

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai analisis pengaruh cita rasa, harga, dan kualitas pelayanan, terhadap kepuasan konsumen di UMKM Pecel Lele Podo Tresno Sako Kenten, maka dapat diambil kesimpulan jawaban dari beberapa perumusan masalah sebagai berikut:

1. Cita rasa, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Pecel Lele Podo Tresno Sako Kenten. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan nilai F hitung 213,932 menunjukkan adanya pengaruh secara simultan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kombinasi dari kualitas cita rasa, kesesuaian harga, dan kualitas pelayanan yang diberikan.
2. Cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Pecel Lele Podo Tresno Sako Kenten. memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung sebesar 3,732 yang lebih besar daripada t tabel sebesar 1,985. Semakin baik cita rasa makanan yang disajikan dan sesuai dengan harapan konsumen, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.
3. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Pecel Lele Podo Tresno Sako Kenten. nilai signifikansi sebesar 0,003 yang lebih kecil dari 0,05 serta nilai t hitung sebesar 3,019 yang lebih besar daripada t tabel sebesar 1,985. Hasil tersebut menunjukkan bahwa

Harga (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Hal ini mengindikasikan bahwa harga yang ditetapkan oleh Pecel Lele Podo Tresno telah sesuai dengan manfaat, kualitas produk, dan kemampuan daya beli konsumen. Harga yang dianggap sesuai dengan kualitas produk dan manfaat yang diterima konsumen mampu meningkatkan kepuasan konsumen.

4. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Pecel Lele Podo Tresno Sako Kenten. memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 serta nilai t hitung sebesar 4,476 yang lebih besar daripada t tabel sebesar 1,985. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Kualitas pelayanan yang ramah, cepat, tanggap, dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen dapat memberikan pengalaman yang baik sehingga meningkatkan kepuasan konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan, maka peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi UMKM Pecel Lele Podo Tresno Sako Kenten

Hasil penelitian menunjukkan bahwa cita rasa, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan maupun parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, pihak pengelola disarankan untuk senantiasa mempertahankan dan meningkatkan kualitas ketiga aspek tersebut secara konsisten.

- a. Dari sisi cita rasa, pengelola hendaknya menjaga konsistensi rasa makanan yang disajikan agar sesuai dengan harapan konsumen, mengingat cita rasa merupakan salah satu faktor utama yang mendorong kepuasan. Hal ini dapat dilakukan dengan menetapkan standar bumbu dan teknik memasak yang baku sehingga kualitas rasa tetap terjaga setiap saat.
- b. Dari sisi harga, pengelola disarankan untuk tetap mempertahankan penetapan harga yang terjangkau dan sepadan dengan kualitas produk yang ditawarkan. Evaluasi harga secara berkala juga perlu dilakukan agar tetap kompetitif di tengah persaingan usaha kuliner sejenis di wilayah Sako Kenten, Palembang.
- c. Dari sisi kualitas pelayanan, pengelola disarankan untuk terus meningkatkan kemampuan dan sikap pegawai dalam melayani konsumen, khususnya dalam hal kecepatan, keramahan, dan ketanggapan terhadap kebutuhan pelanggan. Pelatihan kualitas pelayanan secara rutin dapat menjadi salah satu upaya untuk mencapai standar kualitas pelayanan yang lebih baik.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini hanya mencakup tiga variabel independen, yaitu cita rasa, harga, dan kualitas pelayanan. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa, disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan konsumen, seperti suasana tempat (*atmosphere*), promosi, atau

kualitas produk secara lebih mendalam. Selain itu, penggunaan objek penelitian yang lebih luas atau perbandingan antar usaha kuliner sejenis juga dapat memperkaya temuan yang dihasilkan.

LAMPIRAN

Lampiran 1 KUESIONER PENELITIAN

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Cita Rasa, Harga, dan Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan

Konsumen pada UMKM Pecel Lele Podo Tresno Palembang

PETUNTUK PENGISIAN KUISIONER

Mohon bantuan dari kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk menjawab pernyataan yang kami ajukan. Jawaban Anda akan kami jamin kerahasiaannya dan jawaban dari kuesioner ini akan dipergunakan untuk menyelesaikan tugas akhir di Universitas Tridinanti

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelami : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan
3. Usia : ☐ < 17 tahun ☐ 17–30 tahun ☐ > 30 tahun
4. Pekerjaan : ☐ Pelajar ☐ Karyawan ☐ Wiraswasta ☐ Lainnya
5. Frekuensi kunjungan : ☐ Pertama kali ☐ 3-5 kali ☐ > 5 kali

B. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda centang (✓) pada kolom jawaban yang paling sesuai dengan pendapat Anda. Keterangan skala:

SS = Sangat Setuju N = Netral STS = Sangat
S = Setuju TS = Tidak Setuju Tidak Setuju

C. Pernyataan

Variabel Cita Rasa (X1)						
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Makanan yang disajikan di Pecel Lele Podo Tresno terasa lezat dan memuaskan selera saya.					
2	Cita rasa makanan yang disajikan sesuai dengan preferensi dan harapan saya.					
3	Rasa makanan di Pecel Lele Podo Tresno selalu konsisten setiap kali saya berkunjung.					

4	Tekstur makanan yang disajikan (renyah, lembut, atau kenyal) sesuai dengan yang saya harapkan.					
5	Tekstur makanan di Pecel Lele Podo Tresno selalu konsisten dari setiap kali pembelian.					
6	Aroma makanan yang disajikan di Pecel Lele Podo Tresno mendukung kelezatan hidangannya.					
7	Aroma masakan di Pecel Lele Podo Tresno mampu meningkatkan selera makan saya.					
8	Tampilan makanan yang disajikan di Pecel Lele Podo Tresno terlihat menarik dan menggugah selera.					
9	Makanan disajikan secara rapi dan tertata dengan baik.					
10	Makanan disajikan pada suhu yang sesuai sehingga memberikan pengalaman makan yang optimal.					
Variabel Harga (X2)						
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Harga makanan di Pecel Lele Podo Tresno terjangkau.					
2	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kemampuan daya beli saya.					
3	Harga yang dibayarkan sesuai dengan kualitas rasa makanan yang saya terima.					
4	Harga yang dibayarkan sesuai dengan kualitas penyajian makanan yang diberikan.					
5	Harga makanan di Pecel Lele Podo Tresno mampu bersaing dengan warung pecel lele lain di sekitar lokasi.					
6	Harga yang ditawarkan lebih menarik dibandingkan warung pecel lele lain di sekitar lokasi.					

7	Perbedaan harga antara Pecel Lele Podo Tresno dengan pesaing masih dapat saya terima.					
8	Harga yang saya bayarkan sesuai dengan porsi makanan yang disajikan.					
9	Harga yang saya bayarkan sebanding dengan manfaat yang saya peroleh.					
10	Harga makanan di Pecel Lele Podo Tresno terasa layak bagi saya.					
Variabel Kualitas pelayanan (X3)						
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Tempat makan di Pecel Lele Podo Tresno terlihat bersih dan terjaga kebersihannya.					
2	Kondisi dapur atau area masak di Pecel Lele Podo Tresno terlihat bersih dan higienis.					
3	Makanan yang saya terima sesuai dengan pesanan yang saya minta.					
4	Pesanan saya disajikan tepat waktu tanpa membuat saya menunggu terlalu lama.					
5	Karyawan memberikan kualitas pelayanan dengan cepat dan tanggap.					
6	Karyawan sigap dalam menangani setiap permintaan dan kebutuhan saya.					
7	Karyawan bersikap ramah dan sopan dalam melayani saya.					
8	Karyawan memiliki pengetahuan yang cukup tentang menu yang ditawarkan sehingga dapat memberikan informasi yang saya butuhkan.					
9	Karyawan mampu memahami kebutuhan dan preferensi khusus saya sebagai konsumen.					
10	Karyawan bersedia mendengarkan masukan atau keluhan saya dengan baik.					

Variabel Kepuasan Konsumen (Y)						
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Produk yang saya terima di Pecel Lele Podo Tresno sesuai dengan harapan saya.					
2	Kualitas pelayanan yang saya terima sesuai dengan harapan saya.					
3	Harga yang saya bayarkan sesuai dengan harapan saya terhadap nilai produk.					
4	Secara keseluruhan, pengalaman makan di Pecel Lele Podo Tresno memenuhi harapan saya.					
5	Saya bersedia untuk kembali membeli di Pecel Lele Podo Tresno.					
6	Saya merasa mendapatkan nilai yang baik dari setiap pembelian di sini.					
7	Pecel Lele Podo Tresno menjadi pilihan utama saya ketika ingin makan pecel lele.					
8	Saya tidak berkeinginan untuk berpindah ke warung pecel lele lain.					
9	Saya bersedia merekomendasikan Pecel Lele Podo Tresno kepada keluarga atau teman saya.					
10	Saya akan mengajak orang lain untuk membeli di Pecel Lele Podo Tresno.					

Lampiran 2 Jawaban Kuesioner

Hasil Tabulasi Variabel Cita Rasa (X1)

[illegible]

No. Responde n	Cita Rasa (X1)										Tot al
	X1. 01	X1. 02	X1. 03	X1. 04	X1. 05	X1. 06	X1. 07	X1. 08	X1. 09	X1. 10	
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
36	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	44
37	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
38	5	5	3	4	3	4	5	4	4	2	39
39	5	5	3	4	3	5	5	5	5	3	43
40	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
41	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	44
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
44	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	43
45	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	43
46	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	47
47	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	46
48	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	46
49	4	3	4	5	4	3	4	4	4	3	38
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
51	4	5	5	5	5	4	4	3	3	5	43
52	5	4	4	5	3	4	5	4	5	3	42
53	4	4	3	4	3	4	5	4	4	5	40
54	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	43
55	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	16
56	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	44
57	4	4	3	4	3	3	3	5	5	5	39
58	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	46
59	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	44
60	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	45
61	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
63	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	46
64	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	35
65	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	43
66	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	36
67	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	44
68	4	3	3	4	4	5	5	3	4	4	39
69	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	44
70	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	45

[illegible]

Lampiran 3

Hasil Tabulasi Variabel Harga (X3)

No. Responde n	Harga (X2)										Tot al
	X2. 01	X2. 02	X2. 03	X2. 04	X2. 05	X2. 06	X2. 07	X2. 08	X2. 09	X2. 10	
1	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	38
2	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	48
3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	39
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
6	4	3	4	5	2	1	2	4	4	4	33
7	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	47
8	3	5	5	4	5	5	2	3	5	5	42
9	4	3	4	3	2	4	4	5	4	5	38
10	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	45
11	4	5	3	4	3	4	3	5	5	4	40
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
13	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	47
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
16	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	43
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
18	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	48
21	4	4	5	5	4	3	2	3	2	5	37
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
25	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
28	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
29	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	41
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
31	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	44
32	4	4	4	5	3	4	4	5	4	4	41
33	5	5	4	5	5	4	3	4	4	5	44

No. Responde n	Harga (X2)										Tot al
	X2. 01	X2. 02	X2. 03	X2. 04	X2. 05	X2. 06	X2. 07	X2. 08	X2. 09	X2. 10	
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
36	5	4	5	4	4	3	4	4	5	4	42
37	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	45
38	3	4	5	4	3	3	4	4	4	4	38
39	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	48
40	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	45
41	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
44	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	47
45	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	45
46	4	3	4	5	4	5	5	5	5	5	45
47	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	44
48	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	46
49	4	4	4	5	3	3	4	4	4	5	40
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
51	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	46
52	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	46
53	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	44
54	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	44
55	2	2	2	1	1	1	2	2	1	2	16
56	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	46
57	4	4	3	3	4	4	5	5	3	4	39
58	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	48
59	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	45
60	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	46
61	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	44
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
63	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	46
64	4	4	4	3	3	4	5	5	3	4	39
65	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	45
66	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	36
67	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	45
68	4	4	3	3	5	5	3	4	4	3	38
69	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	46

[illegible]

Lampiran 4

Hasil Tabulasi Variabel Kualitas pelayanan (X3)

No. Responde n	Kualitas pelayanan (X3)										Tot al
	X3. 01	X3. 02	X3. 03	X3. 04	X3. 05	X3. 06	X3. 07	X3. 08	X3. 09	X3. 10	
1	4	2	3	2	4	4	3	5	3	4	34
2	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	48
3	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	41
4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	43
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
6	3	4	4	5	5	5	3	2	4	5	40
7	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
8	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4	39
9	3	3	3	5	4	2	5	5	5	5	40
10	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	45
11	4	3	4	3	5	4	5	3	4	3	38
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
13	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	46
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
16	4	3	4	4	4	4	5	3	4	4	39
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
21	3	3	5	5	4	4	3	2	2	4	35
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
27	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	43
28	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	48
29	5	4	5	3	4	4	5	4	4	5	43
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
31	2	3	4	4	5	5	4	4	4	5	40
32	5	5	4	4	5	4	4	5	3	4	43
33	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	46

No. Responde n	Kualitas pelayanan (X3)										Tot al
	X3. 01	X3. 02	X3. 03	X3. 04	X3. 05	X3. 06	X3. 07	X3. 08	X3. 09	X3. 10	
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
36	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	44
37	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48
38	4	3	5	4	5	5	4	4	3	3	40
39	5	4	5	3	4	4	5	5	4	4	43
40	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
41	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
44	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	46
45	3	4	4	5	4	5	5	4	5	4	43
46	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	47
47	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	46
48	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	47
49	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	36
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
51	3	3	5	4	5	4	5	4	3	3	39
52	4	5	5	3	5	5	4	3	5	5	44
53	5	4	4	3	4	4	5	4	5	4	42
54	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	44
55	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	17
56	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	44
57	4	5	5	5	4	4	4	3	3	3	40
58	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	47
59	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	47
60	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	46
61	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	44
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
63	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	44
64	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	35
65	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	46
66	4	3	4	4	3	5	5	4	4	5	41
67	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	44
68	4	4	4	5	5	5	3	3	3	3	39
69	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	46

[illegible]

Lampiran 5

Hasil Tabulasi Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

[illegible]

No. Responden	Kepuasan Konsumen (Y)										
	Y.0 1	Y.0 2	Y.0 3	Y.0 4	Y.0 5	Y.0 6	Y.0 7	Y.0 8	Y.0 9	Y.1 0	Tot al
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
36	5	4	5	4	4	5	4	3	5	4	43
37	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
38	4	4	3	4	5	4	2	2	4	4	36
39	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
40	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	45
41	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
44	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
45	4	5	4	3	4	4	4	5	4	5	42
46	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48
47	5	4	5	3	4	5	5	4	4	4	43
48	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	44
49	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	37
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
51	5	4	4	4	5	3	4	4	5	4	42
52	5	4	4	5	4	5	3	3	4	4	41
53	5	4	4	5	5	5	3	4	4	5	44
54	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	45
55	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	17
56	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	46
57	4	4	4	5	5	5	3	3	5	5	43
58	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	46
59	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	46
60	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	47
61	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	44
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
63	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	46
64	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	35
65	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	45
66	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	35
67	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	43
68	4	5	4	4	5	5	3	3	3	4	40
69	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	45
70	4	4	4	4	5	5	3	3	3	3	38

[illegible]

LAMPIRAN 6

Uji Validitas Dan Realibilitas

1. Uji Validitas

Cita Rasa (X1)

		Correlations										Cita Rasa (X1)
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
X1.1	Pearson Correlation		1.679**	.540**	.523**	.416**	.495**	.530**	.531**	.477**	.433**	.755**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.679**		1.589**	.491**	.500**	.500**	.562**	.549**	.527**	.444**	.785**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.540**	.589**		1.635**	.605**	.457**	.452**	.524**	.312**	.493**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.523**	.491**	.635**		1.553**	.391**	.399**	.469**	.315**	.430**	.698**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.416**	.500**	.605**	.553**		1.527**	.471**	.476**	.294**	.496**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.003	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.495**	.500**	.457**	.391**	.527**		1.557**	.519**	.514**	.529**	.736**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.530**	.562**	.452**	.399**	.471**	.557**		1.690**	.547**	.384**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	.531**	.549**	.524**	.469**	.476**	.519**	.690**		1.594**	.480**	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.9	Pearson Correlation	.477**	.527**	.312**	.315**	.294**	.514**	.547**	.594**		1.488**	.686**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.001	.003	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.10	Pearson Correlation	.433**	.444**	.493**	.430**	.496**	.529**	.384**	.480**	.488**		.702**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Cita Rasa (X1)	Pearson Correlation	.755**	.785**	.760**	.698**	.724**	.736**	.758**	.795**	.686**	.702**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Harga (X2)

		Correlations										Harga (X2)
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	
X2.1	Pearson Correlation	1	.555**	.487**	.439**	.504**	.411**	.358**	.369**	.431**	.284**	.682**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.555**	1	.559**	.482**	.622**	.457**	.358**	.344**	.541**	.358**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.487**	.559**	1	.607**	.407**	.258**	.307**	.302**	.384**	.384**	.655**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.010	.002	.002	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.439**	.482**	.607**	1	.399**	.365**	.294**	.397**	.416**	.389**	.677**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.504**	.622**	.407**	.399**	1	.693**	.428**	.425**	.532**	.452**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.411**	.457**	.258**	.365**	.693**	1	.469**	.478**	.515**	.481**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.010	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	.358**	.358**	.307**	.294**	.428**	.469**	1	.654**	.419**	.310**	.666**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.003	.000	.000		.000	.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	.369**	.344**	.302**	.397**	.425**	.478**	.654**	1	.404**	.384**	.679**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.9	Pearson Correlation	.431**	.541**	.384**	.416**	.532**	.515**	.419**	.404**	1	.289**	.716**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.10	Pearson Correlation	.284**	.358**	.384**	.389**	.452**	.481**	.310**	.384**	.289**	1	.611**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.004		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Harga (X2)	Pearson Correlation	.682**	.748**	.655**	.677**	.796**	.752**	.666**	.679**	.716**	.611**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Kualitas pelayanan (X3)

		Correlations										Kualitas pelayanan (X3)
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	
X3.1	Pearson Correlation	1	.586**	.518**	.362**	.403**	.449**	.534**	.478**	.458**	.388**	.745**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.586**	1	.582**	.446**	.455**	.381**	.317**	.392**	.444**	.452**	.734**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.518**	.582**	1	.546**	.452**	.518**	.374**	.338**	.338**	.404**	.725**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.001	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.362**	.446**	.546**	1	.453**	.449**	.310**	.235*	.418**	.392**	.670**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.002	.019	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.403**	.455**	.452**	.453**	1	.704**	.345**	.244*	.320**	.273**	.664**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.014	.001	.006	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	.449**	.381**	.518**	.449**	.704**	1	.385**	.202*	.335**	.335**	.678**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.044	.001	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.7	Pearson Correlation	.534**	.317**	.374**	.310**	.345**	.385**	1	.529**	.500**	.426**	.671**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.002	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.8	Pearson Correlation	.478**	.392**	.338**	.235*	.244*	.202*	.529**	1	.548**	.438**	.639**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.019	.014	.044	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.9	Pearson Correlation	.458**	.444**	.338**	.418**	.320**	.335**	.500**	.548**	1	.659**	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.001	.001	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.10	Pearson Correlation	.388**	.452**	.404**	.392**	.273**	.335**	.426**	.438**	.659**	1	.686**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.006	.001	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Kualitas pelayanan (X3)	Pearson Correlation	.745**	.734**	.725**	.670**	.664**	.678**	.671**	.639**	.731**	.686**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Kepuasan Konsumen (Y)

		Correlations										Kepuasan Konsumen (Y)
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	
Y.1	Pearson Correlation	1	.517**	.589**	.523**	.521**	.498**	.461**	.359**	.415**	.447**	.756**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.517**	1	.530**	.499**	.529**	.462**	.386**	.434**	.458**	.549**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.589**	.530**	1	.646**	.475**	.359**	.380**	.326**	.342**	.505**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.523**	.499**	.646**	1	.629**	.358**	.251*	.249*	.271**	.517**	.700**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.012	.013	.006	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	.521**	.529**	.475**	.629**	1	.448**	.219*	.268**	.404**	.528**	.710**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.028	.007	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.6	Pearson Correlation	.498**	.462**	.359**	.358**	.448**	1	.363**	.263**	.269**	.399**	.627**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.008	.007	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.7	Pearson Correlation	.461**	.386**	.380**	.251*	.219*	.363**	1	.551**	.513**	.412**	.655**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.012	.028	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.8	Pearson Correlation	.359**	.434**	.326**	.249*	.268**	.263**	.551**	1	.397**	.517**	.641**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.013	.007	.008	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.9	Pearson Correlation	.415**	.458**	.342**	.271**	.404**	.269**	.513**	.397**	1	.557**	.656**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.006	.000	.007	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.10	Pearson Correlation	.447**	.549**	.505**	.517**	.528**	.399**	.412**	.517**	.557**	1	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Kepuasan Konsumen (Y)	Pearson Correlation	.756**	.761**	.732**	.700**	.710**	.627**	.655**	.641**	.656**	.774**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

2. Uji Realibilitas

Reliability Statistics X1

Cronbach's Alpha	N of Items
.907	10

Reliability Statistics X2

Cronbach's Alpha	N of Items
.883	10

Reliability Statistics X3

Cronbach's Alpha	N of Items
.880	10

Reliability Statistics Y

Cronbach's Alpha	N of Items
.883	10

LAMPIRAN 7

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

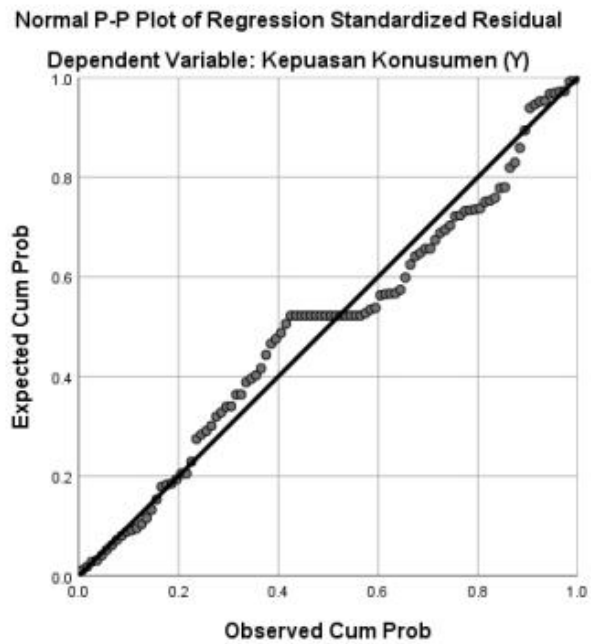
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.87730261
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.078
	Negative	-.102
Test Statistic		.102
Asymp. Sig. (2-tailed)		.012 ^c

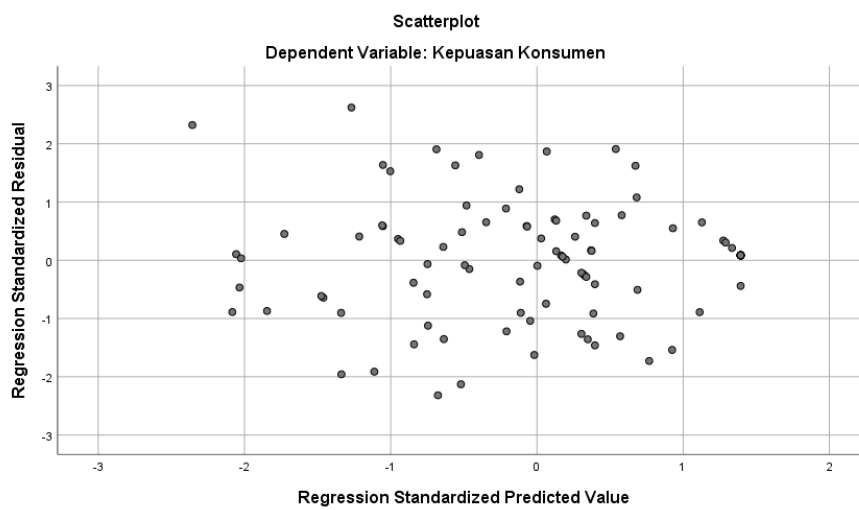
2. Uji Normalitas dengan pendekatan monte carlo

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.87730261
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.078
	Negative	-.102
Test Statistic		.102
Asymp. Sig. (2-tailed)		.012 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.232 ^d
	95% Confidence Interval	Lower Bound .223
		Upper Bound .240



2. Uji Heterokedastisitas



3. Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Cita Rasa	.262	3.815
Harga	.279	3.583
Kualitas pelayanan	.204	4.912

LAMPIRAN 8

Hasil Uji Statistik

1. Uji Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.151	1.688		1.274	.206
	Cita Rasa	.284	.076	.306	3.732	.000
	Harga	.249	.083	.244	3.019	.003
	Kualitas pelayanan	.421	.094	.423	4.476	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konusumen (Y)

2. Uji Koefisien Korelasi

		Cita Rasa	Harga	Kualitas pelayanan	Kepuasan Konsumen
Cita Rasa	Pearson Correlation	1	.784**	.848**	.849**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Harga	Pearson Correlation	.784**	1	.837**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
Kualitas pelayanan	Pearson Correlation	.848**	.837**	1	.878**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.849**	.827**	.878**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

3. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.908a	.825	.819	1.904

LAMPIRAN 9

Uji Hipotesis Statistik

1, Hasil Uji Secara Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2332.538	3	777.513	213.932	.000b
	Residual	348.902	96	3.634		
	Total	2681.440	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konusumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan (X3), Harga (X2), Cita Rasa (X1)

2, Hasil Uji Secara Parsial (Uji T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.151	1.688		1.274	.206
	Cita Rasa	.284	.076	.306	3.732	.000
	Harga	.249	.083	.244	3.019	.003
	Kualitas pelayanan	.421	.094	.423	4.476	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konusumen (Y)