	4	4	4	4	<b>29</b>	<b>88</b>
42	4	4	4	4	4	<b>24</b>	5	5	5	5	5	<b>24</b>	5	5	5	5	5	<b>25</b>	5	5	4	5	5	4	4	<b>32</b>	<b>105</b>
43	5	5	5	5	4	<b>22</b>	5	4	4	5	5	<b>21</b>	4	4	4	4	4	<b>21</b>	4	4	3	4	4	3	4	<b>26</b>	<b>90</b>
44	4	5	5	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	<b>21</b>	4	4	4	5	5	<b>21</b>	5	4	4	4	4	4	5	<b>30</b>	<b>92</b>
45	4	4	4	3	4	<b>18</b>	4	3	4	4	3	<b>18</b>	4	5	5	4	4	<b>21</b>	4	5	3	4	4	3	4	<b>27</b>	<b>84</b>
46	4	4	4	3	3	<b>23</b>	5	5	5	5	5	<b>23</b>	4	4	4	4	4	<b>21</b>	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>	<b>95</b>
47	5	5	5	5	4	<b>20</b>	4	4	5	4	4	<b>20</b>	5	5	5	5	4	<b>24</b>	4	5	4	4	4	4	5	<b>30</b>	<b>94</b>
48	5	5	4	4	5	<b>22</b>	5	5	4	4	5	<b>23</b>	4	4	4	4	5	<b>21</b>	5	4	4	4	4	4	3	<b>28</b>	<b>94</b>

49.	5	5	4	4	5	<b>20</b>	4	4	5	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>	<b>88</b>	
50.	4	5	5	4	4	<b>22</b>	5	4	4	4	4	<b>22</b>	5	5	5	5	4	<b>24</b>	4	5	5	4	5	5	4	<b>32</b>	<b>100</b>
51.	5	5	5	5	5	<b>18</b>	4	3	4	4	3	<b>18</b>	4	3	4	3	3	<b>17</b>	3	3	4	4	4	4	3	<b>25</b>	<b>78</b>
52.	4	4	4	4	4	<b>24</b>	5	4	4	5	5	<b>23</b>	5	5	5	5	4	<b>25</b>	4	5	5	4	4	5	5	<b>32</b>	<b>104</b>
53.	4	4	4	5	5	<b>19</b>	4	4	4	4	4	<b>19</b>	4	3	4	3	3	<b>18</b>	3	3	4	4	4	4	3	<b>25</b>	<b>81</b>
54.	5	5	4	4	5	<b>19</b>	3	4	4	3	4	<b>19</b>	5	5	5	5	4	<b>24</b>	4	5	5	4	5	5	4	<b>32</b>	<b>94</b>
55.	5	5	4	4	5	<b>22</b>	5	5	5	5	5	<b>22</b>	4	3	4	3	3	<b>19</b>	3	3	4	4	4	4	3	<b>25</b>	<b>88</b>
56.	4	5	5	4	4	<b>18</b>	4	4	5	4	4	<b>18</b>	4	4	4	4	3	<b>20</b>	3	3	3	3	4	3	3	<b>22</b>	<b>78</b>
57.	5	5	5	5	5	<b>24</b>	5	4	4	5	5	<b>22</b>	4	4	4	4	4	<b>21</b>	4	4	4	5	5	4	4	<b>30</b>	<b>97</b>
58.	4	4	4	4	4	<b>21</b>	5	4	4	4	4	<b>22</b>	5	5	4	4	5	<b>22</b>	5	5	4	4	4	4	3	<b>29</b>	<b>94</b>
59.	5	5	4	4	5	<b>21</b>	5	5	4	4	5	<b>22</b>	5	5	4	4	5	<b>23</b>	5	5	3	4	4	3	3	<b>27</b>	<b>93</b>
60.	5	5	4	4	5	<b>20</b>	5	5	4	4	3	<b>22</b>	4	5	5	4	4	<b>21</b>	4	5	4	4	4	4	4	<b>29</b>	<b>92</b>
61.	4	5	5	4	4	<b>21</b>	4	4	5	4	4	<b>21</b>	5	5	5	5	5	<b>24</b>	5	5	4	5	5	4	4	<b>32</b>	<b>98</b>
62.	5	5	5	5	5	<b>17</b>	3	4	4	3	4	<b>17</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	3	4	4	3	4	<b>26</b>	<b>80</b>
63.	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	5	5	4	<b>22</b>	4	4	4	4	4	4	5	<b>29</b>	<b>91</b>
64.	4	4	5	5	4	<b>18</b>	3	5	4	4	4	<b>19</b>	4	5	5	4	4	<b>22</b>	4	5	3	4	4	3	4	<b>27</b>	<b>86</b>
65.	4	5	5	4	4	<b>20</b>	5	4	4	4	3	<b>21</b>	4	4	4	4	4	<b>19</b>	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>	<b>88</b>
66.	5	5	5	5	5	<b>21</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	5	5	5	5	4	<b>24</b>	4	5	4	4	4	4	5	<b>30</b>	<b>95</b>
67.	4	4	4	4	4	<b>18</b>	4	4	4	4	3	<b>21</b>	4	4	4	4	5	<b>19</b>	5	4	4	4	3	4	4	<b>28</b>	<b>86</b>
68.	4	4	4	4	5	<b>21</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	4	5	<b>29</b>	<b>90</b>
69.	4	5	5	4	4	<b>24</b>	5	4	4	5	5	<b>23</b>	5	5	5	5	4	<b>25</b>	4	5	5	4	5	5	4	<b>32</b>	<b>104</b>
70.	4	4	4	4	4	<b>19</b>	4	4	4	4	4	<b>19</b>	4	3	4	3	3	<b>18</b>	3	3	4	4	4	4	3	<b>25</b>	<b>81</b>
71.	5	5	5	5	4	<b>24</b>	5	4	4	5	5	<b>23</b>	5	5	5	5	4	<b>25</b>	4	5	5	4	4	5	5	<b>32</b>	<b>104</b>
72.	4	4	5	5	4	<b>19</b>	4	4	4	4	4	<b>19</b>	4	3	4	3	3	<b>18</b>	3	3	4	4	3	4	4	<b>25</b>	<b>81</b>
73.	4	5	5	4	4	<b>17</b>	4	3	4	4	3	<b>17</b>	4	4	4	3	3	<b>18</b>	3	4	3	3	4	3	3	<b>23</b>	<b>75</b>
74.	5	5	5	5	5	<b>25</b>	5	5	5	5	5	<b>24</b>	4	4	4	4	4	<b>21</b>	4	4	5	5	5	5	4	<b>32</b>	<b>102</b>
75.	4	4	4	4	4	<b>20</b>	5	5	4	4	3	<b>23</b>	5	5	4	4	5	<b>21</b>	5	5	4	4	4	4	3	<b>29</b>	<b>93</b>
76.	4	4	5	5	4	<b>23</b>	5	5	4	4	5	<b>23</b>	5	5	4	4	5	<b>23</b>	5	5	4	5	5	4	4	<b>32</b>	<b>101</b>
77.	4	5	5	4	4	<b>22</b>	5	4	4	4	4	<b>21</b>	4	5	5	4	4	<b>22</b>	4	5	4	5	5	4	4	<b>31</b>	<b>96</b>
78.	4	4	4	4	4	<b>19</b>	5	5	4	4	3	<b>22</b>	5	5	5	5	5	<b>23</b>	5	5	3	4	4	3	4	<b>28</b>	<b>92</b>
79.	5	5	5	5	4	<b>17</b>	3	4	4	3	4	<b>17</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	3	4	4	3	3	<b>25</b>	<b>79</b>

80.	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	<b>21</b>	4	4	4	4	5	<b>20</b>	5	5	4	4	4	4	4	<b>30</b>	<b>91</b>
81.	4	4	4	4	5	<b>24</b>	5	4	4	5	5	<b>22</b>	4	5	5	4	4	<b>23</b>	4	5	4	5	5	4	4	<b>31</b>	<b>100</b>
82.	4	4	4	4	3	<b>20</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	4	3	<b>27</b>	<b>87</b>
83.	5	5	5	5	5	<b>19</b>	4	3	4	4	3	<b>19</b>	5	5	5	5	4	<b>23</b>	4	5	4	4	4	4	5	<b>30</b>	<b>91</b>
84.	4	4	4	4	4	<b>23</b>	5	5	5	5	5	<b>24</b>	4	4	4	4	5	<b>21</b>	5	4	4	4	4	4	3	<b>28</b>	<b>96</b>
85.	4	4	5	5	4	<b>20</b>	4	4	5	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>	<b>88</b>
86.	4	5	5	4	4	<b>24</b>	5	4	4	5	5	<b>23</b>	5	5	5	5	4	<b>25</b>	4	5	5	4	5	5	4	<b>32</b>	<b>104</b>
87.	4	4	4	4	4	<b>19</b>	4	4	4	4	4	<b>19</b>	4	3	4	3	3	<b>18</b>	3	3	4	4	3	4	4	<b>25</b>	<b>81</b>
88.	4	4	4	4	5	<b>23</b>	5	5	4	4	5	<b>23</b>	5	5	5	5	4	<b>25</b>	4	5	5	4	5	5	4	<b>32</b>	<b>103</b>
89.	4	4	4	4	3	<b>18</b>	3	5	4	4	4	<b>19</b>	4	3	4	3	3	<b>18</b>	3	3	4	4	4	4	3	<b>25</b>	<b>80</b>
90.	4	5	5	4	4	<b>17</b>	4	3	4	4	3	<b>17</b>	4	4	4	4	3	<b>19</b>	3	3	3	3	4	3	3	<b>22</b>	<b>75</b>
91.	5	5	5	5	5	<b>24</b>	5	5	5	5	5	<b>23</b>	4	4	4	4	4	<b>21</b>	4	4	4	5	5	4	4	<b>30</b>	<b>98</b>
92.	4	4	4	4	4	<b>22</b>	5	4	4	5	5	<b>22</b>	5	5	4	4	5	<b>23</b>	5	5	3	4	4	3	4	<b>28</b>	<b>95</b>
93.	4	4	4	5	5	<b>19</b>	5	4	4	4	3	<b>21</b>	5	5	4	4	5	<b>21</b>	5	5	3	4	4	3	3	<b>27</b>	<b>88</b>
94.	4	5	5	4	4	<b>19</b>	4	3	4	4	3	<b>19</b>	4	5	5	4	4	<b>21</b>	4	5	4	4	4	4	4	<b>29</b>	<b>88</b>
95.	4	4	4	4	4	<b>24</b>	5	5	5	5	5	<b>24</b>	5	5	5	5	5	<b>25</b>	5	5	4	5	5	4	4	<b>32</b>	<b>105</b>
96.	5	5	5	5	4	<b>22</b>	5	4	4	5	5	<b>21</b>	4	4	4	4	4	<b>21</b>	4	4	3	4	4	3	4	<b>26</b>	<b>90</b>
97.	4	5	5	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	<b>21</b>	4	4	4	5	5	<b>21</b>	5	4	4	4	4	4	5	<b>30</b>	<b>92</b>
98.	4	4	4	3	4	<b>18</b>	4	3	4	4	3	<b>18</b>	4	5	5	4	4	<b>21</b>	4	5	3	4	4	3	4	<b>27</b>	<b>84</b>
99.	4	4	4	3	3	<b>23</b>	5	5	5	5	5	<b>23</b>	4	4	4	4	4	<b>21</b>	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>	<b>95</b>
100.	5	5	5	5	4	<b>20</b>	4	4	5	4	4	<b>20</b>	5	5	5	5	4	<b>24</b>	4	5	4	4	4	4	5	<b>30</b>	<b>94</b>
101.	5	5	4	4	5	<b>22</b>	5	5	4	4	5	<b>23</b>	4	4	4	4	5	<b>21</b>	5	4	4	4	4	4	3	<b>28</b>	<b>94</b>
102.	5	5	4	4	5	<b>20</b>	4	4	5	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>	<b>88</b>
103.	4	5	5	4	4	<b>22</b>	5	4	4	4	4	<b>22</b>	5	5	5	5	4	<b>24</b>	4	5	5	4	5	5	4	<b>32</b>	<b>100</b>
104.	5	5	5	5	5	<b>18</b>	4	3	4	4	3	<b>18</b>	4	3	4	3	3	<b>17</b>	3	3	4	4	4	4	3	<b>25</b>	<b>78</b>
105.	4	4	4	4	4	<b>24</b>	5	4	4	5	5	<b>23</b>	5	5	5	5	4	<b>25</b>	4	5	5	4	4	5	5	<b>32</b>	<b>104</b>
106.	4	4	4	5	5	<b>19</b>	4	4	4	4	4	<b>19</b>	4	3	4	3	3	<b>18</b>	3	3	4	4	4	4	3	<b>25</b>	<b>81</b>
107.	5	5	4	4	5	<b>20</b>	5	5	4	4	5	<b>20</b>	4	4	4	4	5	<b>24</b>	4	5	4	4	4	4	5	<b>30</b>	<b>94</b>
108.	5	5	4	4	5	<b>22</b>	4	4	5	4	4	<b>23</b>	4	4	4	4	4	<b>21</b>	5	4	4	4	4	4	3	<b>28</b>	<b>94</b>
109.	4	5	5	4	4	<b>20</b>	5	4	4	4	4	<b>20</b>	5	5	5	5	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>	<b>88</b>
110.	5	5	5	5	5	<b>22</b>	4	3	4	4	3	<b>22</b>	4	3	4	3	3	<b>24</b>	4	5	5	4	5	5	4	<b>32</b>	<b>100</b>

111.	4	4	4	4	4	<b>18</b>	5	4	4	5	5	<b>18</b>	5	5	5	5	4	<b>17</b>	3	3	4	4	4	4	3	<b>25</b>	<b>78</b>
112.	4	4	4	5	5	<b>24</b>	4	4	4	4	4	<b>23</b>	4	3	4	3	3	<b>25</b>	4	5	5	4	4	5	5	<b>32</b>	<b>104</b>



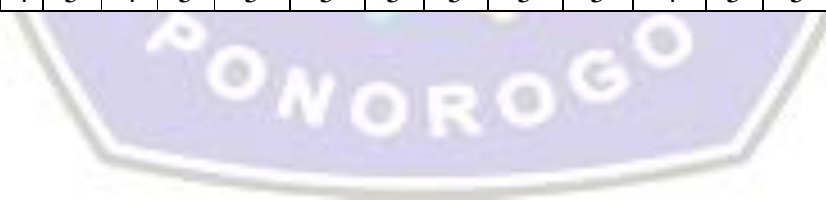
**SKOR DATA MENTAH UNTUK OLAH DATA VALIDITAS DAN RELIABILITAS DENGAN SPSS**

Res p.	Nomor Soal																						Σ
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	
1.	4	4	3	5	3	4	3	4	5	3	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	<b>94</b>
2.	3	5	5	4	5	3	5	5	4	5	5	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	<b>88</b>
3.	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	<b>78</b>
4.	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	<b>97</b>
5.	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	<b>94</b>
6.	4	5	5	3	4	5	5	5	3	4	5	5	5	4	4	5	5	3	4	4	3	3	<b>93</b>
7.	4	3	5	4	4	4	5	5	4	4	3	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	<b>92</b>
8.	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	<b>98</b>
9.	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	<b>80</b>
10.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	<b>91</b>
11.	4	4	3	3	4	4	3	5	3	4	4	4	5	5	4	4	5	3	4	4	3	4	<b>86</b>
12.	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>88</b>
13.	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	<b>95</b>
14.	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	<b>86</b>
15.	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	<b>90</b>
16.	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	<b>104</b>
17.	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	<b>81</b>
18.	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	<b>104</b>
19.	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	<b>81</b>
20.	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	<b>75</b>
21.	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	<b>102</b>
22.	4	3	5	4	4	5	5	5	4	4	3	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	<b>93</b>
23.	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	<b>101</b>
24.	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	<b>96</b>
25.	4	3	5	3	4	5	5	5	3	4	3	5	5	5	5	5	5	3	4	4	3	4	<b>92</b>
26.	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	<b>79</b>
27.	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	<b>91</b>

28.	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	<b>100</b>
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	<b>87</b>
30	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	<b>91</b>
31.	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	<b>96</b>
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>88</b>
33	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	<b>104</b>
34	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	<b>81</b>
35	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	<b>103</b>
36	3	4	3	4	4	3	3	5	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	<b>80</b>
37	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	<b>75</b>
38	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	<b>98</b>
39	4	5	5	3	5	5	5	4	3	5	5	5	5	4	4	5	5	3	4	4	3	4	<b>95</b>
40	4	3	5	3	4	5	5	4	3	4	3	5	5	4	4	5	5	3	4	4	3	3	<b>88</b>
41	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	<b>88</b>
42	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	<b>105</b>
43	4	5	5	3	5	4	5	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	<b>90</b>
44	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	<b>92</b>
45	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	5	5	4	4	5	3	4	4	3	4	<b>84</b>
46	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>95</b>
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	<b>94</b>
48	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	<b>94</b>
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>88</b>
50	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	<b>100</b>
51	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	<b>78</b>
52	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	<b>104</b>
53	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	<b>81</b>
54.	4	4	3	5	3	4	3	4	5	3	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	<b>94</b>
55.	3	5	5	4	5	3	5	5	4	5	5	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	<b>88</b>
56.	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	<b>78</b>
57.	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	<b>97</b>
58.	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	<b>94</b>

59.	4	5	5	3	4	5	5	5	3	4	5	5	5	4	4	5	5	3	4	4	3	3	<b>93</b>
60.	4	3	5	4	4	4	5	5	4	4	3	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	<b>92</b>
61.	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	<b>98</b>
62.	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	<b>80</b>
63.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	<b>91</b>
64.	4	4	3	3	4	4	3	5	3	4	4	4	5	5	4	4	5	3	4	4	3	4	<b>86</b>
65.	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>88</b>
66.	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	<b>95</b>
67.	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	<b>86</b>
68.	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	<b>90</b>
69.	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	<b>104</b>
70.	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	<b>81</b>
71.	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	<b>104</b>
72.	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	<b>81</b>
73.	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	<b>75</b>
74.	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	<b>102</b>
75.	4	3	5	4	4	5	5	5	4	4	3	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	<b>93</b>
76.	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	<b>101</b>
77.	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	<b>96</b>
78.	4	3	5	3	4	5	5	5	3	4	3	5	5	5	5	5	5	3	4	4	3	4	<b>92</b>
79.	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	<b>79</b>
80.	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	<b>91</b>
81.	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	<b>100</b>
82.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	<b>87</b>
83.	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	<b>91</b>
84.	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	<b>96</b>
85.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>88</b>
86.	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	<b>104</b>
87.	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	<b>81</b>
88.	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	<b>103</b>
89.	3	4	3	4	4	3	3	5	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	<b>80</b>

90.	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	<b>75</b>
91.	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	<b>98</b>
92.	4	5	5	3	5	5	5	4	3	5	5	5	5	4	4	5	5	3	4	4	3	4	<b>95</b>
93.	4	3	5	3	4	5	5	4	3	4	3	5	5	4	4	5	5	3	4	4	3	3	<b>88</b>
94.	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	<b>88</b>
95.	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	<b>105</b>
96.	4	5	5	3	5	4	5	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	<b>90</b>
97.	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	<b>92</b>
98.	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	5	5	4	4	5	3	4	4	3	4	<b>84</b>
99.	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>95</b>
100.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	<b>94</b>
101.	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	<b>94</b>
102.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>88</b>
103.	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	<b>100</b>
104.	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	<b>78</b>
105.	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	<b>104</b>
106.	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	<b>81</b>
107.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	<b>94</b>
108.	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	<b>94</b>
109.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>88</b>
110.	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	<b>100</b>
111.	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	<b>78</b>
112.	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	<b>104</b>





**SKOR DATA MENTAH UNTUK OLAH DATA  
R SQUARE, UJI t DAN UJI F DENGAN SPSS**

No	Ekspektasi $X_1$	Harga $X_2$	Kualitas Layanan $X_3$	Kepuasan Konsumen $Y$
1.	19	19	24	32
2.	22	22	19	25
3.	18	18	20	22
4.	24	22	21	30
5.	21	22	22	29
6.	21	22	23	27
7.	20	22	21	29
8.	21	21	24	32
9.	17	17	20	26
10.	20	20	22	29
11.	18	19	22	27
12.	20	21	19	28
13.	21	20	24	30
14.	18	21	19	28
15.	21	20	20	29
16.	24	23	25	32
17.	19	19	18	25
18.	24	23	25	32
19.	19	19	18	25
20.	17	17	18	23
21.	25	24	21	32
22.	20	23	21	29
23.	23	23	23	32
24.	22	21	22	31
25.	19	22	23	28
26.	17	17	20	25
27.	20	21	20	30
28.	24	22	23	31
29.	20	20	20	27
30.	19	19	23	30
31.	23	24	21	28
32.	20	20	20	28
33.	24	23	25	32
34.	19	19	18	25
35.	23	23	25	32
36.	18	19	18	25
37.	17	17	19	22
38.	24	23	21	30
39.	22	22	23	28
40.	19	21	21	27
41.	19	19	21	29
42.	24	24	25	32
43.	22	21	21	26
44.	20	21	21	30

45	18	18	21	27
46	23	23	21	28
47	20	20	24	30
48	22	23	21	28
49	20	20	20	28
50	22	22	24	32
51	18	18	17	25
52	24	23	25	32
53	19	19	18	25
54.	19	19	24	32
55.	22	22	19	25
56.	18	18	20	22
57.	24	22	21	30
58.	21	22	22	29
59.	21	22	23	27
60.	20	22	21	29
61.	21	21	24	32
62.	17	17	20	26
63.	20	20	22	29
64.	18	19	22	27
65.	20	21	19	28
66.	21	20	24	30
67.	18	21	19	28
68.	21	20	20	29
69.	24	23	25	32
70.	19	19	18	25
71.	24	23	25	32
72.	19	19	18	25
73.	17	17	18	23
74.	25	24	21	32
75.	20	23	21	29
76.	23	23	23	32
77.	22	21	22	31
78.	19	22	23	28
79.	17	17	20	25
80.	20	21	20	30
81.	24	22	23	31
82.	20	20	20	27
83.	19	19	23	30
84.	23	24	21	28
85.	20	20	20	28
86.	24	23	25	32
87.	19	19	18	25
88.	23	23	25	32
89.	18	19	18	25
90.	17	17	19	22
91.	24	23	21	30
92.	22	22	23	28
93.	19	21	21	27
94.	19	19	21	29

95.	24	24	25	32
96.	22	21	21	26
97.	20	21	21	30
98.	18	18	21	27
99.	23	23	21	28
100.	20	20	24	30
101.	22	23	21	28
102.	20	20	20	28
103.	22	22	24	32
104.	18	18	17	25
105.	24	23	25	32
106.	19	19	18	25
107.	20	20	24	30
108.	22	23	21	28
109.	20	20	20	28
110.	22	22	24	32
111.	18	18	17	25
112.	24	23	25	32



## TABEL-TABEL

### A. Tabel R (Uji Validasi)

Tabel nilai kritis untuk r Pearson Product Moment								
dk=n- 2	Probabilitas 1 ekor							
	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005	0,0025	0,001	0,0005
	Probabilitas 2 ekor							
	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01	0,01	0,002	0,001
1	0,951	0,988	0,997	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
2	0,800	0,900	0,950	0,980	0,990	0,995	0,998	0,999
3	0,687	0,805	0,878	0,934	0,959	0,974	0,986	0,991
4	0,608	0,729	0,811	0,882	0,917	0,942	0,963	0,974
5	0,551	0,669	0,754	0,833	0,875	0,906	0,935	0,951
6	0,507	0,621	0,707	0,789	0,834	0,870	0,905	0,925
7	0,472	0,582	0,666	0,750	0,798	0,836	0,875	0,898
8	0,443	0,549	0,632	0,715	0,765	0,805	0,847	0,872
9	0,419	0,521	0,602	0,685	0,735	0,776	0,820	0,847
10	0,398	0,497	0,576	0,658	0,708	0,750	0,795	0,823
11	0,380	0,476	0,553	0,634	0,684	0,726	0,772	0,801
12	0,365	0,458	0,532	0,612	0,661	0,703	0,750	0,780
13	0,351	0,441	0,514	0,592	0,641	0,683	0,730	0,760
14	0,338	0,426	0,497	0,574	0,623	0,664	0,711	0,742
15	0,327	0,412	0,482	0,558	0,606	0,647	0,694	0,725
16	0,317	0,400	0,468	0,543	0,590	0,631	0,678	0,708
17	0,308	0,389	0,456	0,529	0,575	0,616	0,662	0,693
18	0,299	0,378	0,444	0,516	0,561	0,602	0,648	0,679
19	0,291	0,369	0,433	0,503	0,549	0,589	0,635	0,665
20	0,284	0,360	0,423	0,492	0,537	0,576	0,622	0,652
21	0,277	0,352	0,413	0,482	0,526	0,565	0,610	0,640
22	0,271	0,344	0,404	0,472	0,515	0,554	0,599	0,629
23	0,265	0,337	0,396	0,462	0,505	0,543	0,588	0,618
24	0,260	0,330	0,388	0,453	0,496	0,534	0,578	0,607
25	0,255	0,323	0,381	0,445	0,487	0,524	0,567	0,597
26	0,250	0,317	0,374	0,437	0,479	0,515	0,559	0,588
27	0,245	0,311	0,367	0,430	0,471	0,507	0,550	0,579
28	0,230	0,306	0,361	0,423	0,463	0,499	0,541	0,570
29	0,237	0,301	0,355	0,416	0,456	0,491	0,533	0,562
30	0,233	0,195	0,349	0,409	0,449	0,484	0,526	0,554
35	0,216	0,275	0,325	0,381	0,418	0,452	0,492	0,519
40	0,202	0,257	0,307	0,358	0,393	0,425	0,463	0,490
45	0,190	0,243	0,288	0,338	0,372	0,403	0,439	0,465
50	0,181	0,231	0,273	0,320	0,354	0,384	0,419	0,443
60	0,165	0,211	0,250	0,295	0,325	0,352	0,385	0,408
70	0,153	0,195	0,232	0,274	0,302	0,327	0,358	0,380
80	0,143	0,183	0,217	0,257	0,283	0,307	0,336	0,357
90	0,135	0,173	0,205	0,242	0,267	0,290	0,318	0,338
100	0,128	0,164	<b>0,195</b>	0,230	0,254	0,276	0,303	0,323
150	0,105	0,134	0,159	0,189	0,208	0,227	0,249	0,264
200	0,091	0,116	0,138	0,164	0,181	0,197	0,216	0,230

<b>300</b>	0,074	0,095	0,113	0,134	0,148	0,161	0,177	0,188
<b>400</b>	0,064	0,082	0,098	0,116	0,128	0,140	0,154	0,164
<b>500</b>	0,057	0,073	0,230	0,104	0,115	0,125	0,138	0,146

**B. Tabel t (Uji Pengaruh Secara Parsial)**

T Distribution Critical Values												
df	.25	.20	.15	.10	.05	.025	.02	.01	.005	.0025	.001	.0005
1	1.000	1.376	1.963	3.078	6.314	12.71	15.89	31.82	63.66	127.3	318.3	636.6
2	.816	1.061	1.386	1.886	2.920	4.303	4.849	6.965	9.925	14.09	22.33	31.60
3	.765	.978	1.250	1.638	2.353	3.182	3.482	4.541	5.841	7.453	10.21	12.92
4	.741	.941	1.190	1.533	2.132	2.776	2.999	3.747	4.604	5.598	7.173	8.610
5	.727	.920	1.156	1.476	2.015	2.571	2.757	3.365	4.032	4.773	5.893	6.869
6	.718	.906	1.134	1.440	1.943	2.447	2.612	3.143	3.707	4.317	5.208	5.959
7	.711	.896	1.119	1.415	1.895	2.365	2.517	2.998	3.499	4.029	4.785	5.408
8	.706	.889	1.108	1.397	1.860	2.306	2.449	2.896	3.355	3.833	4.501	5.041
9	.703	.883	1.100	1.383	1.833	2.262	2.398	2.821	3.250	3.690	4.297	4.781
10	.698	.879	1.093	1.372	1.812	2.228	2.359	2.764	3.169	3.581	4.144	4.587
11	.697	.876	1.088	1.363	1.796	2.201	2.328	2.718	3.106	3.497	4.025	4.437
12	.695	.873	1.083	1.356	1.782	2.179	2.303	2.681	3.055	3.428	3.930	4.318
13	.694	.870	1.079	1.350	1.771	2.160	2.282	2.650	3.012	3.372	3.852	4.221
14	.692	.868	1.076	1.345	1.761	2.145	2.264	2.624	2.977	3.326	3.787	4.140
15	.691	.866	1.074	1.341	1.753	2.131	2.249	2.602	2.947	3.286	3.733	4.073
16	.690	.865	1.071	1.337	1.746	2.120	2.235	2.583	2.928	3.252	3.686	4.015
17	.689	.863	1.069	1.333	1.740	2.110	2.224	2.567	2.898	3.222	3.646	3.965
18	.688	.862	1.067	1.330	1.734	2.101	2.214	2.552	2.878	3.197	3.611	3.922
19	.688	.861	1.066	1.328	1.729	2.093	2.205	2.539	2.861	3.174	3.579	3.883
20	.687	.860	1.064	1.325	1.725	2.086	2.197	2.528	2.845	3.153	3.552	3.850
21	.687	.859	1.063	1.323	1.721	2.080	2.189	2.518	2.831	3.135	3.527	3.819
22	.686	.858	1.061	1.321	1.717	2.074	2.183	2.508	2.819	3.119	3.505	3.792
23	.685	.858	1.060	1.319	1.714	2.069	2.177	2.500	2.807	3.104	3.485	3.768
24	.685	.857	1.059	1.318	1.711	2.064	2.172	2.492	2.797	3.091	3.467	3.745
25	.684	.856	1.058	1.316	1.708	2.060	2.167	2.485	2.787	3.078	3.450	3.725
26	.684	.856	1.058	1.315	1.706	2.056	2.162	2.479	2.779	3.067	3.435	3.707
27	.684	.855	1.057	1.314	1.703	2.052	2.15	2.473	2.771	3.057	3.421	3.690
28	.683	.855	1.056	1.313	1.701	2.048	2.154	2.467	2.763	3.047	3.408	3.674
29	.683	.854	1.055	1.311	1.699	2.045	2.150	2.462	2.756	3.038	3.396	3.659

30	.683	.854	1.055	1.310	1.697	2.042	2.147	2.457	2.750	3.030	3.385	3.646
<b>Df</b>	<b>.25</b>	<b>.20</b>	<b>.15</b>	<b>.10</b>	<b>.05</b>	<b>.025</b>	<b>.02</b>	<b>.01</b>	<b>.005</b>	<b>.0025</b>	<b>.001</b>	<b>.0005</b>
40	.681	.851	1.050	1.303	1.684	2.021	2.123	2.423	2.704	2.971	3.307	3.551
50	.679	.849	1.047	1.295	1.676	2.009	2.109	2.403	2.678	2.937	3.261	3.496
60	.679	.848	1.045	1.296	1.671	2.000	2.099	2.390	2.660	2.915	3.232	3.460
80	.678	.846	1.043	1.292	1.664	1.990	2.088	2.374	2.639	2.887	3.195	3.416
100	.677	.845	1.042	1.290	1.660	<b>1.984</b>	2.081	2.364	2.626	2.871	3.174	3.390
inf.	.674	.841	1.036	1.282	1.64	1.960	2.054	2.326	2.576	2.807	3.091	3.291



**C. Tabel F (Uji Pengaruh Secara Simultan/Bersama-sama)**

**Table of F-statistics  $\alpha = 0.05$**

df2\df1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	22	24	26	28	30	35	40	45	50	60	70	80	100	200	500	1000
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70	8.69	8.68	8.67	8.67	8.66	8.65	8.64	8.63	8.62	8.62	8.60	8.59	8.59	8.58	8.57	8.57	8.56	8.55	8.54	8.53	8.53
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86	5.84	5.83	5.82	5.81	5.80	5.79	5.77	5.76	5.75	5.75	5.73	5.72	5.71	5.70	5.69	5.68	5.67	5.66	5.65	5.64	5.63
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62	4.60	4.59	4.58	4.57	4.56	4.54	4.53	4.52	4.50	4.50	4.48	4.46	4.45	4.44	4.43	4.42	4.42	4.41	4.39	4.37	4.37
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94	3.92	3.91	3.90	3.88	3.87	3.86	3.84	3.83	3.82	3.81	3.79	3.77	3.76	3.75	3.74	3.73	3.72	3.71	3.69	3.68	3.67
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51	3.49	3.48	3.47	3.46	3.44	3.43	3.41	3.40	3.39	3.38	3.36	3.34	3.33	3.32	3.30	3.29	3.29	3.27	3.25	3.24	3.23
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22	3.20	3.19	3.17	3.16	3.15	3.13	3.12	3.10	3.09	3.08	3.06	3.04	3.03	3.02	3.01	2.99	2.99	2.97	2.95	2.94	2.93
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01	2.99	2.97	2.96	2.95	2.94	2.92	2.90	2.89	2.87	2.86	2.84	2.83	2.81	2.80	2.79	2.78	2.77	2.76	2.73	2.72	2.71
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85	2.83	2.81	2.80	2.79	2.77	2.75	2.74	2.72	2.71	2.70	2.68	2.66	2.65	2.64	2.62	2.61	2.60	2.59	2.56	2.55	2.54
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72	2.70	2.69	2.67	2.66	2.65	2.63	2.61	2.59	2.58	2.57	2.55	2.53	2.52	2.51	2.49	2.48	2.47	2.46	2.43	2.42	2.41
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62	2.60	2.58	2.57	2.56	2.54	2.52	2.51	2.49	2.48	2.47	2.44	2.43	2.41	2.40	2.38	2.37	2.36	2.35	2.32	2.31	2.30
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53	2.51	2.50	2.48	2.47	2.46	2.44	2.42	2.41	2.39	2.38	2.36	2.34	2.33	2.31	2.30	2.28	2.27	2.26	2.23	2.22	2.21
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46	2.44	2.43	2.41	2.40	2.39	2.37	2.35	2.33	2.32	2.31	2.28	2.27	2.25	2.24	2.22	2.21	2.20	2.19	2.16	2.14	2.14
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40	2.38	2.37	2.35	2.34	2.33	2.31	2.29	2.27	2.26	2.25	2.22	2.20	2.19	2.18	2.16	2.15	2.14	2.12	2.10	2.08	2.07
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35	2.33	2.32	2.30	2.29	2.28	2.25	2.24	2.22	2.21	2.19	2.17	2.15	2.14	2.12	2.11	2.09	2.08	2.07	2.04	2.02	2.02
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31	2.29	2.27	2.26	2.24	2.23	2.21	2.19	2.17	2.16	2.15	2.12	2.10	2.09	2.08	2.06	2.05	2.03	2.02	1.99	1.97	1.97
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27	2.25	2.23	2.22	2.20	2.19	2.17	2.15	2.13	2.12	2.11	2.08	2.06	2.05	2.04	2.02	2.00	1.99	1.98	1.95	1.93	1.92
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23	2.21	2.20	2.18	2.17	2.16	2.13	2.11	2.10	2.08	2.07	2.05	2.03	2.01	2.00	1.98	1.97	1.96	1.94	1.91	1.89	1.88
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.23	2.20	2.18	2.17	2.15	2.14	2.12	2.10	2.08	2.07	2.05	2.04	2.01	1.99	1.98	1.97	1.95	1.93	1.92	1.91	1.88	1.86	1.85
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15	2.13	2.11	2.10	2.08	2.07	2.05	2.03	2.01	2.00	1.98	1.96	1.94	1.92	1.91	1.89	1.88	1.86	1.85	1.82	1.80	1.79
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11	2.09	2.07	2.05	2.04	2.03	2.00	1.98	1.97	1.95	1.94	1.91	1.89	1.88	1.86	1.84	1.83	1.82	1.80	1.77	1.75	1.74
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07	2.05	2.03	2.02	2.00	1.99	1.97	1.95	1.93	1.91	1.90	1.87	1.85	1.84	1.82	1.80	1.79	1.78	1.76	1.73	1.71	1.70
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04	2.02	2.00	1.99	1.97	1.96	1.93	1.91	1.90	1.88	1.87	1.84	1.82	1.80	1.79	1.77	1.75	1.74	1.73	1.69	1.67	1.66
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01	1.99	1.98	1.96	1.95	1.93	1.91	1.89	1.87	1.85	1.84	1.81	1.79	1.77	1.76	1.74	1.72	1.71	1.70	1.66	1.64	1.63
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.08	2.04	2.01	1.99	1.96	1.94	1.92	1.91	1.89	1.88	1.85	1.83	1.82	1.80	1.79	1.76	1.74	1.72	1.70	1.68	1.66	1.65	1.63	1.60	1.57	1.57
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92	1.90	1.89	1.87	1.85	1.84	1.81	1.79	1.77	1.76	1.74	1.72	1.69	1.67	1.66	1.64	1.62	1.61	1.59	1.55	1.53	1.52

<b>45</b>	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89	1.87	1.86	1.84	1.82	1.81	1.78	1.76	1.74	1.73	1.71	1.68	1.66	1.64	1.63	1.60	1.59	1.57	1.55	1.51	1.49	1.48
<b>50</b>	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87	1.85	1.83	1.81	1.80	1.78	1.76	1.74	1.72	1.70	1.69	1.66	1.63	1.61	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52	1.48	1.46	1.45
<b>60</b>	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84	1.82	1.80	1.78	1.76	1.75	1.72	1.70	1.68	1.66	1.65	1.62	1.59	1.57	1.56	1.53	1.52	1.50	1.48	1.44	1.41	1.40
<b>70</b>	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81	1.79	1.77	1.75	1.74	1.72	1.70	1.67	1.65	1.64	1.62	1.59	1.57	1.55	1.53	1.50	1.49	1.47	1.45	1.40	1.37	1.36
<b>80</b>	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79	1.77	1.75	1.73	1.72	1.70	1.68	1.65	1.63	1.62	1.60	1.57	1.54	1.52	1.51	1.48	1.46	1.45	1.43	1.38	1.35	1.34
<b>100</b>	3.94	3.09	<b>2.70</b>	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77	1.75	1.73	1.71	1.69	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57	1.54	1.52	1.49	1.48	1.45	1.43	1.41	1.39	1.34	1.31	1.30
<b>200</b>	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72	1.69	1.67	1.66	1.64	1.62	1.60	1.57	1.55	1.53	1.52	1.48	1.46	1.43	1.41	1.39	1.36	1.35	1.32	1.26	1.22	1.21
<b>500</b>	3.86	3.01	2.62	2.39	2.23	2.12	2.03	1.96	1.90	1.85	1.81	1.77	1.74	1.71	1.69	1.66	1.64	1.62	1.61	1.59	1.56	1.54	1.52	1.50	1.48	1.45	1.42	1.40	1.38	1.35	1.32	1.30	1.28	1.21	1.16	1.14
<b>1000</b>	3.85	3.00	2.61	2.38	2.22	2.11	2.02	1.95	1.89	1.84	1.80	1.76	1.73	1.70	1.68	1.65	1.63	1.61	1.60	1.58	1.55	1.53	1.51	1.49	1.47	1.43	1.41	1.38	1.36	1.33	1.31	1.29	1.26	1.19	1.13	1.11





## D. Output SPSS

### 1. Data Demografis

#### Statistics

		Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Penghasilan Perbulan
N	Valid	112	112	112	112
	Missing	0	0	0	0

#### Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	79	70,5	70,5	70,5
	Perempuan	33	29,5	29,5	100,0
Total		112	100,0	100,0	

#### Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 21 tahun	87	77,7	77,7	77,7
	21 - 40 tahun	12	10,7	10,7	88,4
	> 40 tahun	13	11,6	11,6	100,0
Total		112	100,0	100,0	

#### Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	80	71,4	71,4	71,4
	D3	27	24,1	24,1	95,5
	S1	5	4,5	4,5	100,0
Total		112	100,0	100,0	

#### Penghasilan Perbulan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1 juta	32	28,6	28,6	28,6
	1-3 juta	45	40,2	40,2	68,8
	> 3 juta	35	31,3	31,3	100,0
Total		112	100,0	100,0	



Soal 9	Pearson Correlation	,185	,350	,281	1,000	,288	-,035	,281	,120	1	,288	,350	,310	,126	,370	,378	-,035	,195	1,000	,288	,406	1,000	,355	,632
	Sig. (2-tailed)	,050	,000	,003	,000	,002	,717	,003	,208		,002	,000	,001	,186	,000	,000	,717	,040	,000	,002	,000	,000	,000	,000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Soal 10	Pearson Correlation	,239	,610	,683	,288	1,000	,061	,683	,235	,288	1	,610	,092	,078	,077	,098	,061	,083	,288	,314	,259	,288	,162	,558
	Sig. (2-tailed)	,011	,000	,000	,002	,000	,523	,000	,012	,002		,000	,335	,412	,422	,305	,523	,384	,002	,001	,006	,002	,088	,000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Soal 11	Pearson Correlation	,377	1,000	,424	,350	,610	,165	,424	,515	,350	,610	1	,156	,062	,000	,187	,165	,134	,350	,412	,415	,350	,124	,623
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,083	,000	,000	,000	,000		,100	,518	,998	,048	,083	,324	,000	,000	,000	,000	,193	,000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Soal 12	Pearson Correlation	,272	,156	,330	,310	,092	,420	,330	,104	,310	,092	,156	1	,716	,505	,657	,420	,691	,310	,100	,339	,310	,274	,599
	Sig. (2-tailed)	,004	,100	,000	,001	,335	,000	,000	,274	,001	,335	,100		,000	,000	,000	,000	,000	,001	,295	,000	,001	,003	,000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Soal 13	Pearson Correlation	,576	,062	,329	,126	,078	,580	,329	,061	,126	,078	,062	,716	1	,691	,752	,580	,951	,126	,194	,447	,126	,390	,642
	Sig. (2-tailed)	,000	,518	,000	,186	,412	,000	,000	,524	,186	,412	,518	,000		,000	,000	,000	,000	,186	,041	,000	,186	,000	,000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Soal 14	Pearson Correlation	,331	,000	,077	,370	,077	,081	,077	-,088	,370	,077	,000	,505	,691	1	,699	,081	,668	,370	,176	,394	,370	,555	,511
	Sig. (2-tailed)	,000	,998	,418	,000	,422	,396	,418	,355	,000	,422	,998	,000	,000		,000	,396	,000	,000	,063	,000	,000	,000	,000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Soal 15	Pearson Correlation	,518	,187	,202	,378	,098	,491	,202	,055	,378	,098	,187	,657	,752	,699	1	,491	,712	,378	,144	,430	,378	,642	,694
	Sig. (2-tailed)	,000	,048	,032	,000	,305	,000	,032	,566	,000	,305	,048	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,130	,000	,000	,000	,000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Soal 16	Pearson Correlation	,547	,165	,369	-,035	,061	1,000	,369	,371	-,035	,061	,165	,420	,580	,081	,491	1	,656	-,035	,349	,171	-,035	,144	,539
	Sig. (2-tailed)	,000	,083	,000	,717	,523	,000	,000	,000	,717	,523	,083	,000	,000	,396	,000		,000	,717	,000	,071	,717	,130	,000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Soal 17	Pearson Correlation	,618	,134	,324	,195	,083	,656	,324	,103	,195	,083	,134	,691	,951	,668	,712	,656	1	,195	,297	,428	,195	,433	,689
	Sig. (2-tailed)	,000	,324	,000	,040	,384	,000	,000	,280	,040	,384	,324	,000	,000	,000	,000	,000		,040	,001	,000	,040	,000	,000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Soal 18	Pearson Correlation	,185	,350	,281	1,000	,288	-,035	,281	,120	1,000	,288	,350	,310	,126	,370	,378	-,035	,195	1	,288	,406	1,000	,355	,632

	Sig. (2-tailed)	,050	,000	,003	,000	,002	,717	,003	,208	,000	,002	,000	,001	,186	,000	,000	,717	,040		,002	,000	,000	,000	,000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Soal 19	Pearson Correlation	,740*	,412*	,317*	,288*	,314*	,349*	,317*	,353*	,288*	,314*	,412*	,100	,194*	,176	,144	,349*	,297*	,288*	1	,570*	,288*	,229*	,571*
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,002	,001	,000	,001	,000	,002	,001	,000	,295	,041	,063	,130	,000	,001	,002		,000	,002	,015	,000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Soal 20	Pearson Correlation	,639*	,415*	,340*	,406*	,259*	,171	,340*	,192*	,406*	,259*	,415*	,339*	,447*	,394*	,430*	,171	,428*	,406*	,570*	1	,406*	,079	,631*
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,006	,071	,000	,043	,000	,006	,000	,000	,000	,000	,000	,071	,000	,000	,000		,000	,408	,000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Soal 21	Pearson Correlation	,185	,350*	,281*	1,000	,288*	-,035	,281*	,120	1,000	,288*	,350*	,310*	,126	,370*	,378*	-,035	,195*	1,000	,288*	,406*	1	,355*	,632*
	Sig. (2-tailed)	,050	,000	,003	,000	,002	,717	,003	,208	,000	,002	,000	,001	,186	,000	,000	,717	,040	,000	,002	,000		,000	,000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Soal 22	Pearson Correlation	,445*	,124	,009	,355*	,162	,144	,009	-,120	,355*	,162	,124	,274*	,390*	,555*	,642*	,144	,433*	,355*	,229*	,079	,355*	1	,473*
	Sig. (2-tailed)	,000	,193	,926	,000	,088	,130	,926	,207	,000	,088	,193	,003	,000	,000	,000	,130	,000	,000	,015	,408	,000		,000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Jumlah	Pearson Correlation	,694*	,623*	,658*	,632*	,558*	,539*	,658*	,414*	,632*	,558*	,623*	,599*	,642*	,511*	,694*	,539*	,689*	,632*	,571*	,631*	,632*	,473*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112

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

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



### 3. Reliabilitas

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Soal1	87,22	60,103	,652	,908
Soal2	87,08	59,750	,562	,910
Soal3	86,79	60,201	,609	,909
Soal4	87,25	60,820	,583	,910
Soal5	86,99	62,279	,512	,911
Soal6	87,13	61,336	,477	,912
Soal7	86,79	60,201	,609	,909
Soal8	87,04	63,026	,349	,914
Soal9	87,25	60,820	,583	,910
Soal10	86,99	62,279	,512	,911
Soal11	87,08	59,750	,562	,910
Soal12	86,83	62,268	,559	,910
Soal13	86,86	59,871	,587	,909
Soal14	86,81	62,928	,465	,912
Soal15	87,05	59,763	,649	,908
Soal16	87,13	61,336	,477	,912
Soal17	86,88	58,885	,636	,908
Soal18	87,25	60,820	,583	,910
Soal19	87,11	62,889	,063	,911
Soal20	87,01	61,757	,591	,910
Soal21	87,25	60,820	,583	,910
Soal22	87,34	62,046	,406	,914

### 4. Regresi Berganda/R Square

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,858 <sup>a</sup>	,736	,729	1,437

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Harga, Ekspektasi

## 5. Uji t

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2,939	1,566		1,877	,063
	Ekspektasi	,283	,134	,230	2,107	,037
	Harga	,214	,146	,153	1,460	,001
	Kualitas Layanan	,712	,076	,581	9,359	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

## 6. Uji F

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	622,394	3	207,465	100,529	,000 <sup>b</sup>
	Residual	222,883	108	2,064		
	Total	845,277	111			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

DOKUMENTASI GAMBAR



