



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA TOKO SYARIAH BUAH DI PAJAK PAGI
TANJUNG REJO, SETIA BUDI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Dan Memenuhi Persyaratan
Ujian Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains
Universitas Pembangunan Panca Budi

Oleh:

ITA SUNDARI. GT

NPM: 1615310076

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI**

MEDAN

2020



FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN

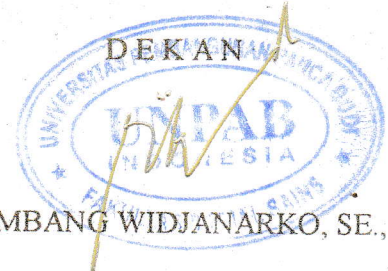
PENGESAHAN SKRIPSI

N A M A : ITA SUNDARI. GT
NPM : 1615310076
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JENJANG : S I (STRATA SATU)
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA
DAN KUALITAS PELAYANAN PADA TOKO
SYARIAH BUAH DI PAJAK PAGI TANJUNG
REJO, SETIA BUDI

MEDAN, OKTOBER 2020

KETUA PROGRAM STUDI

(RAMADHAN HARAHAP, SE., M.Si)



(DR. BAMBANG WIDJANARKO, SE., MM)

PEMBIMBING I

(MIFTAH EL FIKRI, SE., M.Si)

PEMBIMBING II

(DEWI NURMASARI PANE SE., MM)

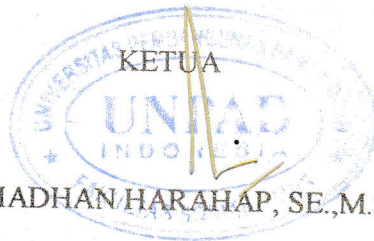


FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN

PERSETUJUAN UJIAN

NAMA : ITA SUNDARI. GT
NPM : 1615310076
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JENJANG : S 1 (STRATA SATU)
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA
DAN KUALITAS PELAYANAN PADA TOKO
SYARIAH BUAH DI PAJAK PAGI TANJUNG
REJO, SETIA BUDI

MEDAN, OKTOBER 2020



(RAMADHAN HARAHAP, SE., M.Si)

ANGGOTA I

(MIETAH EL FIKRI, SE., M.Si)

ANGGOTA II

(DEWI NURMASARI PANE, SE., MM)

ANGGOTA III

(MESRA B, SE, MM)

ANGGOTA IV

(FEBRILIAN LESTARIO, ST., Msi)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ITA SUNDARI. GT
NPM : 1615310076
Program Studi : Manajemen
Jenjang : S 1 (Strata Satu)
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Syariah Buah Di Pajak Pagi Tanjung Rejo, Setia Budi

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain.
2. Memberikan izin hal bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Universitas Pembangunan Paca Budi untuk menyimpan, dan mempublikasikan karya skripsi saya melalui-media/formatkan, mengelola, mendistribuiikan, dan mempublikasikan karya skripsi saya melalui internet atau media lain bagi kepentingan akademis.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ITA SUNDARI. GT
Tempat/Tanggal lahir : Medan, 15 Desember 1999
NPM : 1615310076
Fakultas : Sosial Sains
Program studi : Manajemen
Alamat : Jl. Mawar Kel. Tanjung Rejo Kec. Medan
Sunggal

Dengan ini mengajukan permohonan untuk mengikuti ujian sarjana lengkap pada Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi.

Sehubungan dengan hal tersebut, maka saya tidak akan lagi melakukan ujian perbaikan nilai di masa yang akan datang.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, Agustus 2020

Yang membuat pernyataan


**METERAI
TEMPEL**
20
20FB5AHF862292774
6000
ENAM RIBURUPIAH

ITA SUNDARI. GT



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI FAKULTAS SOSIAL SAINS

Fax. 061-8458077 PO.BOX : 1099 MEDAN

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI AKUNTANSI	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI ILMU HUKUM	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI PERPAJAKAN	(TERAKREDITASI)

PERMOHONAN PRA PENGAJUAN TESIS / SKRIPSI / TUGAS AKHIR

yang bertanda tangan di bawah ini :

Lengkap : ITA SUNDARI. GT
 Tgl. Lahir : MEDAN / 15 Desember 1999
 Pokok Mahasiswa : 1615310076
 Studi : Manajemen
 Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
 Kredit yang telah dicapai : 110 SKS, IPK 3.71
 Ini mengajukan judul skripsi sesuai dengan bidang ilmu, dengan judul:


Judul	Persetujuan
PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI REGULER SIANG)	<input type="checkbox"/>
PENGARUH FAKTOR-FAKTOR BAHAN PEMASARAN TERHADAP PROSES KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH CAFE DI KOTA MEDAN (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI REGULER SIANG)	<input type="checkbox"/>
PENGARUH KUALITAS DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO SYARIAH BUAH DI PAJAK PAGI TANJUNG REJO, SETIA BUDI	<input checked="" type="checkbox"/>

Medan, 02 Mei 2019

Pemohon,


 (Ita Sundari. Gt)

Tanggal : 13 Mei 2019
 Disetujui oleh :
 Dosen Pembimbing I :


 (M. Fikri) SE.M.S.

Tanggal : 14 Mei 2019
 Disetujui oleh :
 Dosen Pembimbing II :


 (Dewi Nurmasari) Panc SE.M.S.

No. Dokumen: FM-UPBM-18-01

Revisi: 0

Tgl. Eff: 22 Oktober 2018

Sumber dokumen: <http://mahasiswa.pancabudi.ac.id>

Dicetak pada: Kamis, 02 Mei 2019 14:10:15



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

FAKULTAS SOSIAL SAINS

Fax. 061-8458077 PO.BOX : 1099 MEDAN

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI AKUNTANSI	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI ILMU HUKUM	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI PERPAJAKAN	(TERAKREDITASI)

PERMOHONAN JUDUL TESIS / SKRIPSI / TUGAS AKHIR*

Yang bertanda tangan di bawah ini :


Nama Lengkap : ITA SUNDARI. GT
 Tempat/Tgl. Lahir : MEDAN / 15 Desember 1999
 Nomor Pokok Mahasiswa : 1615310076
 Program Studi : Manajemen
 Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
 Jumlah Kredit yang telah dicapai : 110 SKS, IPK 3.71
 Nomor Hp : 082283694029
 Dengan ini mengajukan judul sesuai bidang ilmu sebagai berikut :

Judul

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO SYARIAH BUAH DI PAJAK PAGI TANJUNG REJO, SETIA BUDI

Diisi Oleh Dosen Jika Ada Perubahan Judul

Yang Tidak Perlu


 Rektor I,
 (Ir. Bhakti Alamsyah, M.T., Ph.D.)

Medan, 15 Mei 2019

Pemohon

 (Ita Sundari, Gt)

Tanggal :

Disahkan oleh :
 Dekan


 (Dr. Surya Nita, S.H., M.Hum.)

Tanggal : 19 Mei 2019

Disetujui oleh :
 Dosen Pembimbing I :


 (MIFTAH EL FIKRI, SE., M.Si)

Tanggal : 21 Mei 2019

Disetujui oleh :
 Ka. Prodi Manajemen


 (NURAFRINA SIREGAR, SE., M.Si.)

Tanggal : 15 Mei 2019

Disetujui oleh :
 Dosen Pembimbing II :


 (DEWI NURMASARI PANE, SE., MM)

No. Dokumen: FM-UPBM-18-02

Revisi: 0

Tgl. Eff: 22 Oktober 2018



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
FAKULTAS SOSIAL SAINS

Jl. Jend. Gatot Subroto Km. 4,5 Telp (061) 8455571
 website : www.pancabudi.ac.id email: unpab@pancabudi.ac.id
 Medan - Indonesia

Universitas : Universitas Pembangunan Panca Budi
 Fakultas : SOSIAL SAINS
 Dosen Pembimbing I : MIFTAH EL FIRDI, SE., M. Si
 Dosen Pembimbing II : DEWI NURMA SARI, PANE, SE., MM.
 Nama Mahasiswa : ITA SUNDARI, GT
 Jurusan/Program Studi : Manajemen
 Nomor Pokok Mahasiswa : 1615310076
 Bidang Pendidikan :
 Tugas Akhir/Skripsi :

Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada toko syarifah Buch di Pajale Pesisir Tanjung Rejo, Sekeloa budi.

TANGGAL	PEMBAHASAN MATERI	PARAF	KETERANGAN
6 Okt 19	membahas B I-II		
12 / 19	Pembahasan Teori kerangka Referensi Sampel		
6 / 19	Ace Sempto		

Medan, 31 Oktober 2019
 Diketahui/Disetujui oleh :
 Dekan,

Miftah El Firdi 6/12/19


Dr. Surya Nita, S.H., M.Hum.



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
FAKULTAS SOSIAL SAINS

Jl. Jend. Gatot Subroto Km. 4,5 Telp (061) 8455571
 website : www.pancabudi.ac.id email: unpab@pancabudi.ac.id
 Medan - Indonesia

Universitas : Universitas Pembangunan Panca Budi
 Fakultas : SOSIAL SAINS
 Dosen Pembimbing I : Miftah el. Filki, SE., M.Si.
 Dosen Pembimbing II : Dewi Nurmasari, Pare, SE., MM
 Nama Mahasiswa : ITA SUNDARI, GT
 Jurusan/Program Studi : Manajemen
 Nomor Pokok Mahasiswa : 1615310076
 Bidang Pendidikan :
 Tugas Akhir/Skripsi : Penentuan kualitas produk, Harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada toko Storian Buah di Patah Pas Tanjung Rejo, Sekeloa budi.

TANGGAL	PEMBAHASAN MATERI	PARAF	KETERANGAN
12/12/19	- tata tulis - 1 paragraf min. 3 kalimat. - istilah asing dibuat miring	y f	
12/12/19	- pembahasan bab 1 dan 2. - pengetikan - awal kalimat jangan kata sambung.	y f	
12/12/19	Att Sempu (12)  Dewi NP		

Medan, 09 Desember 2019
 Diketahui/Disetujui oleh :
 Dekan,



Dr. Surya Nita, S.H., M.Hum.



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
FAKULTAS SOSIAL SAINS

Jl. Jend. Gatot Subroto Km. 4,5 Telp (061) 8455571
 website : www.pancabudi.ac.id email: unpab@pancabudi.ac.id
 Medan - Indonesia

Universitas : Universitas Pembangunan Panca Budi
 Fakultas : SOSIAL SAINS
 Pembimbing I : MIFTAH EL FIKRI, SE., M.Si
 Pembimbing II : DEWI NURMASARI PANE, SE., MM.
 Mahasiswa : ITA SUNDARI, GT
 Jurusan/Program Studi : Manajemen
 Nomor Pokok Mahasiswa : 1615310076
 Bidang Pendidikan : S1 C (Strata Satu)
 Tugas Akhir/Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Sayuran Buah di Pagar Pagi Tanjung Rejo, Sekeloa Budi

WAKTU	PEMBAHASAN MATERI	PARAF	KETERANGAN
2020	Pembahasan materi kuesioner, pembuatan bab ✓	Miftah	
2020	Pembahasan bab IV dan bab V	Miftah	
2020	Pembahasan Sampel & populasi	Miftah	
2020	Pembahasan mengisi data di spss	Miftah	
2020	Mengentri data perbaikan kuesioner	Miftah	
2020	Merunning data dan merapkannya	Miftah	
2020	Ace meja hijau	Miftah	

(Handwritten signature)

Medan, 08 Januari 2020
 Diketahui/Disetujui oleh :
 Dekan,

(Official stamp of Universitas Pembangunan Panca Budi)
 Dr. Surya Nita, S.H., M.Hum.



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
FAKULTAS SOSIAL SAINS

Jl. Jend. Gatot Subroto Km. 4,5 Telp (061) 8455571
 website : www.pancabudi.ac.id email: unpab@pancabudi.ac.id
 Medan - Indonesia

Universitas : Universitas Pembangunan Panca Budi
 Fakultas : SOSIAL SAINS
 Pembimbing I : MIFTAH EL FIKRI, SE., MSI
 Pembimbing II : DEWI NURMASARI DAME, SE., MM
 Mahasiswa : ITA SUNDARI, GT
 Program Studi : Manajemen
 Pokok Mahasiswa : 1615310076
 Pendidikan : S1 (STRATA SATU)
 Tugas Akhir/Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, dan KUALITAS PELAYANAN

TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO SYARIAH BUAH
di DAKAR PABU, TANJUNGPINANG, SETIA BUDI

NO	REVISI	PEMBAHASAN MATERI	PARAF	KETERANGAN
		Perbaiki kuesioner	f	
		membuat urai & urai yang lebih singkat tapi jelas.	f	
		Awal kalimat tidak boleh kata sambung.	f	
		Perbaiki nomor halaman di setiap bab	f	
		Perbaiki spasi di Daftar isi	f	
		Perbaiki persentase uraian	f	
		Acc Sidang meja hijau	f	

Medan, 23 Januari 2020
 Diketahui/Disetujui oleh :
 Dekan,



Dr. Surya Nita, S.H., M.Hum.



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
FAKULTAS SOSIAL SAINS

Jl. Jend. Gatot Subroto Km. 4,5 Telp (061) 8455571
 website : www.pancabudi.ac.id email: unpab@pancabudi.ac.id
 Medan - Indonesia

Universitas : Universitas Pembangunan Panca Budi
 Fakultas : SOSIAL SAINS
 Dosen Pembimbing I : MIETAH EL FIKRI, SE.,MG
 Dosen Pembimbing II : DEWI NURMASARI, PAME., SE.,MM
 Nama Mahasiswa : ITA SUNDARI, GT
 Jurusan/Program Studi : Manajemen
 Nomor Pokok Mahasiswa : 1615310076
 Bidang Pendidikan : Pengaruh kualitas pr
 Judul Tugas Akhir/Skripsi : Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada toko sarten buah di pajale pasar tungjung sepa sepa budi

TANGGAL	PEMBAHASAN MATERI	PARAF	KETERANGAN
9/2020	Pembahasan Kesimpulan & Saran		
23/10/2020	Pembahasan Metodologi		
20/11/2020	Pemeriksaan keseluruhan Isi Skripsi		
12/2020	Ace-Lux		

Medan, 12 Desember 2020
 Diketahui/Disetujui oleh :
 Dekan,

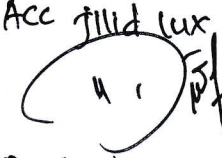
Dr. Bambang Widjanarko



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
FAKULTAS SOSIAL SAINS

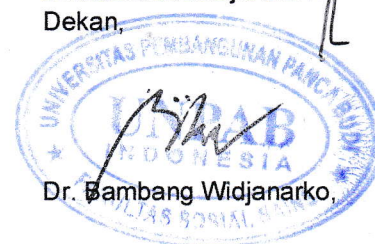
Jl. Jend. Gatot Subroto Km. 4,5 Telp (061) 8455571
 website : www.pancabudi.ac.id email: unpab@pancabudi.ac.id
 Medan - Indonesia

Universitas : Universitas Pembangunan Panca Budi
 Fakultas : SOSIAL SAINS
 Dosen Pembimbing I : MIFTAH EL FIKRI, SE., M.Si
 Dosen Pembimbing II : DEWI NURMASARI PANE, SE., MM.
 Nama Mahasiswa : ITA SUNDARI. GT
 Jurusan/Program Studi : Manajemen
 Nomor Pokok Mahasiswa : 1615310076
 Bidang Pendidikan : PENGARUH KUALITAS PRODUK,
 Judul Tugas Akhir/Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
 TERHADAP KEDURGAN PELANGGAN PADA TOKO SYARIAH BUAH
 DI BATAK PAGI TAMPUNG PETA SETIA BUDI

TANGGAL	PEMBAHASAN MATERI	PARAF	KETERANGAN
9/10/2020	pembahasan lampiran kuisioner	2/	
9/10/2020	- Nomor halaman pada daftar pustaka	1/	
12/12/2020	- Penulisan persetujuan ujian - Pengetilcan Daftar isi - Rapiakan penulisan di daftar isi	7/	
12/12/2020	Acc jilid lux  Dewi NP		

Medan, 12 Desember 2020

Diketahui/Disetujui oleh :
 Dekan,



Dr. Bambang Widjanarko,

Hal : Permohonan Meja Hijau

FM-BPAA-2012-041

Medan, 23 Agustus 2020
 Kepada Yth : Bapak/Ibu Dekan
 Fakultas SOSIAL SAINS
 UNPAB Medan
 Di -
 Tempat

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ITA SUNDARI, GT
 Tempat/Tgl. Lahir : MEDAN / 15 Desember 1999
 Nama Orang Tua : DARMIN, GT
 N. P. M : 1615310076
 Fakultas : SOSIAL SAINS
 Program Studi : Manajemen
 No. HP : 082283694029
 Alamat : Jl. Mawar

Datang bermohon kepada Bapak/Ibu untuk dapat diterima mengikuti Ujian Meja Hijau dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Syariah Buah di Pajak Pagi Tanjung Rejo, Setia Budi, Selanjutnya saya menyatakan :

1. Melampirkan KKM yang telah disahkan oleh Ka. Prodi dan Dekan
2. Tidak akan menuntut ujian perbaikan nilai mata kuliah untuk perbaikan indeks prestasi (IP), dan mohon diterbitkan ijazahnya setelah lulus ujian meja hijau.
3. Telah tercap keterangan bebas pustaka
4. Terlampir surat keterangan bebas laboratorium
5. Terlampir pas photo untuk ijazah ukuran 4x6 = 5 lembar dan 3x4 = 5 lembar Hitam Putih
6. Terlampir foto copy STTB SLTA dilegalisir 1 (satu) lembar dan bagi mahasiswa yang lanjutan D3 ke S1 lampirkan ijazah dan transkripnya sebanyak 1 lembar.
7. Terlampir pelunasan kwintasi pembayaran uang kuliah berjalan dan wisuda sebanyak 1 lembar
8. Skripsi sudah dijilid lux 2 exemplar (1 untuk perpustakaan, 1 untuk mahasiswa) dan jilid kertas jeruk 5 exemplar untuk penguji (bentuk dan warna penjiilid diserahkan berdasarkan ketentuan fakultas yang berlaku) dan lembar persetujuan sudah di tandatangani dosen pembimbing, prodi dan dekan
9. Soft Copy Skripsi disimpan di CD sebanyak 2 disc (Sesuai dengan Judul Skripsinya)
10. Terlampir surat keterangan BKKOL (pada saat pengambilan ijazah)
11. Setelah menyelesaikan persyaratan point-point diatas berkas di masukan kedalam MAP
12. Bersedia melunaskan biaya-biaya uang dibebankan untuk memproses pelaksanaan ujian dimaksud, dengan perincian sbb :

1. [102] Ujian Meja Hijau	: Rp.	500,000
2. [170] Administrasi Wisuda	: Rp.	1,500,000
3. [202] Bebas Pustaka	: Rp.	100,000
4. [221] Bebas LAB	: Rp.	
Total Biaya	: Rp.	2,100,000

Periode Wisuda Ke :

Ukuran Toga :

M

Diketahui/Disetujui oleh :



Dr. Surya Nita, S.H., M.Hum.
 Dekan Fakultas SOSIAL SAINS

Hormat saya



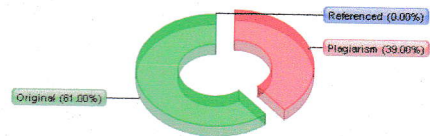
ITA SUNDARI, GT
 1615310076

21/8/20

Plagiarism Detector v. 1460 - Originality Report 08/19/20 12:16:16

Analyzed document: ITA SUNDARI.GT_1615310076_MANAJEMEN.docx | Posted to: Universitas Pembangunan Panca Budi_License03
Comparison Preset: Rewrite. Detected language: Indonesian

Relative chart:



Distribution graph:



Top sources of plagiarism:

→ %30	wdcs: 4144	http://repository.unimus.ac.id/3035/3/BAB%202.pdf
→ %21	wdcs: 9048	http://reprints.undip.ac.id/23450/1/Skripsi.pdf
→ %18	wdcs: 2500	http://repository.umsu.ac.id/5534/1/SKRIPSI.pdf

[Show other Sources.]

Processed resources details:

141 - Ok / 26 - Failed

[Show other Sources.]

Important notes:

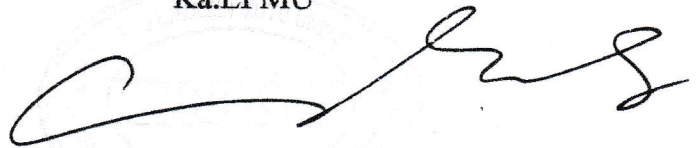
SURAT KETERANGAN PLAGIAT CHECKER

Dengan ini saya Ka.LPMU UNPAB menerangkan bahwa surat ini adalah bukti pengesahan dari LPMU sebagai pengesah proses plagiat checker Tugas Akhir/ Skripsi/Tesis selama masa pandemi *Covid-19* sesuai dengan edaran rektor Nomor : 7594/13/R/2020 Tentang Pemberitahuan Perpanjangan PBM Online.

Demikian disampaikan.

NB: Segala penyalahgunaan/pelanggaran atas surat ini akan di proses sesuai ketentuan yang berlaku UNPAB.

Ka.LPMU



Cahyo Pramono, SE.,MM



YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA
PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
Jl. Jend. Gatot Subroto KM. 4,5 Medan Sunggal, Kota Medan Kode Pos 20122

SURAT BEBAS PUSTAKA
NOMOR: 2826/PERP/BP/2020

Perpustakaan Universitas Pembangunan Panca Budi menerangkan bahwa berdasarkan data pengguna perpustakaan saudara/i:

: ITA SUNDARI. GT
: 1615310076
Semester : Akhir
: SOSIAL SAINS
Prodi : Manajemen

nyanya terhitung sejak tanggal 22 Agustus 2020, dinyatakan tidak memiliki tanggungan dan atau pinjaman buku tidak lagi terdaftar sebagai anggota Perpustakaan Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.

Medan, 22 Agustus 2020
Diketahui oleh,
Kepala Perpustakaan,


Sugiarjo, S.Sos., S.Pd.I

umen : FM-PERPUS-06-01 Revisi : 01 Tgl. Efektif : 04 Juni 2015

SURAT PERNYATAAN

Saya Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini :

Nama : ITA SUNDARI. GT
N. P. M : 1615310076
Tempat/Tgl. Lahir : MEDAN / 15 Desember 1999
Alamat : Jl. Mawar
No. HP : 082283694029
Nama Orang Tua : DARMIN. GT/IDAHTA SEMBIRING
Fakultas : SOSIAL SAINS
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Syariah Buah di Pajak Pagi Tanjung Rejo, Setia Budi

Bersama dengan surat ini menyatakan dengan sebenar - benarnya bahwa data yang tertera diatas adalah sudah benar sesuai dengan ijazah pada pendidikan terakhir yang saya jalani. Maka dengan ini saya tidak akan melakukan penuntutan kepada UNPAB. Apabila ada kesalahan data pada ijazah saya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar - benarnya, tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan dibuat dalam keadaan sadar. Jika terjadi kesalahan, Maka saya bersedia bertanggung jawab atas kelalaian saya.

Medan, 19 Agustus 2020



ITA SUNDARI. GT
1615310076

Acc Judas
Rafli
7/12/20
Mufida et al

Acc Jilid Lux
10/12/2020
11
Dewi N.P.



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA TOKO SYARIAH BUAH DI PAJAK PAGI
TANJUNG REJO, SETIA BUDI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Dan Memenuhi Persyaratan
Ujian Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains
Universitas Pembangunan Panca Budi

Oleh:

ITA SUNDARI. GT

NPM: 1615310076

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI**

MEDAN

2020

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mencari pengaruh dari kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap Toko Syariah Buah di Pajak Pagi Tenjung Rejo Setia Budi. Populasi pada penelitian ini sebanyak 210 orang pelanggan dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 137 responden. Pendekatan ini menggunakan pendekatan asosiatif dengan kuantitatif yang diolah dengan aplikasi SPSS versi 23.0. Sumber data yang digunakan data primer yang diambil dan di isi langsung dari responden maupun pegawai. Metode analisis analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Penelitian dilakukan dari bulan Januari hingga Maret 2020. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara parsial maupun secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dimana kualitas produk menjadi variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan. *Adjust R. Square* 0. 695 atau 69,5 %. Menunjukkan kepuasan pelanggan dijelaskan oleh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas pelayanan 69.5 %, sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti penulis.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to look for the effect of product quality, price and service quality on the fruit Sharia shop at the tanjung rejo setia budi pagi tax. The population in this study was 210 customers with a sample of 137 respondents. This approach uses an associative approach with quantitative, which is processed with SPSS 23.0. The data source uses primary data taken and filled directly from respondents and employess. The analytical method of analysis used is multiple linear regression. The study was conducted from januari to march 2020. The results showed that product quality partially or simultaneously had a positive and significant effect on customer satisfaction, where product quality was the most dominant variable affecting customer satisfaction. Adjust R. Ssquare 0.659 or 69.5%. indicating customer satisfaction is explained by product quality 69.5%, the rest is examined by the author

Keywords: product Quality, price, service quality and satisfaction customer

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN SURAT PERNYATAAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Dan Batasan Masalah	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	7
1. Tujuan Penelitian	7
2. Manfaat Penelitian	8
E. Keaslian Penelitian	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Uraian Teoritis.....	10
1. Pemasaran	10
2. Bauran Pemasaran	10
3. Kepuasan Pelanggan	10
a. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	13
b. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	14
b. Dimensi Untuk Mengukur Kepuasan Pelanggan	15
4. Kualitas Produk	16
a. Pengertian Kualitas Produk.....	16
b. Dimensi Kualitas Produk	17
c. Indikator Kualitas Produk	19
5. Harga.....	20
a. Pengertian Harga.....	20
b. Faktor-Faktor Yang Diperhatikan Dalam Penetapan	

Harga.....	21
c. Indikator Harga	23
d. Tujuan Penetapan Harga	23
6. Kualitas Pelayanan	24
a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	24
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Dimensi Kualitas Pelayanan	26
c. Dimensi Kualitas Pelayanan	26
B. Penelitian Sebelumnya	27
C. Kerangka Konseptual	29
a. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	29
b. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	30
c. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	30
d. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	31
D. Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian	34
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian	34
1. Lokasi Penelitian.....	34
2. Waktu Penelitian	34
C. Definisi Operasional Variabel.....	35
a. Variabel Penelitian	35
b. Definisi Operasional	35
D. Populasi Dan Sampel	36
1. Populasi	36
2. Sampel	36
E. Jenis Dan Sumber Data	37
a. Data Primer	37
b. Data Sekunder	37
F. Teknik Pengumpulan Data.....	37
G. Teknik Analisis Data.....	38
1. Uji Kualitas Data	38
2. Uji Asumsi Klasik	38
3. Uji Heterokedastisitas.....	39
4. Uji Kesesuaian(<i>Test Goodness Of Fit</i>).....	40
a. Regresi Linier Berganda	41
b. Pengujian Hipotesis	41
H. Koefisien Determinasi (R^2).....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	43
1. Sejarah Singkat Berdirinya Toko Syariah Buah Di Pajak Pagi Tanjung Rejo, Setia Budi	43
2. Visi Dan Misi	44
3. Struktur Organisasi.....	44

4. Uraian Tugas/ <i>Job Description</i>	45
5. Deskripsi Karakteristik Responden	46
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..	47
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	49
d. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berlang- ganan.....	50
e. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Belanja Perbulan	51
f. Karakteristik Responden Berdasarkan Penffunaan Produk/Jika Untuk Di Jual Kembali	52
g. Karakteristik Responden Berdasarkan Buah Yang Paling Sering Dibeli.....	53
h. Karakteristik Responden Berdasarkan Buah Yang Sering Mengalami Kerusakan.....	54
i. Karakteristik Data Untuk Kualitas Produk (X1)	55
j. Karakteristik Data Untuk Harga (X2).....	56
k. Karakteristik Data Untuk Kualitas Pelayanan (X3).....	57
l. Karakteristik Data Untuk Kepuasan Pelanggan (Y).....	58
6. Pengujian Kualitas Data	60
a. Uji Validitas.....	60
b. Uji Reabilitas (Ke-Handalan)	64
7. Uji Asumsi Klasik	67
a. Uji Normalitas	67
b. Uji Multikolinieritas	69
c. Uji Heterokedastisitas	70
8. Uji Kesesuaian (<i>Test Googness Of Fit</i>).....	72
9. Pengujian Hipotesis	73
a. Uji Simultan (Anova Atau Uji F)	73
b. Uji Pengaruh Parsial	74
c. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	
d. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	75
e. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	76
10. Determinasi	77
B. Pembahasan Hasil Penelitian	78
1. Pengaruh Parsial Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	78
2. Pengaruh Parsial Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan..	79
3. Pengaruh Parsial Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	79
4. Pengaruh Serempak (Simultan).....	80

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	82
B. Saran.....	82

DAFTAR PUSTAKA..... 83

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Tingkat Buah Yang Terjual Menurut Kualitas Data Dan Harga	7
Tabel 2.1 Daftar Penelitian Sebelumnya	32
Tabel 3.1 Skeldul Proses Penelitian	33
Tabel 3.2 Operasional Variabel	34
Tabel 4.1 Menurut Jenis Kelamin	47
Tabel 4.2 Menurut Tingkat Pekerjaan	49
Tabel 4.4 Lama Berlangganan	50
Tabel 4.5 Tingkat Pengeluaran Belanja Perbulan	51
Tabel 4.6 Berdasarkan Penggunaan Produk/Jika Untuk Di Jual Kembali.....	52
Tabel 4.7 Berdasarkan buah yan paling sering dibeli	53
Tabel 4.8 Buah yang sering mengalami kerusakan.....	54
Tabel 4.9 Pernyataan responden atas variabel kualitas produk (X1).....	55
Tabel 4.10 Pernyataan responden atas variabel Harga (X2).....	56
Tabel 4.11 Pernyataan responden atas variabel Kualitas pelayanan (X3).....	57
Tabel 4.12 Pernyataan Responden Atau Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	59
Tabel 4.13 Uji Validitas Kualitas Produk (X1)	62
Tabel 4.14 Uji Validitas Harga (X2)	63
Tabel 4.15 Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X3)	64
Tabel 4.16 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)	64
Tabel 4.17 Reability Statistics	66
Tabel 4.18 Reliabilitas Statistics	66
Tabel 4.19 Reliabilitas Statistics	67
Tabel 4.20 Reliabilitas Statistics	67
Tabel 4.21 Uji Multikolinieritas	70
Tabel 4.21 Uji Kesesuaian (<i>Test Goodness Of Fit</i>)	72
Tabel 4.23 Hasil Pengaruh Simultan	74
Tabel 4.24 Model Summary	78

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Daftar 2.1 Kerangka Konsep.....	32
Daftar 4.1 Struktur Organisasi	45
Daftar 4.3 Hasil Uji Normalitas	68
Daftar 4.4 Histogram Uji Normalitas	69
Daftar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	71

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Biodata penulis.....	88
Lampiran 2. Kuisisioner Penelitian.....	89
Lampiran 3. Surat Balasan Riset.....	94
Lampiran 4. Surat Pernyataan.....	95
Lampiran 5. Surat Pernyataan <i>Plagiat Checker</i>	96
Lampiran 6. Data Karakteristik dan Tabulasi Data Kuisisioner	98
Lampiran 7. Hasil Pengolahan SPSS.....	109

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbilalamin, puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, karena berkat Rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya. Adapun judul skripsi **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Syariah Buah di Pajak Pagi Tanjung Rejo, Setia Budi”**. Maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya dengan tulus dan ikhlas kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Isa Indrawan, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Pembangunan Panca Budi Medan
2. Bapak Dr. Bambang Widjanarko, SE., MM selaku Dekan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
3. Bapak Ramadhan Harahap, S.E.,S.Psi., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
4. Bapak Miftah El Fikri, SE., M.Si selaku pembimbing 1 saya yang telah sabar dan dengan cermat memberikan pengarahan dan bimbingan dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Dewi Nurmasari Pane, SE., MM selaku pembimbing II saya yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam proses penyusunan skripsi ini
6. Bapak/Ibu dosen Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama menulis di bangku kuliah sampai selesai.
7. Pimpinan, serta pegawai di Toko Syariah Buah Pajak Pagi Tanjung Rejo Setia Budi, yang telah meluangkan waktunya dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan oleh penulis.
8. Seluruh keluarga dan rekan-rekan yang telah memberikan dukungan dalam menyelesaikan studi di Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran untuk menyempurnakan penulisan ini. Semoga Allah SWT memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Amin Ya Rabbal A'lam.

Medan, Agustus 2020

Penulis

ITA SUNDARI. GT

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri perdagangan merupakan salah satu jenis usaha yang menjadi penentu aktivitas ekonomi disisi distribusi. Perdagangan merupakan proses tukar-menukar barang dan jasa dari penjual kepada pembeli, hal ini menimbulkan interaksi diantara suatu tempat menuju daerah lainya yang menghasilkan sebuah pergerakan, baik pergerakan barang, hingga mobilitas penduduk menuju pusat perdagangan. Aktivitas perdagangan terus terjadi diakibatkan oleh usaha masyarakat dalam memenuhi kebutuhanya. Sektor perdagangan selalu menjadi faktor ekonomi utama di Indonesia dari zaman dahulu hingga saat ini. Perdagangan dalam bentuk apapun selalu menjadi suatu jenis industri yang terdepan dan juga mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

Tahun 2020, terhitung sangat banyak usaha makanan-makanan baru yang mulai menjamu, baik yang bersifat musiman maupun jangka panjang. Pada saat ini bisnis makanan semakin menjangkau semua lapisan masyarakat, hal inilah yang dimanfaatkan oleh beberapa orang untuk berbisnis, tetapi dengan meningkatnya persaingan mengakibatkan adanya perubahan pola dan cara para pesaing dalam mempertahankan bisnisnya. Setiap pelaku bisnis dituntut memiliki kepekaan terhadap perubahan kondisi persaingan bisnis yang terjadi dilingkungannya dan menempatkan orientasi terhadap kemampuan untuk menarik konsumen agar mampu berhasil dalam menjalankan usahanya.

Pengusaha di bisnis perdagangan berupaya untuk menarik dan mendapatkan konsumen yang banyak untuk meningkatkan laba sehingga dengan hal ini suatu produk yang ia jual diharapkan dapat menjadi yang terdepan diantara produk-produk sejenisnya. Hal ini sangat penting karena keberhasilan usaha di bisnis yang dijalani sangat ditentukan oleh pengusaha dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan yang sangat menentukan kepuasan pelanggan.

Selain bisnis makanan, indonesia juga terkenal dengan komoditas buah dan sayur segar dan unggul, komoditas buah yang banyak dan tersebar luas. Persebarannya yang mudah di dapat, hal inilah yang membuat banyak pedagang yang tertarik menjual buah-buahan dan sayuran. Komoditas buah sangat besar di indonesia. Buah banyak diperjual belikan oleh masyarakat baik itu untuk dikonsumsi ataupun diolah menjadi menu lain dan di jual kembali, karena buah merupakan salah satu makanan yang menunjang kesehatan dan memiliki nutrisi beserta vitamin yang diperlukan tubuh. Menurut (Astawan, 2016) menyatakan bahwa buah merupakan menu penyeimbang asupan gizi. Itu sebabnya agar kita selalu makan buah minimal 2-3 porsi perhari. Hal inilah yang dimanfaatkan para sebagian pedagang untuk menjual buah-buahan yang sering dicari konsumen.

Kita dapat menjumpai para penjual buah-buahan segar yang beragam-ragam di pasar tradisional. Bukan hanya satu jenis tapi banyak terutama buah-buahan yang sering di cari untuk cuci mulut setelah atau sebelum makan, seperti pisang, jeruk semangka, dan pepaya. sedangkan untuk buah musiman akan jarang kita jumpai di berbagai tempat pasar tradisional, walaupun ada hanya di beberapa tempat. sebagai contohnya duku, rambutan dan manggis merupakan buah musiman yang tidak bisa kita jumpai setiap hari sepanjang tahun di berbagai pasar tradisional

ataupun modern. Buah banyak penggemarnya mulai dari anak kecil sampai dewasa. Rasanya yang manis dan harga yang terjangkau. Sedangkan buah lain yang sering di jadikan jus seperti jus naga, jus kuini, jus sirsak, jus alpukat, terong belanda, jus melon dan lain-lain umumnya banyak di jual di berbagai tempat khususnya di kota-kota besar karena banyak yang mencari jus.

Toko syariah buah merupakan salah satu toko yang berlokasi di pajak pagi Tanjung Rejo, Jl. Setia Budi Kecamatan Medan Sunggal. Toko ini banyak menjual buah seperti berbagai jenis pisang , semangka dan jeruk. Toko ini menyediakan wortel dan timun yang biasanya di jual oleh para pedagang sayur, dikarenakan permintaan dari konsumen. Toko ini memiliki banyak langganan dari berbagai tempat seperti cafe, rumah makan, warung bakso, dan banyak lagi.

Sering terjadi masalah buah seperti buah yang memiliki kadar ketahanan kurang baik mengakibatkan buah tidak tahan lama dan cepat busuk mengakibatkan toko ini kerap kali membuang sampah buah bahkan hampir setiap hari ada buah yang di buang karena busuk. Pelanggan juga sering di kecewakan dengan kualitas buah yang tidak tahan lama, mereka sering berkomentar tentang kualitas buah yang tiap harinya tidak sama, padahal kualitas produk menjadi salah satu faktor penting yang membentuk kepuasan pelanggan.

Kualitas buah juga banyak yang mengomentari, buah yang tampaknya bagus ternyata di dalamnya busuk seperti buah kuini yang tidak lokal walaupun harga yang di tawarkan produsen murah tapi tidak menjamin kepuasan konsumen dan para pelanggan. Harga yang tidak stabil akan mengurangi peminat buah tersebut sehingga buah akan lama terjual dan mengalami kerusakan seperti busuk, untuk melakukan penawaran juga sulit di karenakan alasan pegawai yang mengatakan

harga yang di tawarkan oleh toko sudah murah. Kualitas pelayanan juga di pertanyakan pada toko ini karena karyawan di toko ini pelayanannya kurang baik.

Banyak hal yang mempengaruhi maju mundurnya toko, salah satunya bagaimana mereka dapat menarik pelanggan dan mempertahankan mereka agar bisa menjadi langganana tetap. Banyak langganan lama yang tidak berlangganan lagi dan tidak diketahui secara pasti mengapa mereka beralih. Pelanggan sering dikecewakan dengan kualitas buah yang kurang baik tetapi harga tetap sama dengan buah yang bagus.

Toko syariah buah kerap kali menaikkan harga buah dengan tiba-tiba dan akhirnya pelanggan yang awalnya ingin membeli dalam jumlah banyak terpaksa mengurangi pembelianya. Menurut (Keller, 2013) penetapan harga dan persaingan harga merupakan masalah nomor satu yang di hadapi oleh para eksekutif pemasaran. Bagi toko syariah buah sulit untuk mempertahankan harga karena modal utuk setiap jaenis buah sering mengalami naik turun harga. Pelanggan juga kerap mengeluh dikarenakan sulit untuk menawar di toko syariah buah padahal sudah membeli dalam jumlah yang banyak dan berbagai jenis bahkan sudah menjadi langganan namun haraga sulit untuk di turunkan. Karyawan yang bekerja ditoko ini juga kurang tanggap, mereka kerap kali melayani pembeli yang bertanya terlebih dalu untuk harga buah yang mereka jual. Karyawan di toko ini juga tidak banyak hanya tiga orang sehingga akan kewalahan jika menghadapi pembeli yang datang dalam jumlah banyak pada saat yang bersamaan apalagi di saat langganan juga datang bersamaan, Mengakibatkan tidak semua pembeli dan langganan bisa di layani sekaligus. Apabila kualitas pelayanan sudah terbentuk

dengan baik dan harga yang di tawarkan sesuai dengan kualitas produk dan harapan pelanggan maka akan terciptanya sebuah kepuasan pelanggan.

Toko ini memang menyediakan buah dalam jumlah yang banyak namun banyak juga buah yang sering di buang penyebab awalnya karena lama terjual dan karena mengalami busuk atau kerusakan. Kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam persaingan bisnis dagang. Banyak pelanggan yang tidak lagi menjadi langgananya atau kabur ke tempat lain dengan berbagi alasan. Alasan yang sering di dengar adalah harga yang sering naik turun, kualitas buah yang sering meragukan pelanggan dan kualitas pelayanan yang kurang baik. Karyawan sering di anggap sombong dan kurang cepat dalam menyiapkan pesanan buah para pelanggan.

Tabel 1.1 Tingkat Buah yang Terjual Menurut Kualitas dan Harganya

NO	Buah	Kualitas	Harga per/Kg atau per sisir	Laku per hari
1	Mangga kotak	Besar, sangat manis, bagus	25.000	5-15 Kg
2	Mangga kotak	Kecil, manis bagus	20.000	10-25 Kg
3	Pisang barangan tandan	<i>Jumbp</i> , manis, mengkal. Isi banyak	20.000	5-15 sisir
4	Pisang barangan maspok	Sedang manis , kemaskan	7.000	50-70 sisir

Sumber: Penulis (2020)

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat dapat diketahui bahwa terjadinya perbedaan tingkat kelakuan buah walaupun dalam satu jenis yang sama seperti buah jeruk SPR dan jeruk C. Harga dan kualitas menjadi pembanding kepuasan pelanggan. Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan berjudul: **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Syariah Buah Di Pajak Pagi Tanjung Rejo, Setiabudi.”**

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

- a. Penyimpanan buah yang terlalu lama menyebabkan buah yang kadar ketahanannya tidak lama menjadi cepat busuk sehingga mengakibatkan kerugian
- b. Toko syariah buah (TSB) telah memberikan harga yang terendah sehingga bila *customer* manawar lagi TSB tidak dapat memberikan potongan harga lagi
- c. Daya tanggap yang kurang baik mengakibatkan kurangnya kepuasan pelanggan pada saat berbelanja
- d. Kehilangan beberapa pelanggan lama dan pindah ke tempat lain mengakibatkan berkurangnya laba
- e. Kurangnya analisis pelanggan yang beralih sehingga tidak diketahui alasan pasti pelanggan yang beralih

2. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penelitian ini di batasi agar pembahasannya lebih fokus dan terarah serta tidak menyimpang dari tujuan yang di inginkan. Dengan demikian penulis membatasi masalah hanya pada pengaruh kualitas produk, harga dan kepuasan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada toko syariah buah di pajak pagi tanjung rejo, setia budi.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena masalah dan fakta, maka dirumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Syariah Buah di Pajak Pagi Tanjung Rejo, Setia Budi?
2. Apakah ada pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Syariah Buah di Pajak Pagi Tanjung Rejo, Setia Budi?
3. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Syariah Buah di Pajak Pagi Tanjung Rejo, Setia Budi?
4. Apakah ada pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Syariah Buah Di Pajak Pagi Tanjung Rejo, Setia Budi?

D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian yang ingin di capai adalah:
 - a. Untuk menguji dan mengetahui apakah ada pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Syariah Buah di Pajak Pagi Tanjung Rejo, Setia Budi.
 - b. Untuk menguji dan mengetahui apakah ada pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Syariah Buah di Pajak Pagi Tanjung Rejo, Setia Budi.

- c. Untuk menguji dan mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Syariah Buah di Pajak Pagi Tanjung Rejo, Setia Budi
- d. Untuk menguji dan mengetahui apakah ada pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Syariah Buah di Pajak Pagi Tanjung Rejo, Setia Budi.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang di harapkan sebagai berikut:

- a. Bagi pengelola, hasil penelitian ini dapat di jadikan sebagai sumber informasi mengenai tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan yang di berikan pengelola dan pertimbangan untuk memperbaiki kualitas tokonya.
- b. Bagi peneliti, akan menjadi suatu pengalaman yang sangat berharga dalam proses penyelesaian studi dan menjadi informasi ilmiah bagi peneliti lanjutan.
- c. Bagi peneliti berikutnya, penelitian ini di harapkan dapat dijadikan sebagai bahan acuan dan sebagai tambahan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian khususnya yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

E. Keaslian penelitian

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian (Kurniasari, 2012), yang berjudul: “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan, Harga

dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Ralana Solo''. Sedangkan penelitian ini berjudul: '' Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Syariah Buah di Pajak Pagi Tanjung Rejo, Setia Budi''.

Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya yang terletak pada:

- 1. Variabel penelitian:** terdahulu menggunakan 4 (empat) variabel bebas yaitu kualitas pelayanan(X1), kualitas makan(X2), harga(X3), promosi(X4), serta 1 (satu) variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y). Sedangkan penelitian ini menggunakan 3 (tiga) variabel bebas yaitu Kualitas produk (X1), harga (X2), Kualitas pelayanan (X3), serta 1(satu) variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan.
- 2. Jumlah observasi/sampel (n):** penelitian terdahulu menggunakan sampel berjumlah 100 konsumen/responden. Sedangkan penelitian ini menggunakan sampel berjumlah 137 konsumen/responden yang berbelanja lebih dari dua kali dalam waktu seminggu.
- 3. Waktu penelitian:** penelitian terdahulu dilakukan tahun 2015 sedangkan penelitian ini tahun 2020.
- 4. Lokasi penelitian:** Lokasi Penelitian terdahulu di Restoran Ralan Solo, sedangkan penelitian ini dilakukan di Toko Syariah Buah Pajak Pagi Tanjung Rejo, Setia Budi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Uraian Teoritis

1. Pemasaran

Menurut (Keller, 2013) pemasaran adalah proses sosial yang dengan proses itu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain.

2. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran menurut (Keller, 2013) aktivitas-aktifitas pemasaran atau perogram pemasaran yang terintegrasi penuh untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan mengantarkan nilai kepada pelanggan. Ada empat variabel dalam pemasaran, yaitu: produk(*product*), harga(*price*), tempat(*place*), promosi(*promotion*), keempat elemen ini harus diintegrasikan agar pemasaran dapat berjalan dengan baik dan mampu memuaskan konsumen sesuai dengan tujuan akhir dari pemasaran itu sendiri.

3. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan merupakan gambaran perbedaan dari harapan dan kinerja (yang diterima). Apabila harapan tinggi sementara kinerja biasa-biasa saja, kepuasan tidak akan tercapai atau bahkan akan menimbulkan kekecewaan bagi pelanggan. Menurut (Priansa, 2017) tercapainya kepuasan di hati pelanggan sangat bermanfaat bagi tumbuhnya loyalitas/ kesetiaan merek. Pencapaian kepuasan merupakan proses yang dinamis dalam arti tidak pernah berhenti dan tergantung

pada bagaimana perusahaan berinteraksi dengan pelanggan pada tingkat angka personal.

(Keller, 2013) Menyatakan kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan tidak akan puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Menurut (Lupiyoadi, 2015) menyatakan bahwa pelanggan adalah seseorang yang secara kontinu dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginan dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk jasa tersebut. Ekspektasi pelanggan akan sangat puas atau senang.

Kepuasan pelanggan menurut (Sangadji, 2013) merupakan sejauh mana suatu tingkatan produk dipersepsikan sesuai dengan harapan pembeli. (Priansa, 2017) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Kepuasan pelanggan berdistribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya royalitas pelanggan, meningkatnya reputasi pelanggan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, meningkatnya efisiensi dan produktifitas karyawan (Tjiptono, 2014)

Konsumen yang puas tentunya akan menjadi penentu kontinuitas berlangsungnya suatu bisnis. Syarat untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen diketahui dari adanya sikap: senang, sering berkunjung, memberitahu temannya, dan memberikan solusi atas apa yang dirasakan atas pelayanannya.

Mencapai tingkat kepuasan pelanggan tertinggi adalah tujuan utama pemasaran. Sedangkan menurut (Enggel, 2012) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antar kesatnya terhadap hasil suatu jasa dan harapan-harapannya. Disini peran perusahaan sangatlah besar lama tidaknya bisnis itu berlangsung tergantung pada pelayanan mereka.

Mempertahankan kepuasan pelanggan dari waktu ke waktu akan membina hubungan baik dengan para pelanggan. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa macam faktor, antara lain kualitas produk, harga, promosi, lokasi, pelayanan karyawan fasilitas dan suasana perusahaan tersebut. Dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen perusahaan harus terus berusaha agar dapat mempertahankan konsumennya karena untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan bukanlah hal yang mudah dan membutuhkan waktu, biaya yang tinggi dan usaha yang lama. Pelanggan yang merasa puas akan setia lebih lama, membeli lebih banyak, kurang sensitif pada perubahan harga yang ditetapkan perusahaan dan memberikan komentar baik tentang perusahaan. Mencapai tingkat kepuasana pelanggan tertinggi adalah tujuan utama pemasaran.

Pelanggan (*customer*) berbeda dengan konsumen (*consumer*), seorang dapat dikatakan sebagai pelanggan sebagai pelanggan apabila orang tersebut mulai membiasakan diri untuk membeli produk yang di tawarkan oleh badan usaha.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pengertian kepuasan pelanggan adalah perbedaan antar apa yang diharapkan pelanggan (nilai harapan) dengan situasi yang diberikan perusahaan (kinirja perusahaan) di dalam usaha memenuhi harapan pelanggan.

a. Faktor-faktor kepuasan pelanggan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan ekspektasi pelanggan menurut (Priansa, 2017) adalah:

1. Produk

Layanan produk yang baik dan memenuhi selesa serta harapan konsumen. Produk dapat menciptakan kepuasan konsumen. Penilaian terhadap pelayanan produk ini meliputi: jenis produk, mutu atau kualitas produk dan persediaan produk.

2. Harga

Harga merupakan bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut. Dasar penilaian terhadap harga meliputi tingkat harga dan kesesuaian dengan nilai jual produk, variasi atau pilihan harga terhadap produk.

3. Promosi

Dasar penelitian promosi yang mengenai informasi produk dan jasa dalam usaha mengkomunikasikan manfaat produk dan jasa tersebut pada konsumen sasaran.

4. Lokasi

Tempat merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa lokasi perusahaan dan konsumen. Penilaian terhadap atribut meliputi lokasi perusahaan, kecepatan dan ketepatan dalam transportasi.

5. Pelayanan karyawan

Pelayanan karyawan merupakan pelayanan yang di berikan karyawan dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dalam usaha

memuaskan pelanggan. Dasar penilaian dalam hal ini pelayanan karyawan meliputi kesopanan, keramahan, kecepatan dan ketepatan.

6. Fasilitas

Fasilitas merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa perantara guna mendukung kelancaran operasional perusahaan yang berhubungan dengan para konsumen dan pelanggan. Dasar penilaian meliputi penataan barang, tempat penitipan barang, kamar kecil dan tempat ibadah.

7. Suasana

Suasana merupakan faktor pendukung, karena apabila perusahaan mengesankan maka para pelanggan mendapatkan kepuasan tersendiri. Dasar penilaian meliputi sirkulasi udara, kenyamanan dan keamanan.

Terciptanya kepuasan di hati pelanggan sangat bermanfaat bagi tumbuhnya loyalitas/kesetiaan merek. Pelanggan akan setia manakala produk sejenis yang dimilikinya sudah mewakili kemudahan kebutuhannya. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu menciptakan, mengembangkan dan mengelola suatu jenis terpadu yang dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggan.

a. Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut (Priansa, 2017) indikator kepuasan pelanggan:

1) Sistem keluhan dan saran

Dengan cara membuka kotak saran dan menerima keluhan, saran, kritik oleh langganan atau bisa juga disampaikan melalui kartu informasi, *customer hot line*, ini semua dimaksudkan agar perusahaan lebih mengantisipasi dan cepat tanggap terhadap kritik dan saran tersebut.

2) Survey kepuasan pelanggan

Penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan melalui pos, telepon atau wawancara pribadi atau bisa juga siperusahaan mengirimkan angket ke orang-orang tertentu.

3) Pembeli bayangan

Dalam hal ini perusahaan menyuruh orang-orang membeli produk ke tempat lain, sehingga pembeli ini dapat melaporkan keunggulan dan kelemahan pelayan-pelayan yang melayani.

4) Analisis pelanggan yang beralih

Perusahaan yang kehilangan langganan mencoba untuk menghubungi konsumen tersebut dan di bujuk kenapa mereka berhenti, pindah ke perusahaan dan lain-lain. Dengan informasi yang di peroleh maka perusahaan dapat lebih meningkat kinerjanya dengan cara meningkatkan kepuasan para pelanggan.

b. Dimensi Untuk Mengukur Kepuasan Pelanggan

Menurut (Keller, 2013) memepertahankan pelanggan merupakan hal penting daripada memikat pelanggan, oleh karena itu terdapat 5 dimensi untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

- 1) Membeli lagi
- 2) Mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikannya
- 3) Kurang memperhatikan merk dan iklan produk pesaing
- 4) Membeli produk lain dari perusahaan yang sama
- 5) Menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan

Ukuran standar mutu yang ditentukan oleh produsen barang atau jasa belum tentu sama dengan ukuran standar mutu yang ditentukan oleh pelanggan. Misalnya, apabila dalam memberikan pelayanan yang sama kepada pelanggan yang berbeda-beda, maka tingkat kepuasan yang dirasakan oleh masing-masing pelanggan akan berbeda pula. Dalam hal ini, tentunya pernyataan pelanggan akan berbeda-beda pula, sangat beragam, dan tergantung cita rasa yang bersangkutan.

4. Kualitas Produk

a. Pengertian kualitas produk

Di dalam menjalankan suatu bisnis, produk maupun jasa yang di jual harus memenuhi kualitas yang baik atau sesuai dengan harga yang ditawarkan. Agar suatu usaha atau perusahaan dapat bertahan dalam menghaapi persaingan terutama persaingan dalam segi kualitas, perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas produk atau jasanya. Karena peningkatan kualitas produk dapat membuat pelanggan merasa puas terhadap produk atau jasa yang mereka beli, dan akan mempengaruhi konsumen lain untuk melakukan pembelian ulang. (Sunyoto, 2012) berpendapat bahwa produk adalah sekelompok atribut nyata dan tidak nyata, di dalamnya termasuk kemasan, warna, harga mutu dan merek ditambah dengan pelayanan dan reputasi penjual.

Definisi dari kualitas produk adalah totalitas karakteristik sebuah produk yang meliputi tentang kinerja, fungsi, kehandalan dan sebagainya hal ini bertujuan untuk menarik minat konsumen dan memenuhi kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen (Utami C. W., 2010). (Kotler & Keller, Marketing Manajemen 14th edition, 2012) Menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan,

ketetapan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya. (Keller, 2013) Mendefinisikan kualitas produk adalah *‘product quality is the characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer needs’*.

Sedangkan menurut (Manullang & Pakpahan, 2014) secara koseptual kualitas produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa di tawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli. Kata kualitas mengandung arti yang berbeda-beda bagi konsumen dan para pelanggan guna memenuhi kebutuhan dan kepuasan berbelanja. Kualitas pada prinsipnya adalah untuk menjaga janji pelanggan agar pihak yang di layani merasa puas dan di ungkapkan.

Dari pengertian di atas dapat di simpulkan bahwa kualitas produk sangat penting karena merupakan tolak ukur untuk keberhasilan dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Oleh karena itu setiap perusahaan selalu berupaya untuk dapat terus meningkatkan kualitas produk harus mencerminkan tingkat kemampuan produk untuk memberikan kemanfaatan yang diharapkan oleh pemakai atau pelanggan melalui objek fisik produk tersebut. Kualitas produklah yang membedakan dengan produk pesaing.

b. Dimensi Kualitas Produk

Terdapat beberapa tolak ukur kualitas produk menurut (Kotler & Keller, Marketing Manajemen 14th edition, 2012) yang terdiri dari:

1) Bentuk (*form*)

Bentuk sebuah produk meliputi ukuran, bentuk, atau struktur fisik produk.

2) Fitur (*feature*)

Fitur produk yang melengkapi fungsi dasar suatu produk tersebut.

3) Penyesuaian

Pemasaran dapat mendefinisikan produk dengan menyesuaikan produk tersebut dengan keinginan perorangan.

4) Kualitas kinerja (*performancequality*)

Tingkat dimana karakteristik utama produk beroperasi. Kualitas menjadi dimensi yang semakin penting untuk diferensiasi ketika perusahaan menerapkan sebuah model dan memberikan kualitas yang lebih tinggi dengan uang yang lebih rendah.

5) Kualitas kesesuaian (*comformance Quality*)

Tingkat dimana semua unit yang di produksi identik dan memenuhi spesifikasi yang dijanjikan.

6) Ketahanan (*Durability*)

Merupakan ukuran umur operasi harapan produk dalam kondisi biasa atau penuh tekanan, merupakan atribut berharga untuk produk-produk tertentu.

7) Keandalan

Ukuran kemungkinan produk tidak akan mengalami kerusakan atau kegagalan dalam priode wahtu tertentu.

8) Kemudahan perbaikan

Ukuran kemudahan perbahikan produk ketika produk itu tidak berfungsi atau gagal.

9) Gaya (*Style*)

Menggambarkan penampilan dan rasa produk kepada pembeli.

10) Desain (*Desigen*)

Adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan.

c. Indikator Kualitas Produk

Menurut Garvin yang dikutip oleh (Kotler & Keller, Marketing Manajemen 14th edition, 2012) kualitas produk memiliki indikator-indikator yaitu sebagai berikut:

- 1) Kinerja (*Performance*) merupakan karakteristik operasi dan produk inti (*core product*) yang dibeli. Misalnya kecepatan, kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaan.
- 2) Fitur (*feature*)
Fitur produk yang melengkapi fungsi dasar suatu produk tersebut.
- 3) Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to Spesification*)
Sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Misalnya standar karakteristik operasional.
- 4) Ketahanan (*Durability*)
Berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis.
- 5) Keandalan
Yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai.
- 6) *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan tidak terbatas hanya sebelum penjualan, tetapi juga selama tetapi

juga selama proses penjualan hingga purna jual, yang juga mencakup pelayanan reparaasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan.

7) Estetika (*Esthetica*)

Yaitu daya tarik produk terhadap panca indera. Misal keindahan desain produk, keunikan model produk, dan kombinasi.

8) Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*)

Merupakan persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut atau ciri-ciri produk yang akan di beli, maka pembeli mempersepsikan kualitasnya dari aspek harga, iklan, reputasi perusahaan, maupun negara pebuatnya. Dari beberapa dimensi tersebut. Peneliti ini menarik beberapa faktor yang relevan, fitur (*feature*), kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to Spesification*), Ketahanan (*Realibility*), *Serviceability*, Desain (*Design*), dan Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*).

5. Harga

a. Pengertian Harga

Harga adalah sejumlah uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Menurut (Keller, 2013) harga adalah penetapan balas jasa sesuai dengan nilai produk. Harga merupakan salah satu unsur dari bauran pemasaran. Harga sangat penting untuk menentukan nilai dari sebuah produk nilai produk tergantung pada harganya.

Harga merupakan faktor pertimbangan konsumen dalam membeli suatu produk, karena kebanyakan konsumen membeli sesuai dengan kemampuannya.

Oleh karena itu perusahaan harus mempertimbangkan harga suatu produk sebelum memasarkannya. Seperti yang dilakukan Buchari Alma dalam (Riyono & Budiharja, 2016) Penetapan harga jual berasal dari harga pokok barang tersebut, sedangkan harga pokok barang ditentukan oleh berapa besar biaya yang dikorbankan untuk memproleh atau untuk membuat barang itu.

(Daryanto, 2011) berpendapat bahwa harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau sejumlah nilai yang diperuntukan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk. Sedangkan menurut (Keller, 2013), mengatakan bahwa harga suatu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapat, sementara elemen lain menimbulkan biaya. Berdasarkan uraian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa harga adalah biaya yang dikeluarkan untuk membeli atau menukar uang dengan suatu barang atau jasa yang ingin dimiliki. Dengan harga yang ditetapkan maka dapat menentukan kualitas barang atau jasa.

b. Faktor-Faktor Yang Diperhatikan Dalam Penetapan Harga

Menurut (Daryanto, 2011) ada beberapa faktor yang diperhatikan jika menetapkan harga, yaitu:

- 1) Sasaran pemasaran
 - a) Bertahan hidup. Dalam hal ini perusahaan akan menetapkan harga rendah dengan harapan permintaan naik
 - b) Memaksimalkan laba saat ini. Perusahaan memperkirakan berapa besar permintaan dan biaya pada beberapa harga yang berbeda dan memilih yang menghasilkan laba, arus kas, dan pengembalian investasi maksimal saat ini

- c) Kepemimpinan pasar. Perusahaan yakin bahwa menjadi pemimpin pasar akan menikmati biaya terendah dan laba jangka panjang terbesar.
- d) Kepemimpinan mutu produk. Keputusan ini mengharuskan penetapan harga tinggi untuk menutup biaya mutu dari produk yang dihasilkan.
- e) Strategi bauran pemasaran. Harga merupakan alat bauran pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai sasaran pemasarannya sehingga keputusan harga harus dikordinasi dengan rancangan produk distribusi dan promosi yang membentuk program pemasaran yang konsisten dan efektif.
- f) Biaya. Biaya terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel sehingga manajemen ingin menetapkan harga sekurang-kurangnya menutup biaya produksi total pada tingkat produksi tertentu.
- g) Pertimbangan organisasi. Meliputi pihak-pihak didalam organisasi yang terlibat dalam penetapan harga.
- h) Pasar dan permintaan
 - Penetapan harga dalam tipe pasar yang berbeda
 - Persepsi konsumen mengenai harga dan nilai
 - Menganalisis hubungan harga dan permintaan
- i) Pesaing. Perusahaan harus memprediksi pengaruh biaya dan harga pesaing, serta kemungkinan reaksi pesaing terhadap perubahan harga perusahaan.
- j) Faktor-faktor lingkungan. Faktor ekonomi, pemerintah, dan pertimbangan sosial.

c. Indikator Harga

Menurut (Keller, 2013) indikator harga adalah sebagai berikut:

- 1) Imbalan. Adalah keuntungan yang diperoleh dari perusahaan
- 2) Diskon. Adalah potongan harga atas pembelian
- 3) Bonus. Adalah pemberian keuntungan kepada konsumen atas pembelian.

d. Tujuan Penetapan Harga

Dalam penetapan harga, perusahaan harus mengetahui tujuan penetapan harga. Semakin jelas tujuan semakin mudah menetapkan harga. Ada lima tujuan penetapan harga menurut (Lupiyoadi, 2013) yaitu:

1) Bertahan

Merupakan usaha untuk tidak melaksanakan tindakan-tindakan yang meningkatkan laba ketika perusahaan sedang dalam kondisi pasar yang tidak menguntungkan. Usaha tersebut cenderung dilakukan untuk bertahan, demi kelangsungan hidup perusahaan.

2) Memaksimalkan laba

Penentuan harga bertujuan untuk memaksimalkan laba dalam periode tertentu.

3) Memaksimalkan penjualan

Penentuan harga bertujuan untuk membangun pangsa pasar dengan melakukan penjualan pada harga awal yang merugikan.

4) Prestise

Tujuan penentuan harga disini adalah untuk mempromosikan jasa perusahaan tersebut sebagai jasa yang eksklusif.

5) Roi (*Return on investment*)

Tujuan penentuan harga didasarkan atas pencapaian tingkat pembelian investasi.

6. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas memiliki arti yang berbeda-beda tergantung penetapan kosakata yang digunakan atau tergantung istilah apa yang digunakan. Menurut (Tjiptono, 2014) kualitas dapat diartikan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan jasa sumber daya manusia proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas pelayanan ini dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan tamu atau konsumen. Pada dasarnya setiap manusia membutuhkan yang namanya pelayanan, bahkan bisa dikatakan bahwa pelayanan tidak bisa dipisahkan dengan kehidupan manusia

Menurut (Wijaya, 2011) kualitas layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan. Pernyataan ini sesuai dengan pengertian kualitas pelayanan, menurut Parasuarman dalam (Tjiptono, 2012) kualitas pelayanan merupakan penentuan kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dengan kata lain, faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah layanan yang diharapkan oleh para pelanggan (*expected service*) dan persepsi terhadap layanan (*perceived service*). Kebutuhan dan keinginan menurut parasuarman dalam (Lupiyoadi, 2013) mengatakan bahwa

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

Kepuasan pelanggan dapat dinyatakan sebagai suatu rasio atau perbandingan dengan merumuskan persamaan kepuasan pelanggan sebagai berikut: $Z=X/Y$, dimana Z adalah kepuasan pelanggan, X adalah mutu yang dirasakan oleh pelanggan dan Y adalah kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan. Jika pelanggan merasakan bahwa kualitas pelayanan jasa melebihi kebutuhan, keinginan dan harapan, maka kepuasan pelanggan akan menjadi tinggi atau paling sedikit bernilai lebih besar dari satu ($Z > 1$). Sedangkan pada sisi lain, apabila pelanggan merasakan bahwa mutu dari jasa lebih rendah atau lebih kecil dari kebutuhan, keinginan dan harapannya, maka kepuasan pelanggan menjadi sangat tergantung pada persepsi dan ekspektasi pelanggan.

Dan uraian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktifitas yang dilakukan perusahaan guna memenuhi harapan konsumen dan para pelanggan. Pelayanan dalam hal ini di artikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa atau badan usaha yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan, dan keramah tamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen dan para pelanggan.

Kualitas pelayanan yang baik dapat kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan tentang pelayanan yang nyata-nyata mereka terima apakah telah sesuai dengan yang mereka harapkan.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Mempertahankan kualitas pelayanan bukanlah hal yang mudah karena butuh usaha yang besar. Banyak faktor yang perlu dipertimbangkan secara cermat, karena upaya penyempurnaan kualitas pelayanan berdampak signifikan terhadap budaya organisasi secara keseluruhan. Menurut (Tjiptono, 2012) faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diharapkan pelanggan dan persepsi/pendapat terhadap layanan. Apabila persepsi sesuai atau melebihi persepsi dengan apa yang diharapkan pelanggan, maka akan berdampak baik juga untuk perusahaan tersebut dan bernilai positif. Sebaliknya apabila persepsi tidak sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan atau jauh lebih buruk maka kualitas pelayanan tersebut buruk.

c. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut parasuarman dalam (Tjiptono, 2012) dimensi kualitas pelayanan adalah:

1) Reabilitas (*Reability*)

Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang di janjikan secara akurat sejak pertama kali.

2) Daya taggap (*Asponsiveness*)

Berkeaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.

3) Jaminan (*Assurance*)

Berkaitan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka salam menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan pelanggan.

4) Empati (*Empaty*)

Berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggan dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

5) Bukti fisik (*Tangibles*)

Berkenaan dengan penampilan fisik failitas pelayanan, peralatan/perengkapan, sumber daya manusia dan materi komunikasi perusahaan.

Anmodel *perceptual* mengenai kualitas pelayanan dapat menjelaskan proses terjadinya kesenjangan atau ketidaksesuaian antara keinginan dan tingkat kepentingan berbagai pihak yang terlibat dalam penyerahan jasa.

B. Penelitian Sebelumnya

Tabel 2.1 Daftar Penelitian Sebelumnya

No	Penelitian	Judul	Variabel X	Variabel Y	Model Analisis	Hasil Peneliian
1	Charistian Lasander (2013)	Citra merek, kualitas produk, dan promosi pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen pada makanan tradisional	Citra merek (X1) Kualitas produk (X2) Promosi (X3)	Kepuasan konsumen (Y)	Analisis regresi linier berganda	Variabel yang berpengaruh: a.Citra merek (0,133) b.Kualitas produk (0,349) c.Promosi (0.178) berpengaruh simultan terhadap kepuasan konsumen
2	Dita Amanah (2010)	Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada majestyk bakery & cake shop cabang H.M Yamin Medan	Harga (X1) Kuaitas Produk (X2)	Kepuasan konsumen (Y)	Analisa jalur	Variabel yang berpengaruh: a.Harga (0,374) b.Kualitas produk

						(0,433) berpengaruh simultan terhadap kepuasan konsumen
3	Anindita Kuriasari (2015)	Analisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas makanan, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan di restoran relana solo	Kualitas pelayanan (X1) Kualitas makanan (X2) Harga (X3) Promosi (X4)	Kepuasan pelanggan	Analisis regresi linier berganda	Variabel yang berpengaruh: a. Kualitas pelayanan (0,099) b. Kualitas makanan (0,281) c. Harga (0,306) d. Promosi (0,282) Berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan.
4	Nur Rahmawati (2017)	Pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasasn konsumen di kedai bangsawan klaten	Kualitas produk (X1) Pelayanan (X2)	Kepuasan konsumen (Y)	Analisis deskriptif dan analisis regresi linier	Variabel yang berpengaruh: a. Kualitas produk (0,001) b. Pelayanan (0,017) berpengaruh simultan terhadap kepuasan konsumen
5	Tias Windarti, Marianty Ibrahim (2017)	Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan produk donat madu	Kualitas produk (X1) Kualitas pelayanan (X2)	Kepuasan konsumen (Y)	Analisis linier berganda	Variabel yang berpengaruh: a. Kualitas produk b. Kualitas layanan (0,234) berpengaruh simultan terhadap kepuasan konsumen

Sumber: Penulis (2020)

C. Kerangka Konseptual

Kerangka berfikir merupakan dasar teori yang melalui sintesa teori berdasarkan fakta, observasi serta telah kepustakaan oleh karena itu akan memuat hubungan atau pengaruh dan kompratif antara variabel yang terlibat dalam penelitian yang sedang dilakukan berdasarkan teori pendukung, dalil atau konsep dasar penelitian. Kerangka berfikir digunakan sebagai gambaran menyeluruh dan sistematis setelah memahami materi yang mendukung masalah penelitian.

a. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas produk sering di anggap sebagai ukuran relatif atau kebaikan sebuah produk, jika citra rasa sesuai dengan yang di tawarkan perusahaan dan tidak mengurangi kualitas barang sebelumnya maka pelanggan akan senang dan berfikiran positif tentang produk tersebut sehingga bisa melakukan pembelian terus menerus dan dalam jangka panjang. Seperti pendapat (Kotler, 2012) bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan, kehandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya. Peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Charistina Lasander (2013) yang berjudul “citra merek, kualitas produk,dan promosi pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen pada makanan tradisional” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa semua variabel independen yang di uji berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen melalui uji F dan uji t. Sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas produk berpengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan karena jika kualitas produk bisa terus dipertahankan maka kepuasan pelanggan juga bisa terus dipertahankan.

b. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Harga juga sangat penting karena ini sangat mempengaruhi konsumen dalam membeli suatu produk. Dengan harga kualitas produk juga bisa diketahui. Seperti yang dikemukakan (Daryanto, 2011) bahwa harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau sejumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk. peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Anindita Kuriasari (2015) yang berjudul “Analisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas makanan, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan di restoran rana solo” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa semua variabel independen yang di uji berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui uji F dan uji t. Penerapan harga merupakan keputusan terpenting dalam pemasaran. Para konsumen sangat sensitif dengan perubahan harga dan sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan karena harga harus sesuai dengan nilai suatu barang. Sehingga jika terpenuhinya keinginan pelanggan maka berapapun harga yang ditawarkan maka konsumen tetap mengeluarkan biaya untuk memiliki produk yang kita jual.

c. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

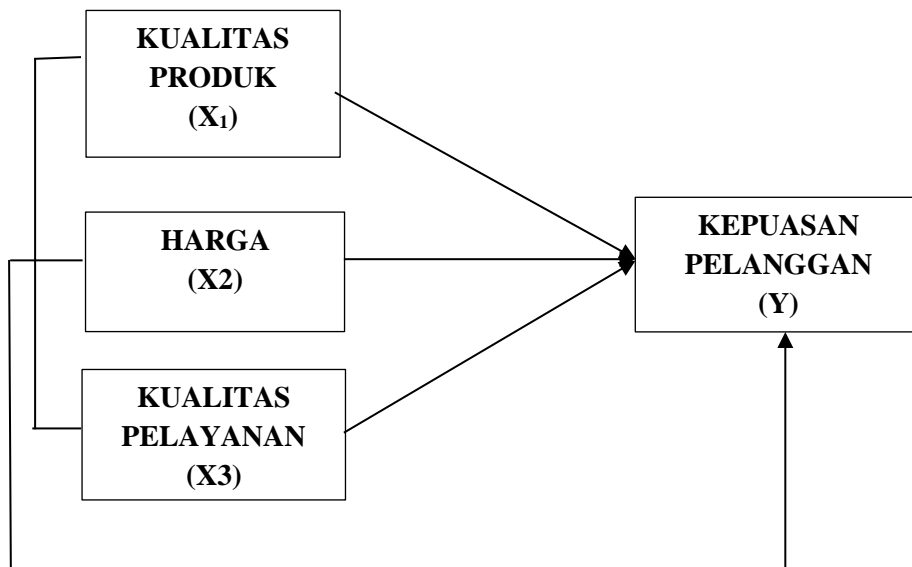
Adanya pelayanan yang berkualitas yang diberikan akan menjadi nilai tambah yang berkesinambungan bagi suatu perusahaan, pelayanan harus terus menerus dilakukan dan meningkatkan kualitas pelayanan karena ini bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan. Seperti peneliti terdahulu Nur Rahmawati (2017) yang berjudul “Pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen di kedai bangsawan klaten” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel independen yang diuji berpengaruh secara positif dan signifikan

terhadap kepuasan pelanggan melalui uji F dan uji t. Dengan pelayanan yang baik maka akan menciptakan persepsi yang bagus dimata pelanggan dan menjadi pembeda dengan pesaing lain.

d. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan uraian di atas ketiga hal tersebut sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas produk yang bagus, pelayanan yang baik dan penentuan harga yang sesuai dengan kualitas produk maka akan berpengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan dan akhirnya bisa mendongkrak penjualan dan meningkatkan laba. Harga berhubungan dengan profitabilitas produk, tingkat harga kompetitif, dan syarat pembelian. Konsumen akan loyal jika perusahaan menetapkan harga produk yang sebanding dengan nilai manfaat yang diberikan kepada pelanggan. Harga sebagai faktor penting dari kepuasan pelanggan, karena setiap pelanggan mengevaluasi nilai layanna yang diperoleh, mereka menentukannya berdasarkan harga. Menurut Nurhayati (2015), “semakin sesuai harga suatu produk maupun jasa dengan kualitas suatu produk atau jasa maka kepuasan yang dirasakan pelanggan akan semakin loyal”.

Secara sistematis, kerangka konseptual dalam penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konsep

Sumber: Diolah (2020)

D. Hipotesis

Hipotesis menurut (Manullang & Pakpahan, 2014) adalah “ dugaan atau jawaban sementara dari jawaban yang ada pada perumusan masalah penelitian. Dikatakan jawaban sementara dikarenakan jawaban yang ada adalah jawaban yang berasal dari teori maka hipotesis dari penelitian ini adalah:

- 1) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada toko syariah buah di pajak pagi tanjung rejo, setia budi
- 2) Harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada toko syariah buah di pajak pagi tanjung rejo, setia budi
- 3) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di pajak pagi tanjung rejo, setia budi

- 4) Kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada toko syariah buah dipajak pagi tanjung rejo, setia budi.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif secara kausal. Menurut (Manullang & Pakpahan, 2014) penelitian kausal (hubungan sebab akibat) adalah penelitian yang ingin melihat apakah suatu variabel yang berperan sebagai variabel bebas berpengaruh terhadap variabel lain yang menjadi variabel terikat.

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di toko Syariah Buah di Jl. Mawar Pajak Pagi Tanjung Rejo, Setia Budi Kecamatan Medan Sunggal, Kota Medan Sumatera Utara. Kode Pos 20154.

2. Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan mulai dari bulan Mei 2019 sampai bulan Juli 2020, dengan format berikut:

Tabel 3.1 Skedul Proses Penelitian

No	Kegiatan	Mei 2019	Jun – Des 2019	Jan 2020	Feb- Mar 2020	Mei 2020	Jun-jul 2020	Oktober 2020
1	Pengajuan Judul							
2	Penyusunan proposal							
3	Seminar proposal							
4	Perbaikan/acc proposal							
5	Pengolahan data							
6	Penyusunan skripsi							
7	Sidang meja hijau							

Sumber: penulis (2020)

C. Definisi Operasioanal Variabel

a. Variabel Penelitian

Variabel penelitian mencangkup variabel apa yang akan di teliti. Penelitian ini menggunakan 3 (tiga) variabel bebas yaitu: kualitas produk (X_1), harga (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3). 1 (satu) variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y).

b. Definisi Operasional

Definisi operasioanal merupakan petunjuk bagaimana suatu variabel diukur secara operasional di lapangan.

Tabel 3.2 Operasional Variabel

Variabel	Definisi operasioanal	Indikator	Skala
Kualitas produk	Kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya. (kotler philip & keller, 2012)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja (<i>performance</i>) 2. Ketahanan 3. Estetika 4. Kualitas yang dipersepsikan (kotler philip & keller, 2012) 	Skala <i>likert</i>
Harga	Penetapan balas jasa sesuai dengan nilai produk. (kotler 2013)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diskon 2. Bonus (kotler, 2013) 	Skala <i>likert</i>
Kualitas pelayanan	Penentuan kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. (Tjiptono, 2012)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Daya tanggap 2. Empati 3. Bukti fisik (Tjiptono, 2012) 	Skala <i>likert</i>
Kepuasan pelanggan	Perasaan yang senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang difikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. (Priansa, 2017)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Survey</i> kepuasan konsumen 2. Analisis konsumen yang beralih (priansa, 2017) 	Skala <i>likert</i>

Sumber: Penulis (2020)

D. Populasi dan Sampel /Jenis dan Sumber Data

1) Populasi

Menut (Kotler Philip & Keller, 2012) “populasi adalah kelompok dari elemen penelitian, dimana elemen adalah unit terkecil yang merupakan sumber dari data yang diperlukan.” Dari pengertian populasi di atas dapat di tarik kesimpulan bahwa populasi merupakan jumlah keseluruhan dari sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pelanggan yang datang lebih dari 2 kali dalam 1 minggu ke toko Syariah Buah di pajak pagi Tanjung Rejo, Setia Budi. Dengan rata-rata perhari 30 orang x 7 hari = 210 orang.

2) Sampel

Menurut (Manullang & Pakpahan, 2014) sampel adalah bagian dari populasi yang di harapkan dapat mewakili populasi penelitian. Pengambilan sampel dengan *purposive sampling* yaitu dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. Pelanggan yang datang lebih dari dua kali dalam satu minggu, dan sesuai untuk diteliti, maka dijadikan sebagai sampel. Sampel dengan penelitian ini dengan *nonprobability* melalui *purposive sampling* yaitu pelanggan yang datang lebih dari dua kali dalam seminggu. Sampel penelitian ini dihitung dengan rumus Slovin, sebagai berikut:

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

$$n = \frac{210}{1+210(0,05)^2}$$

$$n = \frac{210}{1,525}$$

$n = 137,7$ atau 137 responden

Keterangan:

n: Ukuran/besarnya sampel

N: Ukuran/besarnya populasi

E: Persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat di tolerir

E. Jenis dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik yaitu individu atau perseorangan yang berhubungan langsung dengan masalah yang di teliti. Seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuisisioner. Sumber data primer ini berasal dari laporan pelanggan yang terkait dengan penelitian berupa angket yang diberikan kepada responden, wawancara dengan pelanggan, dan pegawai toko Syariah Buah.

b. Data Sekunder

Data sekunder ialah data yang didapat atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada. Dalam penelitian ini data didapatkan dari buku teori, jurnal, dan karya ilmiah yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan oleh peneliti. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti berupa:

- a) Wawancara, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan bertemu dan berhadapan langsung dengan yang di wawancarai dan juga dapat memberikan daftar pertanyaan dahulu untuk di jawab pada kesempatan lain
- b) Kuisioner/ angket, merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebabkan daftar pernyataan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.
- c) Observasi, teknik ini menuntut adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek peneliti.

G. Teknik Analisi Data

1. Uji Kualitas Data

Data penelitian yang terkumpul akan di analisis melalui pendekatan kuantitatif dengan menggunakan teknik sebagai berikut:

- a. Uji validitas (ke-absahan)

“Uji ini menunjukkan seberapa jauh instrumen dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur (Sugiyono, 2015). Dengan perkataan instrumen tersebut mengukur sesuai apa yang diharapkan. Apabila uji validitas setiap pertanyaan lebih besar (r) 0,30, maka butir pernyataan dianggap valid.

b. Uji reliabilitas (ke-handalan)

Menurut (Sugiyono, 2015) “ suatu data penelitian selain valid juga harus reliabel karena akurasi memerlukan konsistensi. Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu instrumen dapat dipercaya atau dapat di andalkan. Suatu instrumen dikatakan realibel apabila instrumen tersebut bila digunakan dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif dan konsisten. Dalam penelitian ini reliabilitas digunakan dengan metode *cronbach's alpa* lebih besar (α) 0,60”.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk kelayakan asumsi klasik dalam penelitian ini. Dikatakan layak, apabila asumsi normalitas, multikolinieritas, heterokedastisitas dan autokorelasi memenuhi ketentuan sebagai berikut:

a. Uji normalitas

“Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak (Juliandi, 2014) ”. Model regresi yang baik adalah “ distribusi data normal atau mendekati normal. Kriteria pengambilan keputusannya adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji multikolinieritas

“multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antar variabel independen (Juliandi, 2014) Uji multikolinieritas diperlukan untuk memenuhi ada atau tidaknya

hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Prasyarat yang harus dipenuhi dalam model regresi tidak adanya multikolinearitas. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dapat dilihat dari besarnya nilai *Tolerance* dan VIF (*variance Inflation Factor*) melalui SPSS dengan ketentuan:

- 1) Bila $VIF > 10$ DAN $Tolerance < 0,1$ maka terdapat masalah multikolinearitas.
- 2) Bila $VIF < 10$ dan $Tolerance > 0.1$ maka tidak terdapat masalah multikolinearitas.

3. Uji heteroskedastisitas

‘heterokedastiditas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastiditas dan jika varians berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas (Juliandi, 2014). Deteksi adanya heterokedastisitas dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik. Kriteria pengambilan keputusan adalah:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (point-point yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur bergelombang, melebar, kemudian menyempit, maka telah terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

4. Uji Kesesuaian (Test Goodness Of Fit)

a. Regresi Linier Berganda (*Multiple Liniear Regression*)

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, harga, kualitas pelayaanna terhadap kepuasan pelanggan yang dapat dihitung denagn bantuan perangkat lunak *Statistical Product* dan *Service Solution* (SPSS) dengan persamaan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \hat{\epsilon}$$

Keterangan:

Y= Kepuasan Pelanggan (*Dependent Variabel*)

X₁= Kualitas Produk (*Independent Variabel*)

X₂= Harga (*Independent Variabel*)

X₃= Kualitas Pelayanan (*Independent Variabel*)

a= Konstanta

b= Koefesien Prediktor

$\hat{\epsilon}$ = Error Term (Tingkat Kesalahan Yang Dapat Di Toleransi)

b. Pengujian Hipotesis

1) Uji parsial (Uji t)

Uji parsial dilakukan untuk menguji setiap variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y) secara parsial, dimana uji t digunakan untuk menguji sendiri-sendiri secara signifikan hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dengan nilai alpha = 0,05 % kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

$H_0: \beta_1: \beta_2: \beta_3 = 0$, artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari kualitas produk (X_1), variabel harga (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

$H_1: \beta_1: \beta_2: \beta_3 \neq 0$, artinya, secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari kualitas produk (X_1), variabel harga (X_2), dan variabel kualitas pelayanan (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Menurut (Manullang 2014) kriteria pengambilan keputusan (KPK):

Terima H_0 (tolak H_1), apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $Sig F > 5\%$

Tolak H_0 (terima H_1), apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $Sig F < 5\%$

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinan menunjukkan besarnya kontribusi variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Jika determinasi (R^2) semakin besar atau mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas semakin besar pengaruhnya terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika determinan (R^2) semakin kecil (mendekati nol) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat semakin kecil.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Sejarah singkat Berdirinya Toko Syariah Buah di Pajak Pagi Tanjung Rejo, Setia Budi

Toko syariah buah adalah toko buah yang menjual banyak jenis buah yang biasa di cari konsumen dari harga murah hingga harga mahal. Toko ini berdiri sejak bulan April 2014. Yang bertempat di Jl. Mawar kelurahan Tanjung Rejo Kecamatan Medan Sunggal. Pemilik toko ini bernama Rukijah yang berasal dari Desa Gurukinayan Kecamatan Tambak Lau Mulgap I, Kabupaten Karo, Sumatera Utara. Ibu Rukijah memutuskan untuk merantau ke Medan sejak bencana erupsi Gunung Sinabung yang membuatnya kehilangan mata pencaharian bertani dan harus mengungsi. Karena kondisi Gunung Sinabung yang tidak kunjung membaik, sehingga ia memilih untuk merantau ke Medan. Di medan ia mendapatkan tempat yang bagus untuk berdagang, wilayahnya strategis dan bisa di sewa untuk jangka waktu panjang. Dengan kondisi itu maka ia memutuskan untuk menyewa toko dan memulai usaha berjualan buah dan di beri nama Toko Syariah Buah.

TSB memiliki tempat yang sangat strategis letaknya yang dekat dengan pasar membuatnya selalu rame. Toko ini haya tutup di hari besar saja seperti hari raya idul fitri dan hari raya idul adha. Ibu rukijah merupakan wanita yang pantang menyerah dan gigih. Setiap hari selalu ada buah yang masuk, hal ini dimaksut

agar TSB selalu memiliki stok buah yang cukup sehingga buah selalu segar dan baru.

2. Visi dan Misi

Setiap organisasi maupun perusahaan pastinya memiliki tujuan yang akan di capai, baik untuk jangka panjang ataupun untuk jangka waktu pendek. Visi dan misi merupakan sebuah tolak ukur untuk mencapai tujuan dan kesuksesan perusahaan. Begitu juga dengan toko syariah buah, adapun visi dan misinya adalah sebagai berikut:

Visi:

“Menyediakan buah dengan harga terjangkau dengan kualitas yang terjaga”

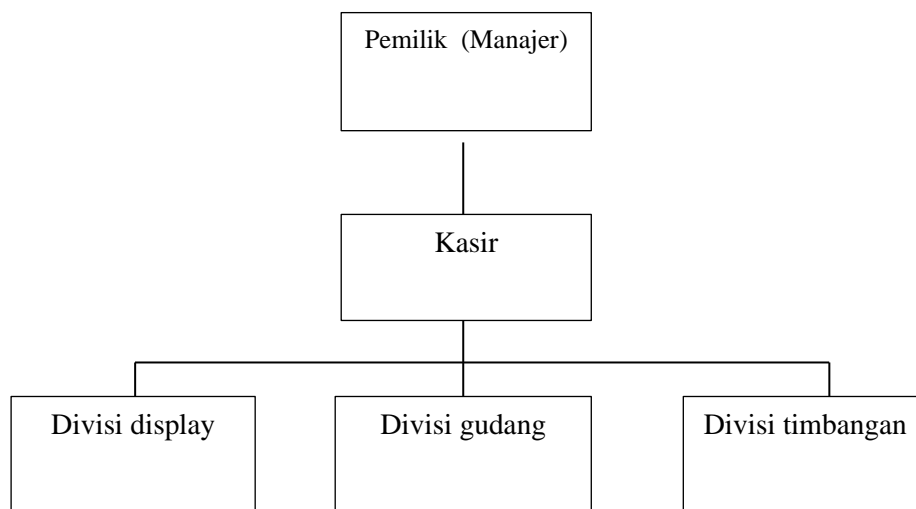
Misi:

1. Menyediakan buah yang berkualitas
2. Harga yang terjangkau
3. Memberikan pelayanan terbaik

3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi Toko Syariah Buah dibuat agar susunan kerja, wewenang dan tanggung jawab setiap bagian jelas. Pembagian kerja tersebut mempermudah karyawan dalam melakukan kegiatan atau pekerjaan mereka. Meskipun dalam pelaksanaannya di lapangan hal ini tidak dilaksanakan atau diterpkan secara kaku, namun semuanya menjadi lebih jelas mengenai siapa atau divisi mana yang sesungguhnya.

Berikut struktur organisasi pada Toko Syariah Buah:



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Toko Syariah Buah
Sumber: Toko Syariah buah di pajak pagi tanjung rejo, setia budi

4. Uraian Tugas/ *Job Description*

Tugas dan wewenang dalam struktur organisasi toko syariah buah di pajak tanjung rejo, setia budi medan

a. Pemilik (Manajer)

Yang di maksud di dalam struktur organisasi pada TSB di pajak pagi tanjung rejo, setia budi medan adalah ibu Rukijah yang bertugas mengawasi seluruh kegiatan operasional, melakukan pemeriksaan jumlah persediaan yang tersisa dan melakukan pemesanan, membagi gaji para karyawan, dan hal-hal lainnya yang bersifat krusial namun insidental terkait kegiatan operasional harian.

b. Kasir

Kasir yang dimiliki TSB berjumlah 1 orang, yang bertugas melayani transaksi penjualan dengan konsumen, mencatat yang dilakukan oleh konsumen, serta menghitung dan melaporkan jumlah transaksi yang terjadi

selama satu hari penuh. Kasir juga bertugas membantu proses jika toko dalam keadaan sepi atau tidak ada konsumen yang hadir.

c. Divisi Display

Divisi display harus bertanggung jawab dalam hal pengaturan *layout* area penjualan buah, penataan dan penambahan *stock* buah pada *display*, dan sortasi yang dilakukan secara rutin.

d. Divisi gudang

Divisi gudang bertanggung jawab dalam hal pengawasan, pemeriksaan, dan penentuan jenis dan tingkat persediaan buah yang dimiliki serta penerima barang *supplier*.

e. Divisi timbangan

Divisi timbangan bertanggung jawab untuk melakukan penimbangan buah yang dibeli dari penggalas yang menjual buah mentah kepada TSB . serta melakukan pencatatan manual mengenai jumlah pasokan buah yang diterima untuk nantinya di sampaikan kepada manajer.

5. Deskripsi karakteristik responden

Penelitian ini menggunakan data primer dari 137 orang pelanggan Toko Syariah Buah sebagai responden. Setiap responden diberikan sebuah kuisisioner yang berisi 26 buah pertanyaan inti dan 8 buah pertanyaan mengenai identitas responden. Pertanyaan mengenai karakteristik identitas dari responden meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, lama berlangganan, buah yang sering dibeli dan buah yang sering rusak.

Karakteristik identitas dari responden dapat dilihat pada pembahasan berikut:

a. Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik jenis kelamin responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1 Menurut Jenis Kelamin
Pekerjaan * Jenis Kelamin Crosstabulation

Count

		jenis kelamin		Total
		laki-laki	perempuan	
Pekerjaan	Wiraswasta	4	12	16
	karyawan swasta	12	10	22
	IRT	12	13	25
	mahasiswa	8	4	12
	PNS	43	19	62
Total		79	58	137

Sumber: Hasil pengolahan SPSS Ver,23.(2020)

Tabel diatas menunjukkan bahwa dari 137 responden yang dipilih, terdapat 79 orang responden laki-laki dan 58 orang responden wanita. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan pada toko syariah buah lebih banyak yang berjenis kelamin laki-laki dibandingkan perempuan. Baik itu dari responden yang produk untuk di olah kembali atau ntuk konsumsi sendiri.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

**Tabel 4.2 Menurut Tingkat Pekerjaan
Pekerjaan * Jenis Kelamin Crosstabulation**

Count

		jenis kelamin		Total
		laki-laki	perempuan	
Pekerjaan	Wiraswasta	4	12	16
	karyawan swasta	12	10	22
	IRT	12	13	25
	Mahasiswa	8	4	12
	PNS	43	19	62
Total		79	58	137

Sumber: hasil pengolahan SPSS Ver. 23. (2020)

Dari tabel 4.2 Di atas dapat dilihat bahwa dari 137 orang responden pelanggan toko syariah buah, gabungan laki-laki dengan perempuan terdapat 62 orang responden yang berprofesi sebagai PNS, sedangkan yang paling sedikit berprofesi sebagai mahasiswa yaitu sebanyak 12 orang responden. Sehingga responden yang berprofesi sebagai PNS menjadi mayoritas dan lebih banyak melakukan pembelian Di Toko Syariah Buah Pajak Pagi Tanjung Rejo, Setia Budi.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

**Tabel 4.3 Menurut Tingkat Pendapatan
Pendapatan Pelanggan * Pengeluaran Belanja Perbulan Crosstabulation
Count**

		pengeluaran belanja perbulan				Total
		Rp.100-1 jt	Rp.1-3 jt	Rp.3-4 jt	>Rp.4 jt	
pendapatan pelanggan	Rp.1-2 jt	18	5	2	0	25
	Rp.2-4 jt	29	17	2	1	49
	Rp.4-6 jt	24	16	1	3	44
	Rp.6-8 jt	5	3	2	2	12
	>8 jt	2	2	2	1	7
Total		78	43	9	7	137

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Ver, 23. (2020)

Dari tabel 4.3 di atas dilihat bahwa yang menjadi mayoritas pelanggan di Toko Syariah Buah memiliki tingkat pendapatan yang berbeda-beda rentang angka dari Rp 1.000.000 s/d > 8.000.000. Responden yang pendapatan Rp 2.000.000 – 4.000.000 berjumlah 49 orang, yang berpendapatan diatas Rp 8.000.000 hanya berjumlah 7 orang, dari tabel di atas dapat juga diketahui bahwa responden yang berpendapatan Rp 2.000.000 – 4.000.000 perbulannya, lebih sering melakukan pembelian buah berkisar Rp 100.000 s/d 1.000.000 perbulannya di Toko Syariah Buah di Pajak Pagi Tanjung Rejo, Setia Budi.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berlangganan

**Tabel 4.4 Lama Berlangganan
Pendapatan Pelanggan * Lama Berlangganan Crosstabulation**

Count

	lama berlangganan			Total
	2-4 tahun	4-6 tahun	6-8 tahun	
pendapatan pelanggan Rp.1-2 jt	20	1	4	25
Rp.2-4 jt	26	19	4	49
Rp.4-6 jt	26	14	4	44
Rp.6-8 jt	10	2	0	12
>8 jt	1	4	2	7
Total	83	40	14	137

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Ver,23. (2020)

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dapat dilihat bahwa yang menjadi mayoritas pelanggan do Toko Syariah Buah Di Pajak Pagi Tanjung Rejo, Setia Budi yang menjadi responden, ada yang telah berlangganan selama 6-8 tahun sebanyak 14 responden, dengsn pengeluaran yang berbeda-beda pula setiap bulannya. Terdapat 83 respondent yang telah berlangganan selama 1-2 tahun. Alasannya karena tidak semua pelanggan memulai berlangganan dengan waktu yang bersamaan engan toko yang sama, karena di Pajak Pagi Tanjung Rejo terdapat juga toko buah lain.

e. **Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Belanja Perbulan**

**Tabel 4.5 Tingkat Pengeluaran Belanja Perbulan
Pekerjaan * Pengeluaran Belanja Perbulan Crosstabulation**

Count

	pengeluaran belanja perbulan				Total
	Rp.100-1 jt	Rp.1-3 jt	Rp.3-4 jt	>Rp.4 jt	
Pekerjaan Wiraswasta	9	6	0	1	16
karyawan swasta	13	9	0	0	22
IRT	13	7	3	2	25
Mahasiswa	8	3	1	0	12
PNS	35	18	5	4	62
Total	78	43	9	7	137

Sumber: Pengolahan SPSS Ver, 23. (2020)

Tari tabel di atas dilihat bahwa yang menjadi mayoritas pelanggan di Toko Syariah Buah Pajak Pagi Tanjung Rejo, Setia Budi rata-rata responden melakukan pengeluaran belanja perbulannya rentang angka Rp 100.000 s/d 4. 000.000 perbulannya, tetapi yang paling banyak pengeluaran responden untuk berbeanja buah perbulannya adalah sebesar Rp 100.000 s/d 1.000.000 dengan total 78 responden. alasannya karena tidak semua responden memiliki kebutuhan yang sama dan pengeluaran yang sama.

**f. Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Produk/Jika
Untuk Di Jual Kembali**

**Tabel 4.6 Berdasarkan Penggunaan Produk/Jika Untuk Dijual Kembali
Penggunaan Peoduk/Jika Untuk di Jual Kembali * Jenis Kelamin
Crosstabulation**

Count

		jenis kelamin		Total
		laki-laki	perempuan	
Penggunaan Peoduk/Jika Untuk Di Jual Kembali	Cafe	9	9	18
	Ecer	4	3	7
	Konsumsi Pribadi	41	27	68
	Resto	7	7	14
	Warung/Kd	18	12	30
Total		79	58	137

Sumber: Pengolahan SPSS Ver, 23. (2020)

Dari tabel 4.6 dapat dilihat bahwa mayoritas pelanggan di Toko Syariah Buah Pajak Pagi Tanjung Rejo Setia Budi, ada 68 responden yang membeli buah untuk di konsumsi pribadi, 7 responden membeli buah untuk di ecer lagi sisanya ada yang untuk cafe, resto, warung/kd total ada 137 responden. Alasannya pelanggan pada Toko Syariah Buah lebih cepat menghabiskan buah untuk di konsumsi pribadi di bandingkan di olah kembali

g. Karakteristik Responden Berdasarkan Buah yang Paling Sering dibeli

**Tabel 4.7 Berdasarkan Buah Yang Paling Sering dibeli
Buah Yang Paling Sering Dibeli * Jenis Kelamin Crosstabulation**

Count

	Jenis Kelamin		Total
	Laki-Laki	Perempuan	
Buah \Yang Paling Sering Dibeli			
Alpukat	53	35	88
Barangan	19	11	30
Jeruk Madu	4	7	11
Jeruk Peras	1	1	2
Kuini	1	2	3
Nenas	0	1	1
Semangka	1	1	2
Total	79	58	137

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Ver, 23. (2020)

Ddari tabel 4.7 di atas dapat dilihat bahwa mayoritas pelanggan toko Syariah Buah Di Pajak Pagi Tanjung Rejo Setia budi lebih sering melakukan pembelian berulang pada buah alpukat. Terdapat 88 responden yang melakukan pembelian terhadap buah alpukat dan hanya terdapat 1 responden yang paling sering melakukan pembelian berulang terhadap nenas. Setelah buah alpukat ada buah pisang barangan yang sering di beli oleh responden dan biasanya wanita yang sering melakukan pembelian terhadap buah tersebut. Alasannya karena

setiap pelanggan memiliki selera yang berbeda-beda dan kebutuhan buah yang berbeda-beda pula.

h. Karakteristik Responden Berdasarkan Buah yang Sering Mengalami Kerusakan

**Tabel 4.8 Buah yang Sering Mengalami Kerusakan
Buah yang Sering Mengalami Kerusakan * Lama Berlangganan
Crosstabulation**

Count

		Lama Berlangganan			Total
		2-4 Tahun	4-6 Tahun	6-8 Tahun	
Buah Yang Sering Mengalami Kerusakan	Alpukat	31	28	8	67
	Barangan	19	8	2	29
	Jeruk Madu	6	1	1	8
	Jeruk Peras	3	0	0	3
	Kuini	16	1	1	18
	Naga	1	2	0	3
	Nenas	0	0	1	1
	Semangka	1	0	1	2
	Sirsak	3	0	0	3
	Terong Belanda	3	0	0	3
Total	83	40	14	137	

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Ver, 23. (2020)

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa mayoritas pelanggan Toko Syariah Buah Di Pajak Pagi Tanjung Rejo Setia Budi, sering mendapati buah yang rusak.

Alpukat menjadi jenis buah yang paling sering rusak dengan pernyataan responden sebanyak 67 responden, lalu barangan menjadi buah yang ke-2 dalam posisi buah yang sering rusak, pernyataan dari responden sebanyak 16 orang dari 137 responden. Alasannya dikarenakan buah yang dibeli tidak memiliki ketahanan buah yang baik, sehingga tidak bisa tahan lama dalam waktu panjang.

i. Karakteristik data untuk kualitas produk (X1)

Tabel 4.9 Pernyataan Responden atas Variabel Kualitas Produk (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	CS	S	SS	Total
1	Saya memperoleh kemudahan dalam mendapatkan buah di TSB	1	29	54	44	9	-	137
2	Saya Dilayani Dengan Cepat di TSB	1	29	54	44	9	-	137
3	Buah yang dibeli memiliki ketahanann buah yang baik	14	52	33	32	6	-	137
4	Membeli buah yang mengkal atau mentah akan masak sesuai perkiraan karyawan	2	49	49	27	10	-	137
5	Susunan buah di TSB membuat saya mudah dalam memilih buah yang ingin saya beli	6	58	34	30	7	2	137
6	Tata letak di TSB enak dipandang	6	59	33	35	4	-	137
7	Karyawan dapat membantu memperkirakan daya tahan buah	1	33	43	48	12	-	137
8	Karyawan TSB mau membantu memilih buah yang benar-benar bagus dan sesuai dengan yang saya inginkan	-	18	42	60	16	1	137
Total		31	327	342	320	73	3	1096
Rata-rata		3,9	40,8	42,8	40	9,1	0,4	137
Rata positif/negatif		29,2			16,5			

Diolah: Penulis (2020)

Dari tabel 4.9 diatas merupakan jawaban responden atas variabel Kualitas Produk (X1) menunjukkan rata-rata jawaban positif sebesar 16,5 responden dan dominan dijawab setuju dengan rata-rata 29,1 hasil dari jawaban responden ini menunjukkan bahwa kualitas produk merupakan hal yang harus sangat diperhatikan agar pelanggan di Toko Syariah Buah terus melakukan pembelian untuk waktu yang lama dan pelanggan merasa senang karena kualitas produk sesuai dengan hasil yang mereka terima

j. Karakteristik data untuk harga (X2)

Tabel 4.10 Pernyataan Responden atas Variabel Harga (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	CS	S	SS	Total
1	Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas buah	2	41	53	37	4	-	137
2	TSB memberikan potongan harga jika berbelanja banyak/borong	7	36	28	48	18	-	137
3	TSB memberikan bonus THR setiap tahunnya kepada pelanggan	8	51	24	43	10		137
4	Saya sangat senang karena bila berbelanja banyak TSB akan memberikan bonus	9	61	23	37	7	-	137
5	Saya senang dengan berbelanja banyak TSB bisa mengurangi harga dan timbangan dilebihkan	10	50	28	39	9	1	137
6	Saya senang berlangganan di tsb karena sering dapat bonus	10	65	24	29	8	1	137
Total		46	304	180	233	56	2	822
Rata-rata		7,7	50,7	30	38,9	9,4	0,3	137
Rata positif/neatif		29,5			16,2			

Diolah: Penulis (2020)

Dari tabel 4.10 di atas merupakan jawaban responden atas variabel Harga (X2) menunjukkan rata-rata jawaban positif sebesar 16,2 responden dan dominan di jawab dengan rata-rata 29,5 responden hal ini menunjukkan bahwa harga merupakan salah satu pertimbangan pembeli atau konsumen dalam hal untuk memenuhi kepuasan pelanggan berdasarkan harga yang diberikan oleh penjual.

k. Karakteristik Data Untuk Kualitas Pelayanan (X3)

Tabel 4.11 Pernyataan Responden atas variabel Kualitas Pelayanan (X3)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	CS	S	SS	Total
1	Karyawan TSB hapal dengan buah yang saya beli	-	7	26	66	35	3	137
2	Karyawan TSB menyambut pelanggan dengan ramah dan sopan	1	28	49	51	8	-	137
3	Saya senang karena karyawan TSB hapal dengan pelanggan	-	11	27	65	31	3	137
4	Jam operasional TSB bagus	1	63	33	29	10	1	137
5	TSB sangat membantu karena tetap buka dihari besar	-	6	13	51	60	7	137
6	Pegawai melayani dengan semangat dan cepat	1	52	46	33	5	-	137
Total		3	167	194	295	149	14	822

Rata-rata	0,5	27,8	32,4	49,2	24,8	2,3	137
Rata positif/negatif	20,2			25,4			

Diolah: Penulis (2020)

Dari tabel di 4.11 di atas merupakan jawaban responden atas variabel kualitas pelayanan (X3) menunjukkan rata-rata jawaban positif sebesar 25,4 responden dan dominan dijawab setuju dengan rata-rata 24,8 hasil dari jawaban responden ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor keberhasilan sebuah usaha dalam menjalankan usahanya dimana kualitas pelayanan yang memiliki kredibilitas yang bagus dan ditunjang dengan layanan yang menyenangkan sehingga akan mendapatkan respon kesenangan dalam berbelanja.

I. Karakteristik Data Untuk Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 4.12 Pernyataan Responden atas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	ST S	TS	KS	CS	S	SS	Total
1	Saya dapat menyampaikan keluhan berbelanja kepada TSB	-	6	25	70	32	4	137
2	TSB menerima saran yang disampaikan pelanggan		23	52	52	10	-	137

3	Saya sangat senang memberikan saran kepada TSB	-	11	27	65	31	3	137
4	Setiap saran yang saya berikan diterima baik oleh TSB	1	21	67	39	9	-	137
5	Saya sangat menyukai TSB	-	17	73	36	11	-	137
6	Jika ada toko yang lebih baik saya tidak akan beralih	71	17	21	17	11	-	137
Total		72	95	265	279	104	7	137
Rata-rata		12	15,8	44,2	46,5	17,3	1,2	137
Rata positif/negatif		24			21,7			

Sumber: Penulis 2020

Dari tabel di 4.12 diatas merupakan jawaban responden atas variabel kepuasan pelanggan (Y) menunjukkan rata-rata jawaban positif sebesar 21,7 responden dan dominan dijawab setuju dengan rata-rata 17,3 responden hal ini menunjukkan bahwa kwpuasan pelanggan pada Toko Syariah Buah di Pajak Pagi Tanjung Rejo Setia Budi mendapatkan respon responden yang positif sehingga di harapkan

mampu meningkatkan kualitas produk, menyesuaikan harga dengan kondisi produk dan kualitas pelayanan yang menyenangkan dan berkesan sehingga dapat menjaga dan mempertahankan kepuasan pelanggan.

6. Pengujian Kualitas Data

Data yang dikumpulkan dari responden terlebih dahulu ditabulasi dan selanjutnya dilakukan pengujian data dengan uji validitas dan reabilitas sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah mengukur sah atau tidaknya suatu kuisioner. Dengan ketentuan jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan derajat kebebasan atau *degree of rafreedom* ($df = n-k-1$, dimana $n =$ jumlah sampel dan $k =$ jumlah variabel, $df = 137-3-1 = 134$, maka $r_{tabel} = 0,227$ atau *Corrected Item – Total Correlation* > 0.30 , semua kuisioner dinyatakan valid (Sugiyono, 2013). Berikut ini adalah tabel yang merupakan hasil dari pengujian validitas dengan menggunakan program SPSS Ver 23.0 sebagai berikut:

Tabel 4.13 Uji Validitas Kualitas Produk (X1)

Item-Total Statistics

	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
Saya dilayani dengan cepat di TSB	18.18	15.013	.242	.734
Buah yang dibeli memiliki ketahanan yang baik	18.66	12.916	.443	.692
Membeli Buah yang mengkal atau mentah akan masak sesuai perkiraan karyawan	18.45	13.190	.483	.682
Susunan buah di TSB membuat saya mudah dalam memilih buah yang ingin saya beli	18.55	11.529	.659	.631
Tata letak buah di TSB enak di pandang	18.61	12.564	.572	.659
Karyawan dapat membantu memperkirakan daya tahan buah	18.13	14.012	.356	.712
Karyawan TSB mau membantu memilih buah yang benar-benar bagus dan sesuai dengan yang saya inginkan	17.84	14.621	.299	.723

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Ver 23.0 (2020)

Berdasarkan tabel 4.13 di atas menunjukkan bahwa seluruh nilai r_{hitung} dari setiap item pertanyaan variabel kualitas produk (X1) lebih besar dari 0,30 sehingga berdasarkan hasil pengujian validitas dapat disimpulkan bahwa seluruh

butir pertanyaan yang digunakan pada kuisisioner untuk kualitas produk terbukti valid.

Tabel 4.14 Uji Validitas Harga (X2)
Item-Total Statistics

	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
Harga yang di berikan sesuai dengan kualitas buah	14.69	16.773	.531	.787
TSB memberikan potongan harga jika berbelanja banyak/borong	14.45	16.058	.433	.808
TSB memberikan bonus THR setiap tahunnya kepada pelanggan	14.70	16.241	.411	.813
Saya senang karena bila berbelanja banyak TSB akan memberi bonus	14.90	14.195	.736	.738
saya senang dengan berbelanja banyak TSB bisa mengurangi harga dan timbangan di lebihkan	14.77	14.577	.631	.762
saya senang berlangganan di TSB karena sering dapat bonus	14.96	14.271	.697	.746

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Ver, 23.0 (2020)

Berdasarkan tabel 4.14 di atas menunjukkan bahwa hasil uji validitas Harga semua butir-butir pertanyaan menyatakan *Corrected Item-Total Correlation* > dari 0.30 atau r_{hitung} 0.227 sehingga semua item pertanyaan harga pada penelitian ini dinyatakan valid atau sah.

**Tabel 4.15 Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X3)
Item-Total Statistics**

	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
Karyawan TSB menyambut pelanggan dengan ramah dan sopan	5.82	2.896	.592	.721
Jam operasional TSB menurut saya bagus	6.19	2.434	.607	.712
Pegawai melayani dengan semangat dan cepat	6.18	2.734	.648	.662

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Ver, 23. (2020)

Berdasarkan tabel 4.15 diatas menunjukkan bahwa hasil uji validitas Kualitas Produk hanya 3 buah butir pertanyaan menyatakan *Corrected Item-Total Correlation* > dari 0.30 atau r_{hitung} 0.227 sehingga hanya tiga pertanyaan pada kualitas produk dinyatakan valid atau sah.

**Tabel 4.16 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)
Item-Total Statistics**

	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
TSB menerima saran yang disampaikan pelanggan	8.67	5.575	.512	.643
setiap saran yang saya berikan diterima baik oleh TSB	8.78	5.555	.545	.628
Saya sangat menyukai TSB	8.73	5.669	.544	.632
Jika ada toko buah yang lebih baik saya tidak akan beralih	9.91	3.778	.500	.701

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Ver, 23.(2020)

Berdasarkan tabel 4.16 diatas menunjukkan hasil uji validitas kepuasan pelanggan semua buti-butir pertanyaan menyatakan *Corrected Item-Total Correlation* > dari 0.30 atau r hitung 0.227 sehingga dapat disimpulkan bahwa hanya ada empat butir pertanyaan yang digunakan pada kuisisioner telah valid dan layak digunakan.

b. Uji Reliabilitas (Ke-handalan)

Uji reabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan, atau tetap dilakukan secara individual dari setiap butir pertanyaan. Jika nilai *cronbach's alpha* > 0,70 maka dikatakan butir pertanyaan dikatakan reliabel atau handal (Sujarweni, 2016). Kepuasan pelanggan reliabilitas dari setiap butir pertanyaan berdasarkan nilai *Cronbach's Alphaif Item Deleted*, jika nilainya lebih besar dari 0,7 maka item pertanyaan telah reliabel. Untuk uji

reliabilitas untuk setiap item pertanyaan dari variabel kualitas produk (X1) dapat dilihat pada tabel berikut:

Hasil Reliabilitas Pertanyaan pada Variabel Kualitas Produk (X1)

Tabel 4.17 Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.725	7

Sumber: Hasil Pengolahan SPSSs Ver.23.0(2020)

Setiap item pertanyaan pada variabel Kualitas Produk (X1) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,725 yang lebih besar dari 0,7 sehingga seluruh item pertanyaan telah reliabel atau Handal, untuk uji reabilitas untuk setiap item pertanyaan dari variabel Harga juga dapat dilihat pada tabel:

Hasil Reliabilitas Pertanyaan Variabel Harga (X2)

Tabel 4.18 Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N Of Items</i>
.807	6

Sumber: data hasil pengolahan SPSS versi 23.0 (2020)

Setiap item pertanyaan pada variabel Harga (X2) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,807 yang lebih besar dari 0,7 sehingga seluruh item pertanyaan telah reliabel atau andal. Untuk uji reliabilitas untuk setiap item pertanyaan dari variabel Kualitas Pelayanan (X3) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.19 Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.776	3

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS versi 23.0 (2020)

Setiap item pertanyaan pada variabel kualitas pelayanan (X3) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,776 yang lebih besar dari 0,7 sehingga seluruh item pertanyaan telah reliabel atau andal. Untuk uji reliabilitas untuk setiap item pertanyaan dari variabel kepuasan pelanggan (Y) dapat dilihat pada tabel berikut:

Hasil Reliabilitas Pertanyaan pada Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 4.20 Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.709	4

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Ver 23.0 (2020)

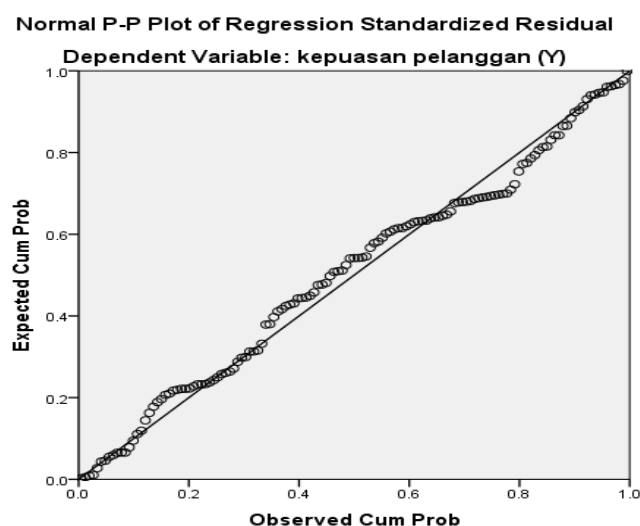
Setiap item pertanyaan pada variabel kepuasan pelanggan (Y) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,709 yang lebih besar dari 0,7 sehingga seluruh item pertanyaan telah reliabel atau andal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan yang digunakan pada setiap variabel dalam penelitian ini telah reliabel atau handal.

7. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis dari penelitian ini, terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik untuk memastikan bahwa alat uji regresi berganda dapat digunakan atau tidak:

a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan menguji apakah layak digunakan regresi berganda, seperti diketahui bahwa uji-t mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal.

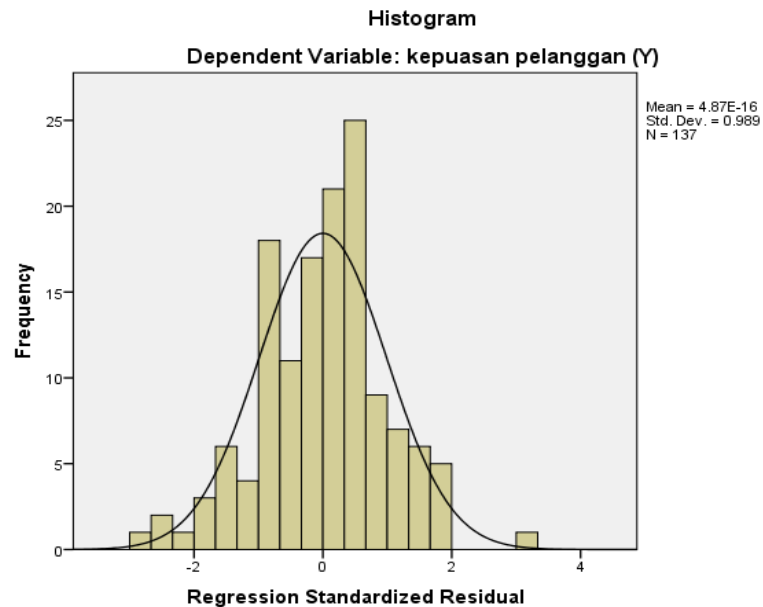


Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas

Sumber: Pengolahan SPSS Ver 23.0, (2020)

Pada gambar 4.3 terlihat di atas bahwa distribusi dari titik-titik pada variabel kualitas produk, variabel harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan menyebar di sekitar garis diagonal yang dapat disimpulkan bahwa data yang disajikan dapat dikatakan normal. Sehingga layak untuk menggunakan model regresi dalam pengujian hipotesisnya.

Pengujian normalitas data dalam penelitian ini dideteksi melalui analisa grafik yang dihasilkan dari perhitungan regresi SPSS. Hasil pengujian normalitas dengan histogram dapat dilihat pada gambar 4.4 berikut:



Gambar 4.4 Histogram Uji Normalitas

Berdasarkan output histogram diatas, terlihat bahwa sebaran data yang ada menyebar merata ke semua daerah kurva normal. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data yang dimiliki mempunyai distribusi normal. Demikian juga dengan normal P-P Plot memperlihatkan hasil yang sama. Hal ini menunjukkan bahwa data yang dipergunakan dalam peneitian ini memenuhi asumsi normalitas sehingga layak untuk diuji dengan model regresi.

b) Uji Multikolinieritas

uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regres,ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Apakah sering terjadi saling korelasi, maka variabel-variabel yang nilai korelasi antar sesama variabel adalah nol.

Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinieritas dapat dilihat dari besarnya nilai *Tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Facor*) melalui program SPSS . *Tolerance* mengukur variabilitas variabel terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel indepden lainnya. Nilai umum yang biasa dipakai adalah nilai *Tolerance* < 1.00 atau *F* > 1.00 maka tidak terjadi Multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.21 Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
kualitas produk (X1)	.480	2.084
harga (X2)	.537	1.863
kualitas pelayanan (X3)	.459	2.180

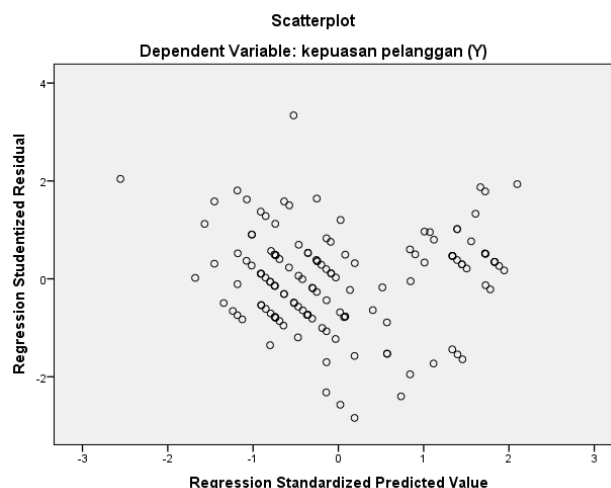
a. *Dependent Variabel: Kepuasasn Pelanggan*
 Sumber: hasil Pengolahan SPSS Ver. 23. (2020)

Berdasarkan tabel 4.21 di atas diketahui bahwa setiap variabel bebas memiliki nilai VIF kurang dari 5 dan *tolerance* di atas 0.1 antara lain adalah Kualitas Produk (X1) $2.084 < 5$, Harga (X2) $1.863 < 5$, Kualitas Pelayanan (X3) $2.180 < 5$. Tidak terjadi hubungan antara variabel bebas.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas menunjukkan adanya nilai varian (residu) tidak konstan. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, berarti terjadi heterokedastisitas atau sebaliknya homokedastisitas atau dapat dilihat dari probabilitas signifikan $> 0,05$. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk mendeteksi gejala heterokedastisitas dengan melihat grafik *Scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID).

Pengujian heterokedastisitas dapat dilakukan dengan pendekatan grafik dan pendekatan statistik. Dimana pendekatan grafik dilakukan dengan melihat gambar *Scatterplot*, sedangkan pendekatan statistik dapat dilakukan dengan uji Glejser. Jika titik-titik data pada gambar *scatterplot* menunjukkan sebaran data yang acak dan tidak berpola, serta penyebaran data berbeda di atas dan di bawah garis nol, maka dapat di diasumsikan bahwa data terbebas dari gejala heteroskedastisitas. *Scatterplot* hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber: Pengolahan SPSS Ver 23.0 (2020)

Dari gambar 4.3 *Scatterplot* menunjukkan bahwa 137 titik menyebar secara acak dan tidak membentuk sebuah pola tertentu. Hal ini dapat disimpulkan bahwa penelitian ini terbebas dari asumsi heterokedastisitas, sehingga model regresi ini layak dipakai untuk prediksi kepuasan pelanggan pada Toko Syariah Buah Di Pajak Pagi Tanjung Rejo Setia Budi berdasarkan simpulan variabel.

Mendeteksi apakah ada atau tidak gejala heterokedastisitas dapat dilakukan dengan menganalisis penyebaran titik-titik yang ada pada *scatterplot* yang dihasilkan program SPSS dengan dasar pengambilm keputusan berikut:

1. Apabila diagram pencar, membentuk pola-pola tertentu yang teratur maka regresi mengalami gangguan heteroskedastisitas.
2. Apabila diagram pencar tidak membentuk pola atau acak maka regresi tidak mengalami heteroskedastisitas.

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti terjadi heteroskedastisitas

Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ berarti terjadi homokedastisitas

8. Uji kesesuaian (*Test Goodness of Fit*)

Tabel 4.22 Uji Kesesuaian (*Test Goodness Of Fit*)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.804	.725		1.110	.269
kualitas produk (X1)	.135	.047	.196	2.865	.005
harga (X2)	.132	.040	.210	3.255	.001
kualitas pelayanan (X3)	.659	.087	.533	7.614	.000

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Ver,23 (2020)

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda sebagaimana pada tabel 4.22 maka persamaan regresi berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = 0.804 + 0.135 X1 + 0.040 X2 + 0.659 X3$$

- a. Konstanta sebesar (0.804) menyatakan apabila variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) dianggap bernilai 0 maka variabel terikat atau Kepuasan Pelanggan sebesar (0.804)
- b. Koefisien regresi Kualitas Produk (X1) bernilai positif (0.135) artinya bahwa pengaruh variabel Kualitas Produk searah dengan kepuasan pelanggan . bila ada kebijakan yang dilakukan untuk meningkatkan Kualitas Produk (satu satuan) akan berpengaruh pada peningkatan Kepuasan Pelanggan sebesar $0.135 = 13.5\%$.
- c. Koefisien regresi Harga (X2) bernilai positif (0.132) artinya bahwa pengaruh variabel harga searah dengan Kepuasan Pelanggan. Bila

ada kebijakan yang dilakukan untuk meningkatkan Kualitas produk (satu satuan) akan berpengaruh pada peningkatan Kepuasan Pelanggan sebesar 0.132 atau = 13.2%

- d. Koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X3) bernilai positif (0.659) artinya bahwa pengaruh variabel Kualitas Pelayanan searah dengan Kepuasan Pelanggan. Bila ada kebijakan yang dilakukan untuk meningkatkan Kualitas Produk (satu satuan) akan berpengaruh pada peningkatan Kepuasan Pelanggan sebesar 0.659 = 65.9%

9. Pengujian Hipotesis

a. Uji Simultan (Anova atau Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Syariah Buah Di Pajak Pagi Tanjung Rejo Setia Budi. Pada tingkat kepercayaan (*confidence interval*) 95% atau level of test 5% α pada uji hipotesis yang dilakukan.

Hipotesis untuk pengujian secara serempak adalah:

Ho: $\beta_1 = \beta_2 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan. Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan (*Independent variable*) terhadap kepuasan pelanggan (*Dependent variable*)

Hi: Minimal satu $\neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan (*Independent Variable*)

Pengujian menggunakan uji F dengan kriteria Pengambilan Keputusan (KPK) adalah:

Terima H_0 (tolak H_1), apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, atau $Sig. F > \alpha 5\% = 0,05$

Tolak H_0 (terima H_1), apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, atau $Sig. F < \alpha 5\% = 0,05$

**Tabel 4.23 Hasil Uji Pengaruh Simultan
ANOVA^a**

Model		<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	Regression	795.495	3	265.165	104.220	.000 ^b
	Residual	338.388	133	2.544		
	Total	1133.883	136			

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Pelanggan

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

Sumber: hasil pengolahan SPSS Ver, 22.(2020)

Berdasarkan tabel 4.23 di atas diketahui nilai F_{hitung} sebesar 104.220 sedangkan F_{tabel} 2.67 tolak H_0 dan probabilitas signifikannya $0.000 < 0.05$ karena $F_{hitung} 104.220 > F_{tabel} 2.67$ tolak H_0 (Terima H_1) maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan secara serempak (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Syariah Buah di Pajak Pagi Tanjung Rejo Setia Budi. Maka hipotesis (H_1) sebelumnya diterima.

b. Uji Pengaruh Parsial

Berdasarkan tabel 4.22 pada halaman sebelumnya uji t dilakukan untuk mengetahui apakah Kepuasan Pelanggan dapat dipengaruhi oleh masing-masing variabel dependen dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*) 95% atau tingkat signifikan 5%.

Pengujian menggunakan uji t dengan kriteria pengambilan keputusan (KPK) sebagai berikut:

Terima H_0 (tolak H_1) apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $sig.t > 5\%$

Tolak H_0 (Terima H_1) apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $sig.t < 5\%$

c. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hipotesisnya:

$H_0 : \beta = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Produk terhadap kepuasan pelanggan.

$H_0 : \beta \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pengujian hipotesis dengan kriteria pengambilan keputusan (KPK):

Terima H_0 (tolak H_1) apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $sig > \alpha 5\%$

Tolak H_0 (terima H_1), apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $sig t < \alpha 5\%$

Berdasarkan tabel 4.22 diatas menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} 2.865 > t_{tabel} 1.978$ dan nilai probabilitas signifikan $0.005 < 0.05$ maka tolak H_0 (terima H_1) dan hasil uji hipotesis ternyata menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Maka hipotesis sebelumnya diterima.

d. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hipotesisnya:

$H_0 : \beta = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.

$H_0 : \beta \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pengujian hipotesis dengan kriteria Pengambilan Keputusan (KPK):

Terima H_0 (tolak H_1) apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $Sig > \alpha 5\%$

Tolak H_0 (terima H_1) apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $Sig t < \alpha 5\%$

Berdasarkan tabel 4.22 diatas menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} 3.255 > t_{tabel} 1.978 dan nilai probabilitasnya signifikan 0.001 < 0.05 maka tolak H_0 (terima H_2) dan hasil uji hipotesis ternyata menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Maka hipotesis sebelumnya diterima.

e. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hipotesisnya:

$H_0 : \beta_1 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

$H_0 : \beta_1 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pengujian hipotesis dengan Kriteria Pengambilan Keputusan (KPK):

Terima H_0 (tolak H_1) apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $Sig > \alpha 5\%$

Tolak H_0 (terima H_1) apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $Sig t < \alpha 5\%$

Berdasarkan tabel 4.22 diatas menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} 7.614 > t_{tabel} 1.978 dan nilai Probabilitas signifikan 0.000 < 0.05 maka tolak H_0 (terima H_3) dan hasil uji hpotesis ternyata menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Maka hipotesis sebelumnya diterima

10. Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Jika determinasi (R^2) Semakin Mendekati Satu, Maka Pengaruh variabel bebas besar terhadap variabel terikat. Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat. Derajat pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2, dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dapat dilihat tabel berikut:

Tabel 4.24
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.838 ^a	.702	.695	1.595

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

b. *Dependent Variable:* Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Ver, 22.(2020)

Dari hasil uji determinasi diketahui bahwa angka *R Square* yang diperoleh sebesar 0,695 yang dapat disebut koefisien determinasi, yang dalam hal ini mengindikasikan bahwa 69,5% Kepuasan Pelanggan dapat diperoleh dan dijelaskan oleh faktor Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3). Sedangkan sisanya 30,5% dijelaskan oleh faktor lain seperti citra merek, lokasi, promosi, dan lain-lain.

Nilai R yang didapatkan sebesar 0,838 yang mengidentifikasi bahwa keeratan dari Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3)

terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sangat erat. Karena nilai R berada pada range nilai 0,80-0,99.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Parsial Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1.665 dan nilai probabilitas signifikan $0.001 < 0.05$ maka tolak H_0 (terima H_1) dan hasil uji hipotesisnya ternyata menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Syariah Buah di Pajak Pagi Tanjung Rejo, Setia Budi. Maka hipotesisi sebelumnya diterima.

(Alma, 2013) Kualitas produk merupakan inti dari upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan yang bertujuan untuk mengimbangi harapan pelanggan baik secara jasa maupun barang. Hasil penelitian ini searah dengan teori kualitas produk, karena dimaksudkan bahwa kualitas produk menjadi suatu harapan para pelanggan terhadap kualitas produk yang dibeli. Hal ini menunjukkan dalam penelitian ini kualitas produk pada Toko Syariah Buah Di Pajak Pagi Tanjung Rejo, Setia Budi merupakan hal yang utama dalam memberikan kesenangan berbelanja maupun kepuasan terhadap produk dan jasa yang di tawarkan kepada konsumen. Sehingga dalam hal ini kualitas produk harus benar-benar diperhatikan, terutama pada buah yang banyak peminatnya. Penyetokan buah harus dibatasi untuk mengurangi resiko buah rusak karena terlalu lama disimpan.

2. Pengaruh Parsial Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai probabilitas signifikan $0.000 < 0.05$ maka tolak H_0 (terima H_2) dan hasil uji hipotesis ternyata menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Syariah Buah Di Pajak Pagi Tanjung Rejo, Setia Budi. Maka hipotesisi sebelumnya diterima.

(Kotler & Amstrong, 2013) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa, atau jumlah dari nilai uang yang ditukarkan konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Hasil penelitian ini searah dengan dengan teori yang dimaksud bahwa harga merupakan suatu nilai yang diandalkan untuk menjadi arahan nilai suatu barang atau jasa. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian yang dilakukan mendapatkan respon positif bahwa harga suatu produk dan jasa harus disesuaikan dengan produk yang dihasilkan sehingga pelanggan pada Toko Syariah Buah di Pajak Pagi Tanjung Rejo Setia Budi dapat merasakan manfaat yang sesuai dengan harga yang ditawarkan oleh pedagang.

3. Pengaruh Parsial Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1.665 nilai probabilitas signifikan $0.000 < 0.00$ maka tolak H_0 (terima H_3) dan hasil uji hipotesis ternyata menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Syariah Buah di Pajak Pagi Tanjung Rejo, Setia Budi. Maka hipotesis sebelumnya diterima.

(Sunyoto, 2012) Menyatakan bahwa kualitas merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang jasa telah memiliki nilai guna seperti yang

dikehendaku atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan. Sedangkan menurut (Lupiyoadi & Hamdani, 2014) Kualitas layanan adalah suatu bentuk penilaian pelanggan terhadap tingkat layanan yang diterima dengan tingkat yang diharapkan. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini mendapatkan respon yang positif bahwa kualitas pelayanan merupakan hal terpenting pada toko Syariah Buah di Pajak Pagi Tanjung Rejo Setia Budi untuk menjadi daya tarik pelanggan untuk tetap setia berlanggan.

4. Pengaruh Srempak (Simultan)

Nilai F_{hitung} sebesar sedangkan F_{tabel} 104.220 tolak H_0 dan probabilitas signifikannya $0.000 < 0.05$ karena $F_{hitung} 104.220 > F_{tabel} 2.50$ tolak H_0 (Terima H_1) maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas pelayanan secara serempak (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada toko syariah buah di pajak pagi tanjung rejo, setia budi. Maka hipotesis (H_4) sebelumnya diterima.

Kepuasan pelanggan dapat diartikan dengan perasaan yang dirasakan oleh pelanggan setelah membandingkan harapan dan kenyataan hasil dari produk atau jasa yang ia peroleh. (Yunus & Budiyanto, 2014) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah pelanggan merasa puas dengan yang di harapkan sesuai dengan keinginan pelanggan sehingga menimbulkan perasaan senang.

Dari teori di atas disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan dapat di pengaruhi oleh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan yang baik. Sehingga dapat dikatakan pelanggan akan merasa puas bila kualitas yang di tawarkan bagus, harga sesuai dengan keadaan produk dan kualitas pelayanan yang nyaman dan

menyenangkan. Hasil penelitian tersebut mendukung penelitian yang penulis lakukan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan analisa data dari pembahasan di atas tentang Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Syariah Buah di Pajak Pagi Tanjung Rejo Setia Budi, maka dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara serempak (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Syariah Buah di Pajak Pagi Tanjung Rejo Setia Budi.
2. Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Syariah Buah di Pajak Pagi Tanjung Rejo Setia Budi.
3. Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Syariah Buah di Pajak Pagi Tanjung Rejo Setia Budi.
4. Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Syariah Buah di Pajak Pagi Tanjung Rejo Setia Budi
5. Besarnya *Adjusted R Square* adalah sebesar 0.695. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan menjelaskan pengaruhnya sebesar 69.5% terhadap Kepuasan Pelanggan. Sedangkan

sisanya sebesar $100\% - 69.5\% = 30.5\%$ dijelaskan oleh variabel bebas lain yang tidak diteliti. Seperti Promosi, Fasilitas, Suasana dan lain-lain

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan, maka terdapat beberapa saran yang peneliti ajukan Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Kualitas produk merupakan hal yang terpenting untuk menjaga kepuasan pelanggan sehingga diharapkan Toko Syariah Buah selalu menjaga keadaan buah agar sesuai dengan nominal yang dikeluarkan oleh para pelanggan, lebih memperhatikan kesegaran buah dan membedakan mana buah yang baru dan lama agar dapat dibedakan kualitas dan harganya. Di harapkan Penyetokan buah dibatasi guna mengurangi kemungkinan buah yang rusak, karena buah yang terlalu lama di simpan akan mudah rusak.
2. Untuk harga buah yang di tawarkan pada toko syariah buah di harapkan di sesuaikan dengan kondisi buah dan harga yang standar, diharapkan mau memberi potongan harga atau bonus untuk pelanggan-pelanggan yang telah berbelanja banyak atau lebih dari satu macam agar memberikan kesenangan dalam berbelanja. Diharapkan tidak langsung menetapkan harga yang tidak bisa dikurangi lagi. Karena dengan memberikan potongan-potongan kecil untuk harga dari setiap produk buah, akan memberi kesan tersendiri di pelanggan.
3. Untuk kualitas pelayanan diharapkan agar para pegawai Toko Syariah buah lebih ramah lagi terhadap para pelanggan dan sigap dalam

melakukan pelayanan seperti pengemasan buah diharapkan lebih cepas lagi.

4. Mencari tahu alasan mengapa ada beberapa pelanggan yang beralih atau pindah dan tidak kembali lagi, untuk menjadi pengalaman ke depannya agar kesalahan tidak terulang lagi dan bisa mempertahankan pelanggan.
5. Kepada Toko Syariah Buah diharapkan terus melakukan perbaikan, tidak melakukan penyetokan buah yang terlalu banyak untuk mengurangi resiko buah menumpuk dan banyak yang rusak.

DAFTAR PUSTAKA

- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel, Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Alma. (2013). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Astawan, M. (2016, Januari 10). *Pangan Fungsional Untuk kesehatan Yang Optimal*. Dipetik November 4, 2020, dari Masnafood: <http://Masnafood.com>
- Asih, S. (2018). PENGARUH KONTRIBUSI PAJAK DAERAH, PENDAPATAN ASLI DAERAH, RETRIBUSI DAERAH DAN BAGI HASIL PAJAK TERHADAP BELANJA DAERAH DENGAN PERTUMBUHAN EKONOMI SEBAGAI VARIABEL MODERATING PEMERINTAH KABUPATEN DAN KOTA. *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Publik*, 9(1), 177-191.
- Aspan, H., Milanie, F., & Sari, A. K. The Effect of Public Participation, Transparency, and Accountability on the Efficiency of the Distribution of the School Operational Support Funds (BOS) in Tebing Tinggi City (Case Study of Taman Siswa College).
- Chrisna, H. (2018). ANALISIS MANAJEMEN PERSEDIAAN DALAM MEMAKSIMALKAN PENGENDALIAN INTERNAL PERSEDIAAN PADA PABRIK SEPATU FERRADINI MEDAN. *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Publik*, 8(2), 82-92.
- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Satu Nusa.
- Enggel. (2012). *Prilaku Konsumen*. Tangerang: Binapura Aksara.
- Harahap, R. (2018). Pengaruh Kualitas produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Cepat saji Kfc Cabang Asia Mega Mas Medan. *JUMANT*, 7(1), 77-84.
- Hasibuan, H. A., Purba, R. B., & Siahaan, A. P. U. (2016). Productivity assessment (performance, motivation, and job training) using profile matching. *SSRG Int. J. Econ. and Management Stud*, 3(6).
- Hidayat, R. (2018). KEMAMPUAN PANEL AUTO REGRESSIV DISTRIBUTED LAG DALAM MEMPREDIKSI FLUKTUASI SAHAM PROPERTY AND REAL ESTATE INDONESIA. *JEpa*, 3(2), 133-149.
- Juliandi. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu-ilmu Bisnis*. Bandung: Ciptapustaka Media Perintis.
- Keller, K. (2013). *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip, & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 14th edition*. Jakarta: Pt. Indeks Kelompok Gramedia.

- Kotler, P., & Amstrong, G. (2013). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2013). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Manajemen 14th edition*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2012). *Manajemen Pemasaran (Edisi 13, Jilid 1 dan 2)*. Jakarta: Erlangga.
- Kholik, K. (2018, October). Effect of Self-Efficacy and Locus of Control on Small and Medium Entertainment Small Scale. In International Conference of ASEAN Prespective and Policy (ICAP) (Vol. 1, No. 1, pp. 214-225).
- Kurniasari, A. (2012). Analisis pengaruh kualitas Produk, harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Tembalang, Semarang. 1-70.
- Lestario, F. (2018). DAMPAK PERTUMBUHAN BISNIS FRANCHISE WARALABA MINIMARKET TERHADAP PERKEMBANGAN KEDAI TRADISIONAL DI KOTA BINJAI. JUMANT, 7(1), 29-36.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa (Praktik dan Teori)*. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa. Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat
- Manullang, M., & Pakpahan, M. (2014). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Ciptapustaka Media.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati, VOL 8, NO 2. *STIE SEMARANG*, 92-121.
- Sangadji, E. M. (2013). *Prilaku Konsumen*. Yogyakarta: Cv Andi Offset.
- Sari, M. M. (2019). FAKTOR-FAKTOR PROFITABILITAS DI SEKTOR PERUSAHAAN INDUSTRI MANUFAKTUR INDONESIA (STUDI KASUS: SUB SEKTOR ROKOK). JUMANT, 11(2), 61-68.
- Sari, I. (2019). Kesulitan Mahasiswa dalam Pembelajaran Bahasa Inggris. JUMANT, 11(1), 81-98.
- Saraswati, D. (2019). Pengaruh Pendapatan Asli Daerah, Ukuran Pemerintah Daerah, Leverage, Terhadap Kinerja Keuangan Pemerintah Daerah. *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Publik*, 9(2), 110-120.

- Setiawan, A. (2019). ANALISIS PENGUKURAN NILAI OVERALL EQUIPMENT EFFECTIVENESS (OEE) PADA MESIN PRESS BATU BATA (Studi Kasus pada Unit Usaha Mesin Press Muhammad Kuwat) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Palembang).
- Sebayang, S., Novalina, A., Nasution, A. P., & Panggabean, L. S. R. (2019, April). An Empirical Investigation of The Factors Influencing Village Development: A Confirmatory Factor Analysis. In 2nd Padang International Conference on Education, Economics, Business and Accounting (PICEEBA-2 2018) (pp. 929-940). Atlantis Press.
- Siregar, O. K. (2019). Pengaruh Deviden Yield Dan Price Earning Ratio Terhadap Return Saham Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016 Sub Sektor Industri Otomotif. *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Publik*, 9(2), 60-77.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabete.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Supraja, G. (2019). PENGARUH IMPLEMENTASI STANDAR AKUNTANSI PEMERINTAHAN BERBASIS AKRUAL DAN EFEKTIVITAS FUNGSI PENGAWASAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN PEMERINTAH DAERAH KABUPATEN DELI SERDANG. *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Publik*, 10(1), 115-130.
- Sujarweni. (2016). *Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi dengan SPSS*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, D. (2012). *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana Untuk Mengenal Konsumen) (Edisi Pertama)*. Yogyakarta: CAPSS.
- Tjiptono. (2012). *Pemasaran Strategi*. Yogyakarta: Andi Of Fset.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa (Edisi Pertama) : Prinsip Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wijaya, T. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT. Indeks.
- Winarti, T., & Mariaty, I. (2017). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayayn. *Jom Fisip*, 1-10.
- Yunus, & Budiyanto. (2014). Pegaaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelangga. *Ilmu dan RISET manajemen*, Vol. 3 No. 12.
- Zeithaml. (2013). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*. Boston: Mc. Graw-Hill.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Biodata Penulis**BIODATA PENULIS**

Nama Lengkap : Ita Sundari. Gt
NPM : 1615310076
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 15 Desember 1999
Agama : Islam
Alamat : Jl. Mawar Kec. Medan Sunggal Kel. Tanjung Rejo
No. Telepon/ HP : 082283694029
Fakultas : Sosial Sains
Program Studi : Manajemen

Orang Tua:

Nama Ayah : Darmin Gt
Nama Ibu : Idahta Sembiring
Pekerjaan Ayah : Wiraswasta
Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga

Pendidikan :

Sd Negri 022 Sintong : Lulus Tahun 2010
Smp Negeri 1 Tanah Putih : Lulus Tahun 2013
Sma Negeri 1 Tanah Putih : Lulus Tahun 2016

Medan, Oktober 2020

Hormat saya,

Ita Sundari. Gt

NPM. 1615310076

Lampiran 2: Kuisisioner Penelitian

Medan, Januari 2020

Kepada Yth,

Bapak/ibu

Di tempat

Dengan hormat,

Kami memohon kesiaan bapak atau ibu sekalian untuk menjawab pertanyaan yang terdapat dalam kuisisioner berikut ini dengan sebenar-benarnya sesuai dengan apa yang bapak/ibu rasakan. Kami menjamin kerahasiaan kuisisioner yang bapak/ibu nantiya. Adapun tujuan kuisisioner ini adalah untuk kepentingan ilmiah semata dalam rangka penulisan skripsi yang berjudul, **“Pengaruh Kualitass Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Syariah Buah di Pajak Pagi Tanjung Rejo, Setia Budi”**

Selanjutnya setelah bapa/ibu mengisi kuisisioner ini, mohon untuk menyerahkan kembali kuisisioner ini kepada orang yang memberikan kuisisioner ini pertama kali. Atas kesediaan dan partisipasinya bapak/ibu sekalian, kami mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

Hormat saya

(Ita Sundari. Gt)

ANGKET KUISIONER

Mohon untuk mengisi bagian yang membutuhkan jawaban tertulis di bawah ini.

IDENTITAS RESPONDEN

- Nama :
- Jenis kelamin : 1.Laki-laki 2.Perempuan
- Pekerjaan : 1.Wiraswasta
2.Karyawan Swasta
3.IRT
4.Mahasiswa
5.PNS
- Pendapatan pelanggan : 1. Rp. 1-2 jt 2. Rp. 2-4 jt
3. Rp. 4-6 jt 4. Rp. 6-8 jt
5. Rp. 8 jt
- Lama berlangganan : 1. 2-4 tahun 2. 4-6 tahun
3. 6-8 tahun
- Pengeluaran belanja perbulan : 1.Rp.100.000 – Rp.1.000.000
2.Rp.1.000.000 - Rp.3.000.000
3.Rp.1.000.000 – Rp.4.000.000
4. >RP.4.000
- Penggunaan produk/jika untuk di jual kembali :1. Cafe
2 . Ecer
3.Konsumsi Pribadi
4 Resto
5.Warung/KD
- Buah yang paling sering dibeli :1.Alpukatt 6.Naga
2.Barangan 7.Nenas
3.Jeruk Madu 8.Semangka
4. Jeruk Peras 9. sirsak
5.kuini 10.terong
- Buah yang sering mengalami kerusakan : 1.alpukat 6.naga
2.barangan 7.nenas
3.jeruk madu 8.semangka
4.jeruk peras 9.sirsak
5.kuini 10.terong

PETUJUK PENGISIAN

1. Jawablah pertanyaan dibawah ini yang paling sesuai menurut pendapat bapak/ibu
2. Dengan cara memberikan tanda ceklis (√) pada lajur yang tersedia
3. Jawaban atas pertanyaan tersebut tidak ada yang benar atau salah, karena kami hanya ingin mengetahui pendapat bapak/ibu masing-masing dengan menjawab semua pertanyaan yang ada
4. Jawaban yang tersedia ada 5 pilihan yaitu
 - a. SS : Sangat Setuju nilainya 6
 - b. S : Setuju nilainya 5
 - c. CS : Cukup Setuju nilainya 4
 - d. KS : Kurang Setuju nilainya 3
 - e. TS : Tidak Setuju nilainya 2
 - f. STS : Sangat Tidak Setuju nilainya 1

1. Variabel Independen, Kualitas Produk (X1)

No	Pernyataan	Jawaban					
		STS	TS	KS	CS	S	SS
1	Performance (kinerja): Saya memperoleh kemudahan dalam mendapatkan buah di TSB						
2	Saya dilayani dengan cepat di TSB						
3	Reliability (Ketahanan): Buah yang dibeli memiliki ketahanan yang baik						
4	Membeli buah yang mengkal atau mentah akan masak esuai perkiraan karyawan						
5	Esthetics (Estetika): Susunan buah di TSB membuat saya mudah dalam memilih buah yang ingin saya beli						
6	Tata letak buah di TSB enak di pandang						
7	Perceived Quality (kualitas yang dipersepsikan): Karyawan dapat membantu memperkirakan daya tahan buah						
8	Karyawan TSB mau membantu memilih buah yang benar-benar bagus dan sesuai dengan yang saya inginkan						

2. Variabel Independen, Harga (X2)

No	Pernyataan	Jawaban					
		STS	TS	KS	CS	S	SS
1	Discount (Diskon): Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas buah						
2	TSB memberikan potongan harga jika berbelanja banyak / borongan						
3	TSB memberikan bonus THR setiap tahunnya kepada pelanggan						
4	Bonus: Saya senang karena bila berbelanja banyak TSB akan memberikan bonus						
5	Saya senang dengan berbelanja banyak TSB bisa mengurangi harga dan timbangan diebihkan						
6	Saya senang berlangganan di TSB karena sering dapat bonus						

3. Variabel Independen, Kualitas Pelayanan (X3)

No	Pernyataan	Jawaban					
		STS	TS	KS	CS	S	SS
1	Responsiveness (daya tanggap): Karyawab TSB hapal dengan buah yang saya beli						
2	Karyawan TSB menyabut pelanggan dengan ramah dan sopan						
3	Saya senang karena karyawan TSB hapal dengan						
4	Empathy (Empati): Jam operasional TSB menurut aya bagus						
5	TSB sangat membantu karena tetap buka di hari besar						
6	Pegawai melayani denga semangat dan cepat						

4. Variabel Dependen, Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	Jawaban					
		STS	TS	KS	CS	S	SS
1	Survey kepuasan konsuen : Saya dapat menyampaikan keluhan berbelanja TSB						
2	TSB menerima yang disampaikan pelanggan						
3	Saya senang memberikan saran kepada TSB						
4	Setiap saran yang saya berikan diterima baik oleh TSB						
5	Analisis konsumen yang beralih: Saya sangat menyukai TSB						
6	Jika ada toko yang lebih baik saya tidak akan beralih						

Lampiran 3: Surat Balasan Risert

Medan, 06 Februari 2020

Nomor : 03.2 /SB / II / 2020
Hal : Surat Balasan Risert

Yth
Dekan Fakultas Sosial Sains
Universitas Pembangunan Panca Budi
Di
Universitas Pembangunan Panca Budi, Medan

Sehubungan dengan surat dekan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi nomor: 43/17/FSSM/2020 Tanggal 23 Januari 2020 perihal: permohonan reseach di toko Syariah Buah, atas nama sebagai berikut:

Nama : Ita Sundari. Gt
Npm : 1615310076
Program Studi : Manajemen
Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Syariah Buah di Pajak Pagi Tanjung Rejo, Setia Budi

Dengan ini kami memberikan izin kepada mahasiswa/i tersebut untuk melakukan reseach di Toko Syariah Buah di pajak Pagi Tanjung Rejo, Setia Budi. Dari bulan Februari sampai Maret. Demikian surat keterangan diperbuat untuk dapat dipergunakan seperluya, terima kasih.

Pemilik Toko Syariah Buah



Rukijah

Lampiran 4: Surat Pernyataan

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ita Sundari. Gt
NPM : 1615310076
Program Studi : Manajemen
Jenjang : S 1 (Strata Satu)
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Syariah Buah Di Pajak Pagi Tanjung Rejo, Setia Budi

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain.
2. Memberikan izin hal bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Universitas Pembangunan Paca Budi untuk menyimpan, dan mempublikasikan karya skripsi saya melalui media/formatkan, mengelola, mendistribuiikan, dan mempublikasikan karya skripsi saya melalui internet atau media lain bagi kepentingan akademis.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Medan, Agustus 2020


METERAI
TEMPEL
SERIAL AHF 202189238
6000
ENAM RIBU RUPIAH
Ita Sundari. Gt

Lampiran 5: Surat Keterangan Plagiat Cheker

The screenshot displays a plagiarism report for a document titled "MANAJEMEN.docx". The report shows an originality score of 61.00% and a plagiarism score of 39.00%. It includes a donut chart, a distribution graph, and a list of top sources of plagiarism.

Plagiarism Detector v. 1460 - Originality Report 08/19/20 12:16:16

Analyzed document: ITA SUNDARI,GT_1615310076_MANAJEMEN.docx Licensed to: Universitas Pembangunan Panca Budi_License03

Comparison Preset: Rewrite. Detected language: Indonesian

Relation chart:

- Original (61.00%)
- Referenced (0.00%)
- Plagiarism (39.00%)

Distribution graph:

Top sources of plagiarism:

Words	Source
30 words	http://repository.uminus.ac.id/39359/BA/BA%202.pdf
21 words	http://prints.undip.ac.id/234501/1/Smpai.pdf
18 words	http://repository.umnu.ac.id/5534/1/SKQIPSI.pdf

Processed resources details: 141 - Ok / 26 - Failed


Important notes:

SURAT KETERANGAN PLAGIAT CHECKER

Dengan ini saya Ka.LPMU UNPAB menerangkan bahwa surat ini adalah bukti pengesahan dari LPMU sebagai pengesah proses plagiat checker Tugas Akhir/ Skripsi/Tesis selama masa pandemi *Covid-19* sesuai dengan edaran rektor Nomor : 7594/13/R/2020 Tentang Pemberitahuan Perpanjangan PBM Online.

Demikian disampaikan.

NB: Segala penyalahgunaan/pelanggaran atas surat ini akan di proses sesuai ketentuan yang berlaku UNPAB.

Ka.LPMU

Cahyo Pramono, SE.,MM

Lampiran 6: Data karakteristik Responden dan Tabulasi Data Kuisisioner

Data Karakteristik Responden								
Responden	J.K	Pekerjaan	Pendapatan	Lama Berlangganan	Pengeluaran	Penggunaan	Di beli	Kerusakan
1	2	3	2	1	1	5	1	1
2	2	3	2	1	1	5	1	1
3	2	1	3	2	1	3	2	3
4	1	5	3	2	1	3	2	2
5	1	5	5	2	3	5	1	1
6	2	2	5	2	2	1	1	1
7	1	2	3	1	1	3	1	1
8	1	4	4	1	1	3	2	2
9	1	4	3	1	1	3	1	1
10	1	2	2	1	1	3	4	5
11	2	2	3	1	1	3	8	8
12	1	5	3	1	1	3	1	1
13	2	4	4	1	1	3	1	5
14	2	3	3	1	1	3	1	5
15	2	5	1	1	1	3	2	3
16	2	1	2	1	1	4	3	3
17	1	2	2	2	1	1	1	1
18	1	5	2	1	4	3	1	1
19	1	4	5	3	3	1	2	2
20	1	5	5	2	1	4	1	1
21	1	5	5	3	4	4	1	1
22	2	5	2	1	1	5	4	4
23	2	5	2	2	1	4	1	1
24	1	3	4	2	4	5	1	1
25	1	5	1	3	3	3	1	1
26	2	1	2	1	2	1	1	1
27	1	5	2	2	1	5	1	1
28	1	2	3	2	2	2	1	1
29	2	1	3	1	2	1	2	2
30	1	5	3	3	4	1	1	1

31	1	5	3	2	4	5	1	1
32	2	3	4	1	4	5	1	1
33	1	3	2	2	1	4	1	1
34	1	5	1	3	2	3	1	1
35	2	3	2	1	2	2	1	1
36	1	5	1	1	1	3	5	5
37	2	2	2	1	1	3	2	2
38	2	2	2	1	1	2	1	1
39	1	5	2	3	1	3	8	8
40	1	3	2	1	1	3	2	2
41	1	5	3	2	1	5	3	6
42	2	5	2	2	1	3	1	1
43	1	5	1	3	1	5	2	2
44	2	1	2	2	1	3	1	1
45	1	5	3	3	1	2	3	3
46	2	1	2	2	1	4	2	2
47	1	5	2	1	2	4	1	1
48	1	5	2	1	3	3	1	1
49	2	1	3	2	2	5	2	2
50	1	5	3	3	1	3	1	1
51	2	3	2	1	2	1	1	6
52	1	5	3	1	1	1	1	5
53	1	5	1	1	1	3	1	9
54	2	2	3	1	2	4	5	5
55	1	5	2	1	1	5	1	1
56	1	5	2	1	1	3	1	1
57	1	5	3	2	2	3	1	1
58	1	3	3	1	1	2	2	2
59	2	5	2	3	2	1	1	1
60	1	5	1	1	1	3	1	1

61	1	5	4	2	3	5	2	2
62	1	5	3	2	1	5	1	1
63	2	3	3	2	2	5	1	1
64	2	3	2	2	2	3	1	1
65	1	5	2	2	1	3	1	1
66	1	5	2	2	2	1	1	1
67	2	2	2	1	2	5	1	1
68	1	4	2	2	1	5	1	1
69	2	2	3	2	2	4	1	1
70	1	5	3	3	2	3	1	1
71	2	5	3	2	2	3	1	1
72	2	5	3	2	2	4	1	1
73	2	1	2	2	2	3	1	1
74	1	5	3	2	1	1	2	2
75	1	5	2	3	1	1	1	1
76	2	3	1	1	1	2	1	1
77	1	5	2	2	1	3	1	1
78	1	5	2	1	2	3	1	1
79	2	3	1	3	3	3	7	7
80	1	1	1	1	1	3	2	2
81	2	5	1	1	1	3	2	2
82	1	3	2	2	1	5	1	2
83	2	3	1	1	1	3	1	1
84	1	2	1	1	1	1	1	2
85	1	2	2	2	1	5	1	1
86	2	5	2	2	2	1	1	2
87	1	2	2	2	1	4	1	1
88	2	5	3	1	2	3	1	1
89	1	5	5	2	2	3	1	1
90	1	1	3	1	4	5	1	1

91	2	1	1	2	1	3	2	2
92	2	5	2	1	1	3	1	1
93	2	3	2	2	1	5	3	6
94	1	4	1	1	2	3	2	2
95	1	5	3	1	1	5	1	1
96	2	2	3	1	1	3	1	1
97	2	5	2	1	2	3	5	9
98	2	2	2	3	1	4	1	5
99	2	1	3	1	1	1	3	5
100	2	5	1	1	1	3	2	5
101	1	5	3	1	1	2	1	2
102	1	3	1	1	1	3	1	2
103	2	5	3	1	2	3	1	9
104	1	4	3	1	1	4	1	1
105	1	3	5	1	1	1	3	1
106	2	4	4	1	1	5	3	5
107	1	5	4	1	1	3	1	2
108	1	5	3	1	3	3	1	2
109	1	2	2	1	2	3	1	1
110	1	1	2	1	2	3	1	1
111	2	2	2	2	2	1	2	5
112	1	2	4	1	2	3	2	2
113	2	5	1	1	2	3	1	1
114	1	3	3	1	1	5	1	5
115	2	4	1	1	1	3	3	5
116	1	3	2	1	3	3	2	10
117	2	1	3	1	1	5	1	1
118	2	5	3	1	2	3	1	2
119	1	5	2	1	1	3	2	10
120	2	5	4	1	2	1	1	2

121	1	4	3	1	2	5	1	5
122	1	5	1	1	1	3	2	4
123	1	5	3	1	1	3	1	10
124	1	2	1	1	2	5	2	1
125	1	3	3	1	2	3	2	3
126	2	5	4	1	1	3	3	2
127	1	5	3	1	2	3	1	3
128	1	2	3	1	1	3	2	3
129	1	4	2	1	2	3	2	5
130	1	2	3	2	1	4	2	1
131	1	3	2	1	2	5	3	5
132	2	5	1	1	1	3	3	2
133	1	1	4	1	2	3	1	2
134	2	4	1	1	1	5	1	3
135	1	3	4	1	3	3	1	5
136	2	1	1	1	1	5	2	5

TABULASI DATA KUISIONER

NO	KUALITAS PRODUK (X1)								TOTAL	HARGA (X2)						TOTAL	KUALITAS PELAYANAN (X3)						TOTAL	KEPUASAN PELANGGAN (Y)					TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
1	3	3	2	2	1	3	3	4	21	3	2	3	2	2	1	13	4	2	4	5	5	3	23	3	4	5	5	3	20
2	4	3	3	3	2	1	3	4	23	3	2	4	2	2	2	15	4	3	5	4	5	2	23	3	2	6	4	3	18
3	6	3	2	3	3	4	5	3	29	2	2	5	2	2	2	15	4	4	2	4	6	2	22	6	3	6	2	4	21
4	6	3	2	3	3	2	5	5	29	3	2	2	2	2	1	12	5	3	3	3	6	4	24	6	3	6	4	5	24
5	6	3	3	1	4	3	2	4	26	3	4	5	2	3	3	20	5	4	4	5	6	3	27	5	4	4	4	5	22
6	6	4	3	3	3	3	3	4	29	3	2	2	2	2	2	13	5	3	5	2	5	2	22	5	2	4	4	4	19
7	2	4	3	3	2	4	2	4	24	3	3	3	2	4	3	18	2	4	4	3	4	4	21	4	3	4	4	4	19
8	2	3	3	2	4	4	3	3	24	2	3	2	3	2	3	15	2	3	2	3	2	3	15	3	2	2	2	4	13
9	3	3	2	3	4	3	2	4	24	2	3	2	4	2	3	16	3	4	3	3	3	4	20	4	4	3	3	4	18
10	2	3	4	3	3	4	3	3	25	3	4	3	4	3	3	20	3	4	2	4	4	3	20	4	3	3	3	3	16
11	3	3	2	4	3	4	3	3	25	4	3	4	3	3	3	20	3	3	3	3	3	2	17	4	2	4	3	3	16
12	3	2	3	3	3	3	4	3	24	3	3	2	3	3	3	17	3	3	2	3	2	2	15	2	3	2	2	4	13
13	3	4	3	3	3	4	4	3	27	3	3	3	3	2	2	16	2	2	2	3	2	2	13	2	2	3	4	3	14
14	3	2	2	3	2	4	3	3	22	3	4	2	2	4	3	18	3	2	3	2	4	4	18	4	4	3	3	2	16
15	3	2	3	2	2	2	4	4	22	4	3	4	3	3	4	21	4	3	3	3	3	3	19	4	3	3	4	3	17
16	6	3	3	2	1	1	1	3	20	4	5	2	4	5	2	22	4	4	5	3	3	3	22	4	3	4	4	3	18
17	6	5	2	3	5	5	2	3	31	3	5	2	3	3	3	19	5	5	5	3	2	5	25	6	5	6	5	5	27
18	5	2	2	2	2	2	2	4	21	2	3	4	2	4	2	17	5	2	4	2	4	2	19	4	4	3	3	3	17
19	4	2	2	4	2	2	2	4	22	4	3	2	4	2	2	17	4	2	4	2	4	2	18	4	4	4	3	3	18
20	2	2	3	2	2	2	3	2	18	2	4	4	2	2	2	16	4	2	5	2	4	2	19	4	3	4	2	2	15
21	6	2	5	5	6	3	3	6	36	5	3	3	3	3	5	22	3	5	3	3	2	5	21	3	5	2	5	5	20
22	6	4	5	2	6	2	4	2	31	2	2	2	2	6	6	20	6	5	6	6	6	5	34	5	5	5	5	5	25
23	5	3	3	5	5	3	5	5	34	3	1	2	1	1	1	9	5	5	5	5	5	3	28	5	5	5	5	5	25
24	4	5	4	3	4	3	5	5	33	4	5	5	5	5	2	26	3	3	2	5	5	3	21	4	4	4	2	4	18
25	2	2	4	4	5	2	4	4	27	3	1	4	1	1	1	11	4	3	4	2	5	2	20	3	4	3	3	3	16
26	4	4	4	2	2	2	4	3	25	3	1	2	2	1	1	10	2	2	4	2	4	2	16	4	3	3	3	2	15
27	1	1	1	1	1	1	2	2	10	1	1	3	1	1	1	8	4	1	6	2	5	1	19	6	2	4	2	4	18
28	5	2	2	2	2	2	2	2	19	2	2	2	2	2	1	11	5	2	5	2	4	2	20	5	3	2	2	2	14
29	1	2	1	5	2	2	2	2	17	1	4	2	2	5	2	16	5	2	5	2	5	2	21	4	2	3	2	4	15
30	1	2	2	3	2	2	2	3	17	3	2	6	2	2	2	17	5	2	5	2	3	2	19	5	2	5	1	3	16
31	1	2	2	2	2	2	4	5	20	2	1	5	2	1	3	14	5	3	3	1	5	2	19	5	2	2	2	4	15
32	2	2	2	5	3	2	2	4	22	3	2	2	1	1	1	10	4	4	4	2	4	2	20	4	5	3	2	3	17
33	5	2	3	3	1	2	2	2	20	2	2	3	1	5	2	15	5	2	6	5	5	2	25	3	3	2	2	3	13
34	6	5	1	2	2	2	2	3	23	3	2	2	2	1	2	12	5	3	5	3	6	2	24	4	3	3	2	4	16
35	4	2	2	2	2	3	4	3	22	2	2	2	2	5	2	15	3	3	4	3	5	2	20	4	3	3	2	5	17
36	3	2	2	2	2	2	2	2	17	2	2	2	2	2	2	12	4	2	4	2	5	2	19	3	3	4	2	4	16
37	3	2	2	2	2	2	2	2	17	2	2	2	2	1	2	11	5	4	4	2	5	2	22	5	3	3	3	3	17
38	4	4	2	2	2	2	2	4	22	3	2	2	2	2	2	13	3	3	5	2	5	2	20	5	5	5	3	3	21
39	5	2	2	2	2	2	2	5	22	3	2	2	2	2	2	13	6	3	5	2	5	2	23	4	3	3	3	3	16
40	4	4	2	4	2	2	3	2	23	3	1	1	1	1	1	8	5	4	5	2	5	3	24	2	2	2	2	3	11

41	5	2	2	2	2	2	2	2	5	22	3	1	1	1	2	2	10	5	2	5	2	5	2	21	4	4	3	4	2	17
42	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	3	4	5	4	4	4	24	5	3	5	3	5	2	23	5	4	3	3	3	18
43	5	2	2	2	2	2	4	4	23	3	2	3	2	2	2	14	5	2	5	2	5	3	22	5	3	4	2	2	16	
44	5	5	2	2	2	1	3	3	23	2	5	1	2	2	1	13	5	3	2	2	5	5	22	5	3	3	3	3	17	
45	5	2	1	2	2	2	4	4	22	4	4	2	4	4	3	21	5	3	5	2	5	2	22	5	3	5	3	3	19	
46	5	2	3	3	2	2	3	3	23	2	2	1	5	5	5	20	5	2	3	2	5	2	19	4	3	3	3	3	16	
47	5	2	2	2	2	2	5	5	25	2	5	5	2	2	2	18	3	2	5	2	5	2	19	5	3	2	3	3	16	
48	2	3	2	2	2	2	3	3	19	3	5	5	2	3	1	19	4	2	5	2	5	3	21	4	4	4	3	3	18	
49	4	3	2	2	1	2	3	3	20	3	5	2	2	2	2	16	4	4	5	2	5	2	22	4	3	3	3	3	16	
50	5	2	2	2	2	2	3	4	22	3	5	5	2	2	2	19	4	4	2	2	5	2	19	5	2	4	3	3	17	
51	3	3	4	3	3	4	2	2	24	4	4	3	3	2	2	18	4	2	2	2	4	3	17	3	3	2	3	3	14	
52	4	4	3	3	2	4	3	2	25	2	4	4	3	3	3	19	3	4	4	4	4	4	23	3	2	3	3	3	14	
53	4	3	4	3	3	2	4	3	26	2	3	4	2	4	4	19	4	4	3	3	3	2	19	2	4	3	3	3	15	
54	4	3	4	3	3	3	2	3	25	4	3	3	3	4	4	21	3	3	3	2	4	2	17	3	3	4	4	4	18	
55	4	3	4	3	4	3	2	4	27	3	2	4	3	3	4	19	3	2	3	3	3	4	18	2	3	4	2	3	14	
56	3	3	3	3	3	3	5	2	25	2	5	4	1	1	1	14	5	3	5	3	5	2	23	4	3	3	3	3	16	
57	4	2	2	3	3	3	3	3	23	3	5	3	2	2	2	17	4	3	4	3	5	3	22	4	3	3	2	2	14	
58	5	3	2	2	2	2	4	3	23	2	2	2	2	2	2	12	5	4	2	2	5	2	20	5	3	2	2	3	15	
59	5	2	2	5	2	2	4	5	27	2	2	2	2	3	2	13	3	3	3	2	5	2	18	5	2	3	2	3	15	
60	5	3	2	2	2	3	5	5	27	3	2	3	3	3	2	16	3	2	5	2	5	2	19	3	3	2	3	3	14	
61	4	2	2	2	2	1	2	5	20	4	4	1	1	4	2	16	5	3	4	2	6	2	22	5	3	2	3	3	16	
62	4	3	2	2	2	2	3	5	23	3	4	2	2	2	2	15	4	3	3	2	5	2	19	5	3	3	3	3	17	
63	4	2	1	3	3	2	5	3	23	3	3	1	2	2	2	13	4	2	3	3	5	2	19	3	3	3	3	2	14	
64	5	3	2	2	2	1	5	3	23	2	2	2	3	3	3	15	5	2	5	2	4	2	20	5	4	3	3	2	17	
65	4	4	1	2	2	2	4	21	3	5	4	2	2	2	2	18	4	3	4	2	5	2	20	5	3	3	3	3	17	
66	5	2	3	3	3	2	2	3	23	2	4	4	2	2	2	16	2	2	4	2	5	3	18	4	4	2	3	3	16	
67	5	3	3	2	2	2	3	3	23	2	5	2	2	2	2	15	4	3	4	2	4	3	20	5	2	3	3	3	16	
68	5	3	2	2	2	2	2	4	22	3	4	2	2	2	2	15	4	3	3	2	4	2	18	5	3	3	3	3	17	
69	5	2	3	3	1	2	2	2	20	2	5	2	2	2	2	15	4	3	4	2	4	3	20	5	3	3	3	3	17	
70	5	3	1	2	2	2	3	3	21	2	4	2	2	2	2	14	4	3	4	2	5	3	21	4	3	2	3	3	15	
71	4	3	1	2	3	3	3	3	22	3	3	3	3	3	3	18	3	3	5	3	4	3	21	5	3	3	3	3	17	
72	4	3	1	2	2	2	3	3	20	2	3	4	2	2	3	16	4	3	2	2	5	3	19	5	3	2	3	3	16	
73	3	3	3	3	2	2	2	2	20	2	2	2	2	2	2	12	2	2	3	2	2	2	13	5	3	3	3	2	16	
74	2	2	2	2	2	3	3	2	18	2	2	2	2	2	2	12	4	3	5	4	5	3	24	5	3	3	2	3	16	
75	4	3	3	2	2	2	2	2	20	2	2	2	2	2	2	12	4	4	4	5	3	4	3	23	4	3	3	3	16	
76	5	3	1	4	2	2	4	3	24	2	2	1	2	2	2	11	4	3	5	3	5	3	23	5	4	3	5	5	22	
77	5	3	2	3	2	2	3	4	24	3	4	4	2	2	2	17	4	3	4	3	5	3	22	4	3	3	3	3	16	
78	4	4	1	3	2	3	4	4	25	2	4	2	2	2	2	14	4	2	3	2	4	3	18	4	3	3	3	3	16	
79	4	4	2	2	4	2	2	3	23	3	4	2	2	2	2	15	5	4	4	2	4	3	22	3	3	3	3	3	15	
80	5	3	2	2	2	2	3	4	24	3	3	2	2	2	2	13	5	3	4	2	4	3	21	3	3	3	3	3	15	

80	5	3	2	2	2	3	3	4	24	3	2	2	2	2	2	13	5	3	4	2	4	3	21	3	3	3	3	3	15
81	5	2	2	3	2	2	2	5	23	4	4	2	4	4	3	21	5	4	4	2	5	2	22	4	3	3	4	3	17
82	5	4	2	2	2	2	2	4	23	4	2	2	2	2	2	14	4	4	4	2	5	2	21	4	3	3	3	3	16
83	5	4	1	4	2	2	4	4	26	3	3	1	2	4	2	15	4	4	4	2	5	2	21	4	3	3	3	3	16
84	5	3	3	3	3	3	4	4	28	4	4	2	2	3	2	17	4	3	3	2	5	3	20	4	4	2	3	3	16
85	5	4	2	3	3	4	4	4	29	2	4	4	2	4	2	18	5	4	4	2	4	3	22	2	3	3	3	3	14
86	4	4	3	2	3	3	4	3	26	3	3	2	2	2	2	14	4	3	4	2	6	3	22	4	3	2	3	3	15
87	5	3	1	2	3	3	4	4	25	3	4	2	2	3	2	16	4	3	4	2	5	3	21	3	3	3	3	2	14
88	5	3	3	3	2	3	3	4	26	3	4	2	2	2	2	15	5	3	4	4	5	3	24	4	3	3	3	3	16
89	5	4	4	2	4	3	3	4	29	2	2	4	4	3	2	17	5	3	4	3	5	3	23	3	4	3	4	4	18
90	4	4	3	3	4	3	3	4	28	3	3	4	3	3	4	20	3	5	5	4	5	4	26	4	5	4	4	3	20
91	5	2	3	2	3	2	3	3	23	3	4	2	2	2	2	15	4	4	4	2	5	3	22	4	3	3	3	3	16
92	3	3	4	2	4	4	4	3	27	4	3	4	4	3	4	22	3	4	3	4	4	4	22	3	4	4	3	4	18
93	4	4	3	4	3	4	3	3	28	4	3	3	4	3	4	21	4	4	4	3	4	3	22	4	3	3	4	4	18
94	3	4	2	3	2	2	4	4	24	3	4	2	4	4	2	19	5	3	4	2	5	2	21	4	4	3	3	3	17
95	4	4	4	3	4	4	4	3	30	3	3	3	3	2	2	16	4	4	3	3	4	4	22	3	3	3	3	3	15
96	5	3	3	2	2	2	3	4	24	3	2	4	4	4	2	19	4	3	4	3	4	3	21	4	4	3	3	3	17
97	3	3	3	3	3	3	3	4	25	3	3	3	3	3	2	17	2	4	3	4	3	3	19	3	3	4	3	3	16
98	4	3	4	3	3	4	3	3	27	3	4	4	4	4	4	23	4	4	4	3	4	4	23	3	3	3	3	4	16
99	4	4	4	4	4	4	3	3	30	4	4	3	4	4	4	23	4	4	4	4	3	3	22	4	3	3	4	4	19
100	3	4	3	3	3	3	3	3	25	4	4	3	3	3	3	20	3	4	3	4	4	3	21	3	3	3	3	3	15
101	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24	5	4	5	4	4	4	26	4	4	4	4	4	20
102	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	5	5	5	5	29	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20
103	4	4	5	4	4	5	4	4	34	4	4	4	5	4	4	25	4	5	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	20
104	4	4	4	5	4	4	5	4	34	4	5	4	4	5	4	26	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	4	4	21
105	4	4	4	5	5	4	4	4	34	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	5	21
106	3	4	3	3	3	3	3	3	25	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	15
107	4	5	4	5	4	4	4	4	34	4	5	4	4	4	5	26	4	4	4	4	4	4	24	4	5	4	4	4	21
108	4	4	5	4	5	4	4	4	34	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20
109	5	3	2	3	2	2	4	4	25	2	4	4	4	4	4	22	4	4	4	2	5	2	21	4	4	3	3	3	17
110	3	3	3	4	3	3	3	3	25	3	3	4	3	4	4	21	3	4	4	4	3	3	21	3	4	4	4	3	18
111	4	4	4	3	4	4	4	4	31	4	3	3	4	4	4	22	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20
112	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20
113	4	3	2	3	2	2	3	4	23	2	2	2	4	2	3	15	4	2	3	2	5	2	18	4	3	3	3	2	15
114	4	5	5	4	4	4	5	5	36	4	4	4	4	4	4	24	4	5	4	4	5	4	26	4	5	4	5	5	23
115	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	3	3	3	3	20	3	4	4	4	4	4	23	4	3	3	3	3	16
116	4	5	5	4	4	4	5	4	35	4	4	4	5	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20
117	3	3	2	2	3	2	3	4	22	2	2	4	4	4	2	18	6	3	5	2	5	2	23	4	3	4	3	3	17
118	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20
119	4	4	4	4	5	4	4	4	33	4	4	4	4	5	4	25	4	4	4	5	4	4	25	4	4	4	4	4	20
120	4	5	4	4	4	4	4	5	34	4	5	4	4	4	5	26	4	4	4	5	4	4	25	4	5	4	4	4	21

121	4	2	2	2	2	2	4	4	22	2	2	2	2	2	2	12	4	4	4	2	5	2	21	5	4	3	3	3	18
122	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	4	5	4	4	26	5	4	4	4	4	4	25	4	5	4	4	4	21
123	4	4	4	4	5	5	4	4	34	4	5	5	4	4	4	26	4	4	4	5	4	4	25	4	4	4	4	4	20
124	4	3	2	3	3	3	3	4	25	3	4	2	2	2	2	15	5	3	3	2	4	3	20	4	4	3	4	2	17
125	4	5	4	4	4	4	4	5	34	4	4	4	4	4	4	24	3	4	4	3	4	4	22	4	4	4	4	4	20
126	3	4	3	3	3	3	3	3	25	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	15
127	4	4	4	5	4	5	4	4	34	5	4	4	5	4	5	27	4	4	4	5	4	4	25	4	4	4	5	4	21
128	4	3	2	3	3	3	4	4	26	2	2	2	2	2	2	12	4	3	4	2	4	4	21	4	4	3	3	2	16
129	4	4	4	4	4	4	4	5	33	5	4	4	4	4	4	25	3	5	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20
130	4	2	2	3	2	2	5	4	24	4	4	2	4	3	3	20	5	3	4	2	5	3	22	4	4	4	4	3	19
131	4	5	4	4	4	4	4	4	33	4	4	3	4	4	5	24	4	4	4	4	5	4	25	4	4	4	4	4	20
132	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	5	5	4	26	4	4	4	4	4	20
133	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	4	4	5	26	5	5	5	5	5	25
134	4	4	2	3	3	2	3	4	25	2	4	4	4	4	2	20	4	3	4	2	5	3	21	4	3	2	4	2	15
135	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	15
136	4	2	2	3	3	3	4	4	25	2	3	2	2	4	2	15	4	2	4	2	4	2	18	4	4	3	3	3	17
137	5	4	1	5	2	2	2	2	23	2	2	4	4	3	4	19	4	2	4	3	5	3	21	5	4	2	4	2	17

Keterangan :
Nilai 1 : Sangat Tidak Setuju
Nilai 2 : Tidak Setuju
Nilai 3 : Kurang Setuju
Nilai 4 : Cukup Setuju
Nilai 5 : Setuju
Nilai 6 : Sangat Setuju

Lembar 7: Hasil Pengolahan SPSS

1. Hasil jawaban responden

Adapun jawaban-jawaban dari responden yang diperoleh ditampilkan pada tabel-tabel berikut :

a. Pernyataan mengenai Kualitas Produk (X1)

Saya dilayani dengan cepat di TSB X1.2

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Sangat tidak setuju	1	.7	.7	.7
	Tidak setuju	29	21.2	21.2	21.9
	Kurang setuju	54	39.4	39.4	61.3
	Cukup setuju	44	32.1	32.1	93.4
	Setuju	9	6.6	6.6	100.0
	Total	137	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan SPSS Versi 23.00, Tahun 2020

Buah yang dibeli memiliki ketahanan yang baik X1.3

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	sangat tidak setuju	14	10.2	10.2	10.2
	tidak setuju	52	38.0	38.0	48.2
	kurang setuju	33	24.1	24.1	72.3
	cukup setuju	32	23.4	23.4	95.6
	Setuju	6	4.4	4.4	100.0
	Total	137	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan SPSS Versi 23.00, Tahun 2020

**Membeli Buah yang mengkal atau mentah akan masak sesuai perkiraan karyawan
X1.4**

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid sangat tidak setuju	2	1.5	1.5	1.5
tidak setuju	49	35.8	35.8	37.2
kurang setuju	49	35.8	35.8	73.0
cukup setuju	27	19.7	19.7	92.7
Setuju	10	7.3	7.3	100.0
Total	137	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan SPSS Versi 23.00, Tahun 2020

**Susunan buah di TSB membuat saya mudah dalam memilih buah yang ingin saya beli
X1.5**

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid sangat tidak setuju	6	4.4	4.4	4.4
tidak setuju	58	42.3	42.3	46.7
kurang setuju	34	24.8	24.8	71.5
cukup setuju	30	21.9	21.9	93.4
setuju	7	5.1	5.1	98.5
sangat setuju	2	1.5	1.5	100.0
Total	137	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan SPSS Versi 23.00, Tahun 2020

**Tata letak buah di TSB enak di pandang
X1.6**

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid sangat tidak setuju	6	4.4	4.4	4.4
tidak setuju	59	43.1	43.1	47.4
kurang setuju	33	24.1	24.1	71.5
cukup setuju	35	25.5	25.5	97.1
setuju	4	2.9	2.9	100.0
Total	137	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan SPSS Versi 23.00, Tahun 2020

Karyawan dapat membantu memperkirakan daya tahan buah
X1.7

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid sangat tidak setuju	1	.7	.7	.7
tidak setuju	33	24.1	24.1	24.8
kurang setuju	43	31.4	31.4	56.2
cukup setuju	48	35.0	35.0	91.2
setuju	12	8.8	8.8	100.0
Total	137	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan SPSS Versi 23.00, Tahun 2020

Karyawan TSB mau membantu memilih buah yang benar-benar bagus dan sesuai dengan yang saya inginkan

X1.8

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid tidak setuju	18	13.1	13.1	13.1
kurang setuju	42	30.7	30.7	43.8
cukup setuju	60	43.8	43.8	87.6
setuju	16	11.7	11.7	99.3
sangat setuju	1	.7	.7	100.0
Total	137	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan SPSS Versi 23.00, Tahun 2020

b. Pernyataan mengenai Harga (X2)

Harga yang di berikan sesuai dengan kualitas buah

X2.1

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid sangat tidak setuju	2	1.5	1.5	1.5
tidak setuju	41	29.9	29.9	31.4
kurang setuju	53	38.7	38.7	70.1
cukup setuju	37	27.0	27.0	97.1
setuju	4	2.9	2.9	100.0
Total	137	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan SPSS Versi 23.00, Tahun 2020

TSB memberikan potongan harga jika berbelanja banyak/borongan
X2.2

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	sangat tidak setuju	7	5.1	5.1	5.1
	tidak setuju	36	26.3	26.3	31.4
	kurang setuju	28	20.4	20.4	51.8
	cukup setuju	48	35.0	35.0	86.9
	setuju	18	13.1	13.1	100.0
	Total	137	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan SPSS Versi 23.00, Tahun 2020

TSB memberikan bonus THR setiap tahunnya kepada pelanggan
X2.3

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	sangat tidak setuju	8	5.8	5.8	5.8
	tidak setuju	51	37.2	37.2	43.1
	kurang setuju	24	17.5	17.5	60.6
	cukup setuju	43	31.4	31.4	92.0
	setuju	10	7.3	7.3	99.3
	sangat setuju	1	.7	.7	100.0
	Total	137	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan SPSS Versi 23.00, Tahun 2020

Saya senang karena bila berbelanja banyak TSB akan memberi bonus
X2.4

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	sangat tidak setuju	9	6.6	6.6	6.6
	tidak setuju	61	44.5	44.5	51.1
	kurang setuju	23	16.8	16.8	67.9
	cukup setuju	37	27.0	27.0	94.9
	setuju	7	5.1	5.1	100.0
	Total	137	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan SPSS Versi 23.00, Tahun 2020

Saya senang dengan berbelanja banyak TSB bisa mengurangi harga dan timbangan di lebihkan
X2.5

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid sangat tidak setuju	10	7.3	7.3	7.3
tidak setuju	50	36.5	36.5	43.8
kurang setuju	28	20.4	20.4	64.2
cukup setuju	39	28.5	28.5	92.7
setuju	9	6.6	6.6	99.3
sangat setuju	1	.7	.7	100.0
Total	137	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan SPSS Versi 23.00, Tahun 2020

Saya senang berlangganan di TSB karena sering dapat bonus
X2.6

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid sangat tidak setuju	10	7.3	7.3	7.3
tidak setuju	65	47.4	47.4	54.7
kurang setuju	24	17.5	17.5	72.3
cukup setuju	29	21.2	21.2	93.4
setuju	8	5.8	5.8	99.3
sangat setuju	1	.7	.7	100.0
Total	137	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan SPSS Versi 23.00, Tahun 2020

c. Pernyataan mengenai Kualitas Pelayanan

Karyawan TSB hapal dengan buah yang saya beli
X3.1

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid tidak setuju	7	5.1	5.1	5.1
kurang setuju	26	19.0	19.0	24.1
cukup setuju	66	48.2	48.2	72.3
Setuju	35	25.5	25.5	97.8
sangat setuju	3	2.2	2.2	100.0
Total	137	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan SPSS Versi 23.00, Tahun 2020

Karyawan TSB menyambut pelanggan dengan ramah dan sopan
X3.2

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid sangat tidak setuju	1	.7	.7	.7
tidak setuju	28	20.4	20.4	21.2
kurang setuju	49	35.8	35.8	56.9
cukup setuju	51	37.2	37.2	94.2
setuju	8	5.8	5.8	100.0
Total	137	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan SPSS Versi 23.00, Tahun 2020

Saya senang karena karyawan TSB hapal dengan pelanggan
X3.3

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid tidak setuju	11	8.0	8.0	8.0
kurang setuju	27	19.7	19.7	27.7
cukup setuju	65	47.4	47.4	75.2
setuju	31	22.6	22.6	97.8
sangat setuju	3	2.2	2.2	100.0
Total	137	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan SPSS Versi 23.00, Tahun 2020

Jam operasional TSB menurut saya bagus
X3.4

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid sangat tidak setuju	1	.7	.7	.7
tidak setuju	63	46.0	46.0	46.7
kurang setuju	33	24.1	24.1	70.8
cukup setuju	29	21.2	21.2	92.0
setuju	10	7.3	7.3	99.3
sangat setuju	1	.7	.7	100.0
Total	137	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan SPSS Versi 23.00, Tahun 2020

TSB sangat membantu karena tetap buka di hari besar sehingga saya tidak perlu membeli ketempat lain
X3.5

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid tidak setuju	6	4.4	4.4	4.4
kurang setuju	13	9.5	9.5	13.9
cukup setuju	51	37.2	37.2	51.1
setuju	60	43.8	43.8	94.9
sangat setuju	7	5.1	5.1	100.0
Total	137	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan SPSS Versi 23.00, Tahun 2020

Pegawai melayani dengan semangat dan cepat
X3.6

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid sangat tidak setuju	1	.7	.7	.7
tidak setuju	52	38.0	38.0	38.7
kurang setuju	46	33.6	33.6	72.3
cukup setuju	33	24.1	24.1	96.4
setuju	5	3.6	3.6	100.0
Total	137	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan SPSS Versi 23.00, Tahun 2020

Saya dapat menyampaikan keluhan berbelanja kepada TSB
Y1

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid tidak setuju	6	4.4	4.4	4.4
kurang setuju	25	18.2	18.2	22.6
cukup setuju	70	51.1	51.1	73.7
setuju	32	23.4	23.4	97.1
sangat setuju	4	2.9	2.9	100.0
Total	137	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan SPSS Versi 23.00, Tahun 2020

**TSB menerima saran yang disampaikan pelanggan
Y2**

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid tidak setuju	23	16.8	16.8	16.8
kurang setuju	52	38.0	38.0	54.7
cukup setuju	52	38.0	38.0	92.7
setuju	10	7.3	7.3	100.0
Total	137	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan SPSS Versi 23.00, Tahun 2020

**Saya senang memberikan saran ke pada TSB
Y3**

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid tidak setuju	11	8.0	8.0	8.0
kurang setuju	27	19.7	19.7	27.7
cukup setuju	65	47.4	47.4	75.2
Setuju	31	22.6	22.6	97.8
sangat setuju	3	2.2	2.2	100.0
Total	137	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan SPSS Versi 23.00, Tahun 2020

**Setiap saran yang saya berikan diterima baik oleh TSB
Y4**

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid sangat tidak setuju	1	.7	.7	.7
tidak setuju	21	15.3	15.3	16.1
kurang setuju	67	48.9	48.9	65.0
cukup setuju	39	28.5	28.5	93.4
Setuju	9	6.6	6.6	100.0
Total	137	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan SPSS Versi 23.00, Tahun 2020

Saya sangat menyukai TSB
Y5

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	tidak setuju	17	12.4	12.4	12.4
	kurang setuju	73	53.3	53.3	65.7
	cukup setuju	36	26.3	26.3	92.0
	Setuju	11	8.0	8.0	100.0
	Total	137	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan SPSS Versi 23.00, Tahun 2020

Jika ada toko buah yang lebih baik saya tidak akan beralih
Y6

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	sangat tidak setuju	71	51.8	51.8	51.8
	tidak setuju	17	12.4	12.4	64.2
	kurang setuju	21	15.3	15.3	79.6
	cukup setuju	17	12.4	12.4	92.0
	Setuju	11	8.0	8.0	100.0
	Total	137	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan SPSS Versi 23.00, Tahun 2020

2. Hasil Uji Reabilitas

a. Kualitas Produk (X1)

Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.725	7

Sumber : Pengolahan SPSS Versi 23.00, Tahun 2020

b. Harga (X2)

Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.807	6

Sumber : Pengolahan SPSS Versi 23.00, Tahun 2020

c. Kualitas Pelayanan (X3)

Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.776	3

Sumber : Pengolahan SPSS Versi 23.00, Tahun 2020

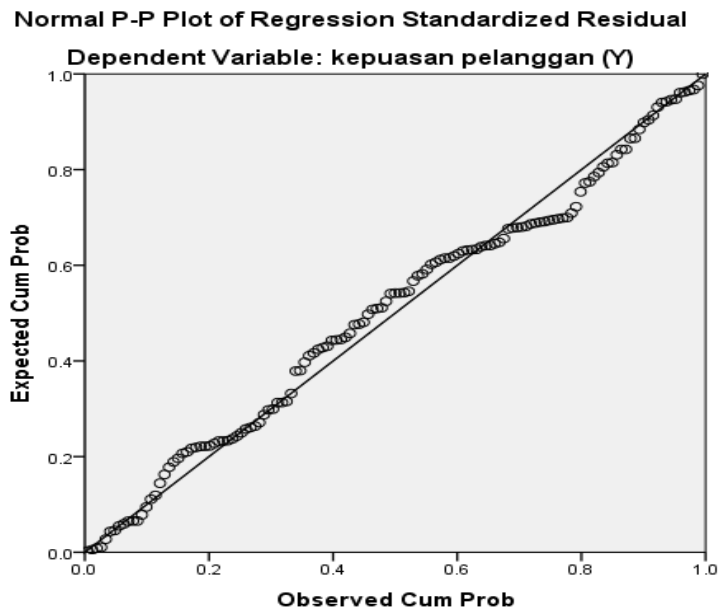
d. Kepuasan Pelanggan (Y)

Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.709	4

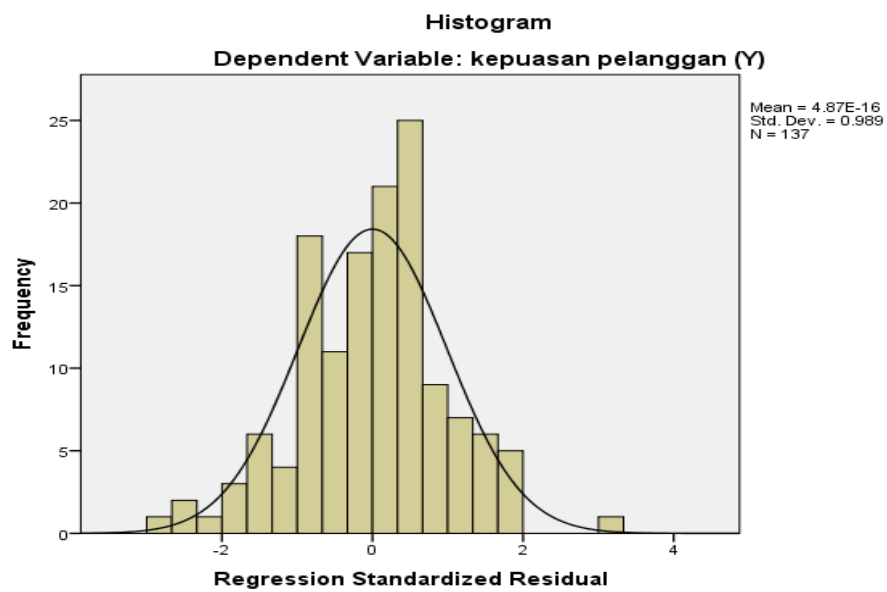
Sumber : Pengolahan SPSS Versi 23.00, Tahun 2020

3. Hasil Uji Normalitas



Gambar Uji Normalitas

Sumber : Pengolahan SPSS Versi 23.00, Tahun 2020



Gambar pengujian Normalitas P-P Plot

Sumber : Pengolahan SPSS Versi 23.00, Tahun 20120

4. Hasil Uji Multikolinieritas

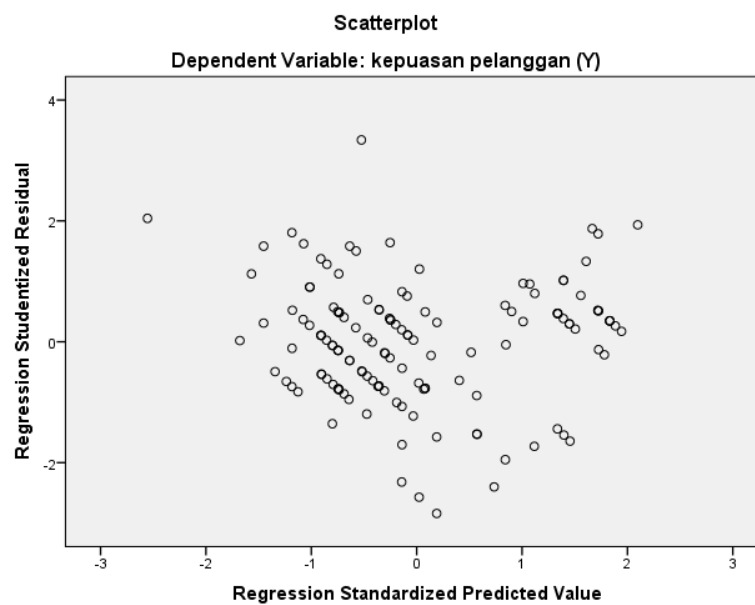
Coefficients^a

Model		<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	(Constant)		
	kualitas produk (X1)	.480	2.084
	harga (X2)	.537	1.863
	kualitas pelayanan (X3)	.459	2.180

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Pengolahan SPSS Versi 23.00, Tahun 2020

5. Hasil Uji Heterokedastisitas



Gambar Uji Heterokedastisitas

Sumber : Pengolahan SPSS Versi 23.00, Tahun 2020

6. Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>
1 (Constant)	.804	.725	
kualitas produk (X1)	.135	.047	.196
harga (X2)	.132	.040	.210
kualitas pelayanan (X3)	.659	.087	.533

a. *Dependent Variable: Kepuasan Pembelian (Y)*

Sumber : Pengolahan SPSS Versi 23.00, Tahun 2020

7. Hasil Uji Simultan (Uji - F)

ANOVA^a

Model	<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1 Regression	795.495	3	265.165	104.220	.000 ^b
Residual	338.388	133	2.544		
Total	1133.883	136			

a. *Dependent Variable: kepuasan pelanggan (Y)*

b. *Predictors: (Constant), kualitas pelayanan (X3), harga (X2), kualitas produk (X1)*

8. Hasil Uji Parsial (Uji – t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.804	.725		1.110	.269
	kualitas produk (X1)	.135	.047	.196	2.865	.005
	harga (X2)	.132	.040	.210	3.255	.001
	kualitas pelayanan (X3)	.659	.087	.533	7.614	.000

Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Pengolahan SPSS Versi 23.00, Tahun 2020

9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.838 ^a	.702	.695	1.595

. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X3), Brand Harga (X2), Kualitas Produk (X1)

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Pengolahan SPSS Versi 23.00, Tahun 2020

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
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
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	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
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
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
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
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
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
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
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
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
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
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
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
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
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
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
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	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
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
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
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
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
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
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
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
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
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
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
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
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	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

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	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
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	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
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	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
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	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
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
136	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74
137	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
138	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
139	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
140	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
141	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
142	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
143	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
144	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
145	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
146	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.74
147	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
148	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
149	3.90	3.06	2.67	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
150	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
151	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
152	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
153	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
154	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
155	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
156	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
157	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
158	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
159	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
160	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
161	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
162	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
163	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
164	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
165	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
166	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
167	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
168	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
169	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
170	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
171	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
172	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
173	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
174	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
175	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
176	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
177	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
178	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
179	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
180	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

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

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 121 –160)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung