

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN VARIASI PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RESTAURAN ICHIBAN SUSHI
LIVING WORLD KOTA PEKANBARU**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen (SE)*



OLEH :

MUHAMMAD TAUFIK RIADI
NIM.11970114990

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

2023



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

: MUHAMMAD TAUFIK RIADI

11970114990

PROGRAM STUDI : SI MANAJEMEN PEMASARAN

: EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

: VIII (DELAPAN)

: PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RESTAURAN .ICHIBAN SUSHI LIVING WORLD KOTA PEKANBARU

DISETUJUI OLEH

PEMBIMBING

Astuti Meffinda, SE, MM

NIP. 19720513 200701 2 018

MENGETAHUI

KETUA PRODI MANAJEMEN

Astuti Meffinda, SE, MM

NIP. 19720513 200701 2 018

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hi. Marni, SE, MM
NIP. 19700816 199903 2 001



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

: Muhammad Taufik Riadi

11970114990

: Manajemen

: Ekonomi Dan Ilmu Sosial

: Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Restaurant Ichiban Sushi Living World Kota Pekanbaru

: 26 Juni 2023

Tim Penguji

Rektor

Dr. Khairunsyah Purba, S.Sos, M.Si

Dekan

Fitimah Zuhra, S.Si, M.Stat

Penguji 1

M. R. Haniffa, SE, MM

Penguji 2

M. Rachmad, SE, MM

UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengantarinya dengan menyebutkan sumbernya.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Lampiran Surat :
 Nomor : Nomor 25/2021
 Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Taufik Riadi
 NIM : 11970114990
 Tempat/Tgl. Lahir : Batam, 17 Januari 2000
 Fakultas/Pascasarjana : Fakultas ekonomi dan ilmu sosial
 Prodi : Manajemen

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*:

Pengaruh kualitas pelayanan dan Variasi Produk terhadap
 Kepuasan konsumen Restoran Icebun susu Living World
 Kota Pekanbaru.

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 10 Juli 2023

Yang membuat pernyataan



Taufik

MUHAMMAD TAUFIK RIADI
 NIM: 11970114990

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pilih salah satu sesuai jenis karya tulis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RESTAURAN ICHIBAN SUSHI LIVING WORLD KOTA PEKANBARU

Oleh:

MUHAMMAD TAUFIK RIADI
NIM.11970114990

Kota Pekanbaru memiliki banyak usaha kuliner yang menyediakan berbagai macam pilihan baik kuliner nusantara maupun mancanegara, seperti Restoran Ichiban Sushi Living World Pekanbaru yang merupakan restoran khas makanan jepang dengan menu utama sushi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan variasi produk terhadap kepuasan konsumen restoran Ichiban Sushi Living World Kota Pekanbaru. Adapun sampel dalam penelitian ini masyarakat Kota Pekanbaru yang pernah melakukan pembelian di restoran Ichiban Sushi Living World pada tahun 2023. Metode pengambilan sampel dalam penelitian menggunakan purposive sampling sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah metode regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan hasil t hitung $((2,310) > t$ tabel 1,984 dan sig $(0,23) < 0,05$) dan pengaruh variasi produk terhadap kepuasan konsumen dengan t hitung $((2,491) > t$ tabel 1,984 dan sig $(0,14) < 0,05$). Dengan menggunakan uji F kualitas pelayanan dan variasi produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (F hitung 6,894 > dari F tabel 3,09 dengan signifikan yang dihasilkan $0,002 < 0,05$). Besar pengaruh kualitas pelayanan dan variasi produk terhadap kepuasan konsumen restoran Ichiban Sushi Living World Kota Pekanbaru ditunjukkan dengan koefisien determinasi sebesar 0,421 (42,1%). Hasil ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1), dan variasi produk (X_2) berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Sedangkan sisanya 57,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini..

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Variasi Produk, Kepuasan Konsumen



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillah Rabbil alamiin segala puji bagi Allah SWT tuhan semesta alam, yang senantiasa memberikan kesabaran, kesehatan, kesempatan dan kekuatan dalam menyelesaikan skripsi ini dengan tepat pada waktunya. Shalawat dan salam senantiasa diarahkan buat baginda Rasulullah SAW, yang telah mengeluarkan umatnya dari alam kebodohan kealam yang berilmu pengetahuan untuk dapat mengarungi kehidupan baik di dunia maupun di akhirat.

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Ichiban Sushi Living World Kota Pekanbaru” merupakan karya ilmiah yang disusun untuk memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari ada kelebihan dan kekurangan, apabila terdapat terdapat kebenaran dalam skripsi ini maka itu berasal dari Allah SWT. Namun apabila dalam skripsi ini terdapat kesalahan maka itu datang nya dari penulis sendiri. Atas segala kekurangan dalam penulisan skripsi ini penulis mengharapkan kritikan dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun sehingga diharapkan dapat membawa perkembangan bagi penulis dikemudian hari

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam kesempatan ini, penulis berterimah kasih yang tak terhingga kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis hingga selesainya skripsi ini yaitu kepada Untuk yang teristimewa buat Baba Naceur Zouiten dan Ibunda Endang Setianingsih yang telah membesarkan, mendidik, mengayomi serta mendo'akan peneliti dan keluarga tercinta yang senantiasa mendo'akan, memotivasi, sekaligus memberi dukungan moril maupun materi serta semangat untuk menyelesaikan skripsi. :

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas, M.Ag selaku rektor UIN SUSKA Riau dan seluruh civitis Akademik UIN SUSKA Riau
2. Ibu DR. Hj. Mahyarni, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial.
3. Bapak DR. Kamaruddin, S.Sos, M.Si selaku Wakil Dekan I, bapak DR. Mahmuzar, SH, M.Hum selaku Wakil Dekan II, dan ibu DR. Hj. Julina, SE, M.Si selaku Wakil Dekan III yang bersedia mempermudah penulis dalam penulisan skripsi.
4. Ibu Astuti Meflinda, SE, MM dan bapak Fakhrurrozi, SE, MM selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Manajemen.
5. Ibu Astuti Meflinda, SE, MM selaku pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, memperbaiki dan menyempurnakan materi sistematika penulisan dan mengorbankan dan meluangkan waktunya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
6. Ibu DR. Hj. Julina, SE, M.Si selaku penasehat Akademik yang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memberikan nasehat dalam masa perkuliahan.

7. Bapak dan Ibu dosen dan karyawan karyawan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial yang telah memberikan nasehat-nasehat yang terbaik yang membantu penulis selama perkuliahan dan Kepada Bapak Ibu pengelola Perpustakaan UIN Suska Riau, terima kasih atas peminjaman buku sebagai referensi bagi penulis.
8. Kepada seluruh pihak Ichuban Sushi Living Word Kota Pekanbaru yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan baik.
9. Dan juga untuk semua yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu namanya yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dan perkuliah ini

Atas semua dukungan yang diberikan oleh semua pihak, penulis hanya bisa mengucapkan terimakasih dan mendoakan agar memberikan balasan yang sempal dan menjadi amal jariyah hendaknya. Harapan penulis nantinya skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, terutama bagi penulis sendiri, dan untuk memperluas khasanah pengetahuan bagi kita semua. Amiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

UIN SUSKA RIAU
Pekanbaru, April 2023

Muhammad Taufik Riadi
NIM. 11970114990



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penulisan.....	10
1.4 Manfaat penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Manajemen Pemasaran.....	13
2.2 Kepuasan konsumen.....	16
2.3 Kualitas pelayanan.....	23
2.4 Variasi produk.....	29
2.5 Pandangan Islam Menurut Variabel yang diteliti.....	32
2.6 Hubungan antar variabel	36
2.7 Penelitian Terdahulu	38
2.8 Hipotesis Penelitian.....	40
2.9 Variabel Penelitian	41
2.10 Kerangka penelitian.....	42
2.11 Definisi Operasional Variabel	42



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

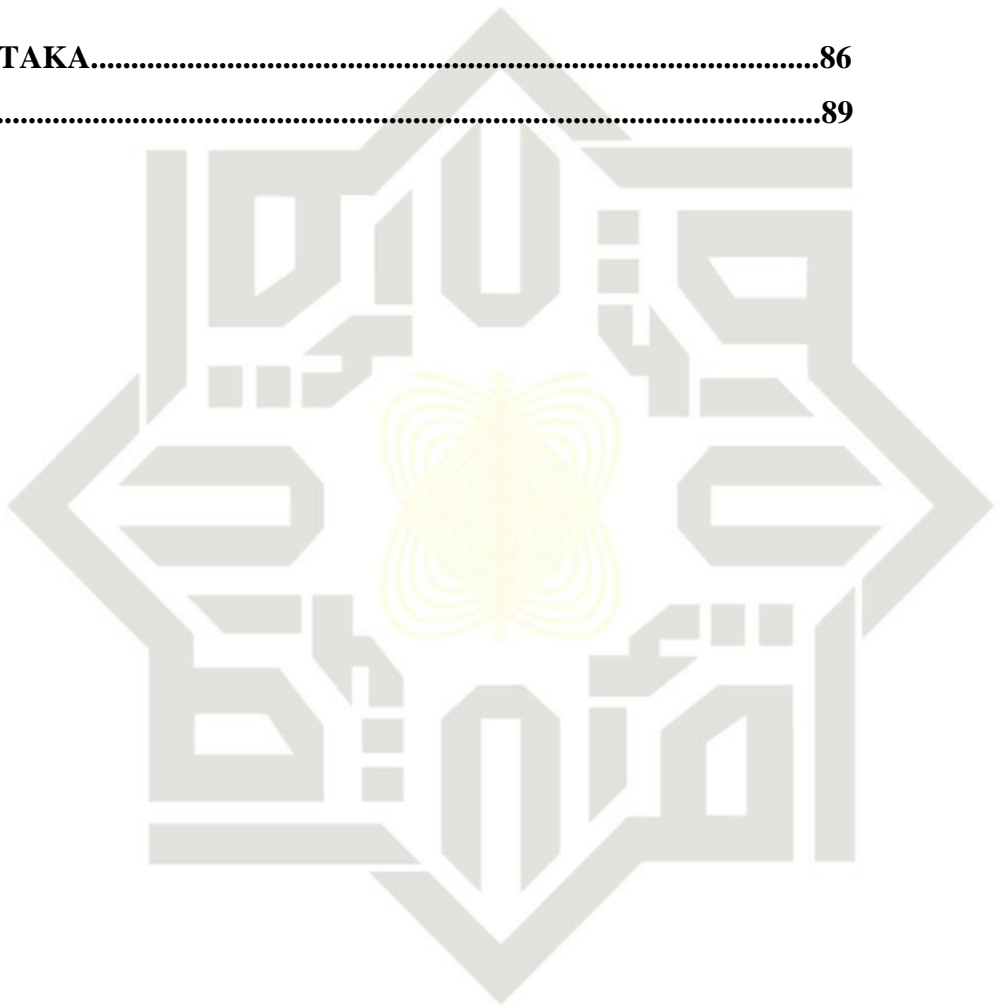
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	44
3.2 Jenis dan Sumber Data	44
3.3 Populasi & sampel.....	45
3.4 Metode pengumpulan data.....	47
3.5 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis	48
3.5.1 Metode analisis data	48
3.5.2 Uji kualitas data.....	48
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	49
3.5.4 Uji Statistik.....	51
3.5.5 Uji Regresi Linier Berganda.....	52
3.5.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	52
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	53
4.1 Sejarah umum restoran Ichiban Sushi	53
4.2 Sejarah Berdirinya restoran Ichiban Sushi Di Living World Pekanbaru ..	54
4.3 Menu restoran Ichiban Sushi.....	54
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
5.1 Karakteristik responden	57
5.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
5.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
5.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kedatangan	58
5.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	58
5.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	59
5.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	60
5.2 Deskriptif Variabel Penelian	60

5.3	Teknik Analisis Data.....	66
5.4	Pembahasan.....	78
BAB VI PENUTUP		84
6.1	Kesimpulan	84
6.2	Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....		86
LAMPIRAN.....		89

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Sniik Tjiln Sasna Dniai
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Restoran di Pekanbaru Tahun 2018-2022.....	2
Tabel 1.2 Restoran Jepang di Living World Pekanbaru.....	3
Tabel 1.3 Daftar menu makanan Ichiban Sushi	4
Tabel 1.4 Daftar menu minuman Ichiban Sushi.....	6
Tabel 1.5 Daftar Lokasi Restoran Ichiban di Pekanbaru.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	39
Tabel 2.2 Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel 3.1 Skala Likert.....	47
Tabel 5.1 Responden Berdasarkan Umur.....	57
Tabel 5.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 5.3 Responden Berdasarkan Kedatangan.....	58
Tabel 5.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
Tabel 5.5 Responden Berdasarkan Penghasilan.....	59
Tabel 5.6 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	60
Tabel 5.7 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....	61
Tabel 5.8 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Variasi Produk (X2)....	63
Tabel 5.9 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	65
Tabel 5.10 Uji Validitas	67
Tabel 5.11 Uji Reliabilitas	69
Tabel 5.12 Uji Normalitas.....	71
Tabel 5.13 Uji Multikolinieritas.....	72
Tabel 5.14 Regresi Linier Berganda	74
Tabel 5.15 Uji T.....	75
Tabel 5.16 Uji F.....	77
Tabel 5.17 Uji koefisien determinasi	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	42
Gambar 5.1 Uji Normalitas	70
Gambar 5.2 Normal P-P Plot	70
Gambar 5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	73



UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring perkembangan zaman serta adanya era globalisasi, akibatnya muncul dampak tinggi pada tingkat urbanisasi penduduk ke perkotaan semakin pesat. Selain itu mobilitas seseorang didaerah khususnya diperkotaan juga mengalami peningkatan. Kota Pekanbaru sebagai Daerah pusat di Provinsi Riau, aktivitas seseorang yang begitu padat mendorong beberapa aktivitas utamanya seperti makan dan minum dituntut secara praktis dan ekonomis, karena banyak yang tidak memiliki waktu untuk menyiapkan makanannya sendiri. Sehingga kemungkinan besar seseorang tersebut untuk memilih makan diluar rumah. Kegiatan makan yang pada dasarnya hanya untuk memenuhi kebutuhan asupan harian, kini sedikit bergeser seiring perkembangan modernisasi, kegiatan mengkonsumsi makanan juga disertai dengan orientasi kepuasan atau kesenangan dan sebagai nilai *prestige* bagi diri seseorang.

Provinsi Riau merupakan wilayah strategis dimana penduduknya semakin meningkat dan menjadikannya kota Metropolitan. Pesatnya perkembangan provinsi Riau tercermin dari tingginya pertumbuhan usaha di beberapa kabupaten yang ada di provinsi Riau. Salah satu usaha yang sangat menonjol adalah usaha di bidang kuliner. Hampir disetiap sudut kota tersebar berbagai jenis kuliner. Usaha kuliner ini tidak hanya berupa minuman, namun juga berupa makanan mulai dari makanan ringan, makan berat, bahkan makanan yang berbau luar negeri seperti makanan jepang, makanan korea juga dapat ditemui di provinsi Riau. Berikut

disajikan jumlah rumah makan atau restoran yang ada di provinsi Riau.

Tabel 1.1
Jumlah Restoran di Pekanbaru Tahun 2018-2022

Kabupaten/Kota	Jumlah Rumah Makan/Restoran				
	2018	2019	2020	2021	2022
Kabupaten					
Kuantan Singingi	42	69	126	126	128
Indragiri Hulu	31	39	54	54	57
Indragiri Hilir	148	370	402	402	406
Pelalawan	134	164	164	164	169
Siak	135	179	206	196	198
Kampar	118	133	133	133	133
Rokan Hulu	271	286	373	373	376
Bengkalis	206	212	212	212	216
Rokan Hilir	153	168	243	243	247
Kepulauan Meranti	18	18	51	51	52
Kota					
Pekanbaru	1.842	1.911	1.911	1.722	1.749
Dumai	202	177	177	177	183
RIAU	3.300	3.726	4.052	3.853	3.914

Sumber : Dinas Pariwisata Provinsi Riau Diolah Tahun 2023

Jika kita lihat, kota Pekanbaru menjadi daerah dengan jumlah usaha kuliner terbanyak dibandingkan kabupaten/kota yang lain. Usaha kuliner yang ada di Pekanbaru sendiri sangat beragam. Mulai dari makanan dan minuman dengan cita rasa lokal hingga makanan dan minuman yang berbau luar negeri seperti Jepang, Korea, Meksiko dan lain sebagainya. Kota Pekanbaru sendiri sangat identik dengan kota yang penuh dengan gedung-gedung tinggi dan pusat pembelajarannya. Oleh sebab itu, beberapa usaha kuliner membangun tempat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Sate Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

usaha hanya didalam pusat perbelanjaan seperti salah satunya yaitu Living World Pekanbaru. Berikut data usaha kuliner atau restoran yang ada di Living World Pekanbaru:

Tabel 1. 2

Restauran di Living World Pekanbaru

No	Nama Restaurant
1	Ichiban Sushi
2	Colico
3	Xcoffee Living World
4	Dum Dum Thai Drinks Express
5	HokBen
6	Starbucks
7	Chatuchak Thai Drinks
8	Cocomas Terrace
9	Baskin Robbins
10	Mihimihi
11	Kalijodo The Coffee Spot
12	Pempek 628 Tini
13	Pepper Lunch
14	Ilaollao
15	Siomay Mahda
16	Willton Grill And Resto
17	A&W
18	Bakso Lapangan Tembak Senayan
19	Ohayou Cheese Toast Mall Living
20	Ayam Penyet RIA Khas Ibu RUTH
21	Tom Sushi
22	Solaria
23	Liang Sandwich Bar
24	Tea Amo
25	CFC
26	Cabe Merah
27	Marugame Udon & Tempura

Sumber : Badan Pendapatn Daerah Kota Pekanbaru, 2023

Kuliner mancanegara yang diincar oleh banyak kalangan di Kota Pekanbaru salah satunya adalah restoran Ichiban Sushi. Restoran Ichiban Sushi adalah salah satu kuliner yang menjual masakan khas jepang seperti berbagai

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

macam sushi, ramen dan minuman ocha. Restaurant Ichiban Sushi sendiri berdiri di Kota Pekanbaru pada tahun 2016 berlokasi di Mall Ska Pekanbaru, sedangkan pertama kali buka di Indonesia yakni di Ibu Kota Jakarta pada tahun 2014 berlokasi di Mall Cipinang Indah. Restaurant Ichiban sendiri sudah ada sejak tahun 1995. Sebagai salah satu kuliner yang terkenal di Kota Pekanbaru, restaurant Ichiban Sushi yang berawal membuka 1 cabang di mall SKA, sekarang sudah membuka cabang kedua di Mall Living World. Selain Ichiban Sushi, banyak restaurant masakan jepang yang menyajikan makanan *sushi, sashimi*, dll yang menjadi pesaingnya diantaranya Sushi Tei, Sushi Box, dll.

Ichiban Sushi berusaha mempertahankan pangsa pasarnya dengan cara mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumennya, dan mengembangkan suatu pemahaman mengenai bagaimana pelayanan terbaik dan hidangan terbaik yang diberikan karyawan Ichiban Sushi kepada para konsumen, sehingga konsumen tersebut dapat merasa puas atas kualitas pelayanan.

Salah satu upaya yang dilakukan Ichiban Sushi dalam memenuhi dan mempengaruhi kepuasan konsumen adalah dengan memberikan pelayanan yang sebaik mungkin dan menyediakan berbagai pilihan menu makanan. Berikut data menu restaurant Ichiban Sushi Living World Kota Pekanbaru :

Tabel 1. 3
Daftar menu makanan Ichiban Sushi

No	Menu Makanan	Harga
1	chizu gyoza	Rp 33,000
2	chizu tempura ramen	Rp 47,000
3	tori karaage	Rp 33,000
4	Gyoza	Rp 31,000
5	crispy crab sticks	Rp 24,000
6	french fries	Rp 25,000

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

7	tempura moriawase	Rp 38,000
8	ebi tempura	Rp 40,000
9	namazu kabayaki	Rp 35,000
10	miso soup	Rp 10,000
11	Gohan	Rp 10,000
12	salmon skin roll	Rp 46,000
13	tekka maki	Rp 36,000
14	sunset roll	Rp 54,000
15	salmon roll	Rp 46,000
16	salmon kani mayo roll	Rp 60,000
17	top gun roll	Rp 41,000
18	spicy tuna roll	Rp 36,000
19	spicy chicken roll	Rp 36,000
20	katsu roll	Rp 33,000
21	spicy namazu kani mayo roll	Rp 36,000
22	chicken mentai roll	Rp 33,000
23	spicy creamy volcano salmon roll	Rp 60,000
24	spicy creamy namazu roll	Rp 36,000
25	dori mentai roll	Rp 33,000
26	beef teriyaki fried roll	Rp 45,000
27	sweet katsu namazu roll	Rp 36,000
28	tuna mentai roll	Rp 35,000
29	california roll	Rp 48,000
30	katsu spicy cheese roll	Rp 35,000
31	sapporo roll	Rp 54,000
32	dory spicy cheese roll	Rp 35,000
33	volcano roll	Rp 51,000
34	salmon cheese roll	Rp 60,000
35	deep fried roll	Rp 54,000
36	beef volcano roll	Rp 48,000
37	salmon sakura	Rp 32,000
38	sakura kani mayo sushi	Rp 34,000
39	salmon sushi	Rp 28,000
40	roasted salmon sushi	Rp 30,000
41	ebi sushi	Rp 29,000
42	maguro sushi	Rp 27,000
43	tobiko sushi	Rp 28,000
44	tamago sushi	Rp 22,000
45	kani sushi	Rp 23,000
46	chuka wakame sushi	Rp 29,000
47	chuka idako sushi	Rp 28,000
48	capital party set	Rp176,000
49	maguro sashimi	Rp 40,000
50	salmon shasimi	Rp 52,000

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

51	chuka wakame shasimi	Rp 32,000
52	spicy ramen	Rp 49,000
53	chicken katsu ramen	Rp 42,000
54	tuna hotplate ramen with mushroom	Rp 50,000
55	ebi tempura ramen	Rp 43,000
56	chicken teriyaki ramen	Rp 42,000
57	tori karaage ramen	Rp 42,000
58	beef teriyaki ramen	Rp 45,000
59	chicken katsu toji donburi	Rp 37,000
60	chicken teriyaki donburi	Rp 37,000
61	namazu katsu donburi	Rp 37,000
62	chicken katsu donburi	Rp 37,000
63	ichi mentai donburi	Rp 32,000
64	namazu donburi	Rp 37,000
65	dory katsu donburi	Rp 37,000
66	chicken katsu curry donburi	Rp 40,000
67	salmon teriyaki donburi	Rp 58,000
68	beef katsu curry donburi	Rp 44,000
69	beef teriyaki donburi	Rp 42,000
70	gyu toji donburi (gurih)	Rp 42,000
71	gyu toji donburi (manis)	Rp 42,000
72	chicken teppanyaki	Rp 52,000
73	salmon teppanyaki	Rp 62,000
74	beef teppanyaki	Rp 62,000
75	chicken goma bento	Rp 42,000
76	salmon yakiniku bento	Rp 57,000
77	chicken yakiniku bento	Rp 42,000
78	chicken katsu curry bento	Rp 47,000
79	beef teriyaki bento	Rp 52,000
80	chicken teppanyaki	Rp 52,000
81	mini kuma	Rp 33,000
82	happy party	Rp250,000

 Sumber : *Restauran Ichiban Sushi Living World Pekanbaru, 2023*
Tabel 1. 4
Daftar menu minuman Ichiban Sushi

No	Menu Minuman	Harga
1	Lemonade 1 Liter	Rp 38,000
2	Orange 1 Liter	Rp 38,000
3	Milo 1 Liter	Rp 38,000
4	Blackcurrent 1Liter	Rp 38,000
5	Lemon Tea	Rp 14,000
6	Lemonade 1 Liter	Rp 14,000

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7	Orange Juice	Rp 14,000
8	TehBotol Kotak	Rp 14,000
9	Ocha	Rp 12,000
10	Blackcurrent Tea	Rp 14,000
11	Iced Tea	Rp 12,000
12	Milo	Rp 15,000

Sumber : *Restauran Ichiban Sushi Living World Pekanbaru, 2023*

Tabel 1. 5
Daftar Lokasi Restoran Ichiban Sushi di Pekanbaru

Lokasi	Alamat
Mall Living World Pekanbaru (Lantai 1)	Jalan Tuanku Tambusai Tangkerang Barat, Kec. Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru, Riau 28292.
Mall SKA Pekanbaru (lantai 2)	Jalan Soekarno Hatta – Tuanku Tambusia, Delima, Kec. Tampan, Kota Pekanbaru, Riau 28292.

Sumber : *Badan Pusat Statistik 2023*

Menurut **(Kotler & Keller, 2014: 150)** kepuasan pelanggan adalah perasaan atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Konsumen akan mendapatkan kepuasan setelah megkonsumsi produk atau jasa,sesuai dengan harapan dan ekspektasi konsumen tersebut, dan dari hal tersebutlah didapatkan hasil apakah terdapat kepuasan atau tidak terhadap suatu produk.

Menurut **Tjiptono, (2007:83)**, kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen

Menurut **Kotler, (2012:72)**, variasi produk adalah unit tersendiri dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga,



atau suatu ciri lain.

Untuk memperkuat kajian permasalahan penelitian, peneliti melakukan wawancara dengan 2 orang konsumen Ichiban Sushi yang bernama Dita Ramadhona dan Dian Gusti dengan domisili di Pekanbaru. Dari hasil wawancara didapatkan kesimpulan bahwa konsumen tersebut merasakan puas setelah membeli Ichiban Sushi karena kualitas pelayanannya mulai dari staffnya ramah, sopan, makanan datang tepat waktu dan tempat makannya juga bersih. Selain dari kualitas pelayanan, konsumen tadi juga merasakan kepuasan dari segi variasi produknya, dimana menu di Ichiban Sushi lebih lengkap dibandingkan restoran lain yang ada di Living World mulai dari Sushi, ramen, donburi, salmon, namazu dan lain sebagainya. Kelebihan dari Ichiban Sushi ini dibandingkan dengan restoran lain yang ada di Living World ialah pelayanan yang mereka berikan sangat berkualitas dan mampu memenuhi harapan pelanggan, selain itu variasi produknya juga lebih lengkap dibandingkan restoran lainnya.

Ichiban Sushi sendiri mendapatkan rating baik sebesar 4,6 pada aplikasi Go Food. Dan untuk layanan Grab Food, Ichiban Sushi mendapatkan rating sebesar 4,7. Banyak konsumen yang memberikan ulasan baik mengenai Ichiban Sushi, mulai dari layanan yang sangat baik, banyak pilihan produknya, banyak memberikan promo dan lain sebagainya.

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan pada restoran Ichiban Sushi, dari beberapa pengalaman konsumen mengenai kepuasan mereka mempunyai dengan alasan yang berbeda. Alasan ini menjelaskan beberapa kelebihan restoran Ichiban Sushi, yaitu mulai dari harga yang terjangkau, variasi menu yang menarik,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

serta kualitas layanan yang diberikan di restoran Ichiban Sushi.

Tingginya persaingan kuliner di Kota Pekanbaru, menyebabkan restoran Ichiban Sushi Living World Pekanbaru perlu meningkatkan kualitas pelayanan dan terus berinovasi dalam mengembangkan variasi produk yang ditawarkan sesuai dengan keinginan konsumen agar tetap bisa bersaing dibidang kuliner dan tetap menjaga kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Ichiban Living World Kota Pekanbaru”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas akan dirumuskan masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen restoran Ichiban Living World Kota Pekanbaru?
2. Apakah variasi produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen restoran Ichiban Living World Kota Pekanbaru?
3. Apakah kualitas pelayanan dan variasi produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen restoran Ichiban Living World Kota Pekanbaru?

1.3 Tujuan Penulisan

Berdasarkan penjelasan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen restoran Ichiban Living World Kota Pekanbaru
 2. Untuk mengetahui pengaruh variasi produk terhadap kepuasan konsumen restoran Ichiban Living World Kota Pekanbaru
 3. Untuk mengetahui secara bersamaan (simultan) pengaruh kualitas pelayanan dan variasi produk terhadap kepuasan konsumen restoran Ichiban Living World Kota Pekanbaru.

1.4 Manfaat penelitian

Manfaat penelitian untuk berbagai pihak antara lain :

- a. Bagi penulis
Untuk mengaplikasikan informasi yang penulis pelajari dalam kuliah untuk digunakan dan untuk menambah pemahaman dan keahliannya dalam pemasaran.
- b. Akademisi
Dapat memberikan tambahan pengetahuan yang bermanfaat bagi bidang pendidikan, khususnya pengetahuan di bidang pemasaran, selain berfungsi sebagai sumber penelitian lebih lanjut.
- c. Pemilik
Penelitian ini dapat digunakan sebagai media informasi bagi perusahaan untuk dijadikan sebagai bahan evaluasi dalam menentukan strategi pasar.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pembahasan dapat dijelaskan mengenai landasan teori yang berkaitan dengan teori kualitas layanan, variasi produk dan kepuasan konsumen. Selanjutnya beberapa penelitian terdahulu akan dicantumkan, kerangka pemikiran dan juga hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Berisikan pembahasan variabel yang akan diteliti, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data serta metode analisis.

BAB IV : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

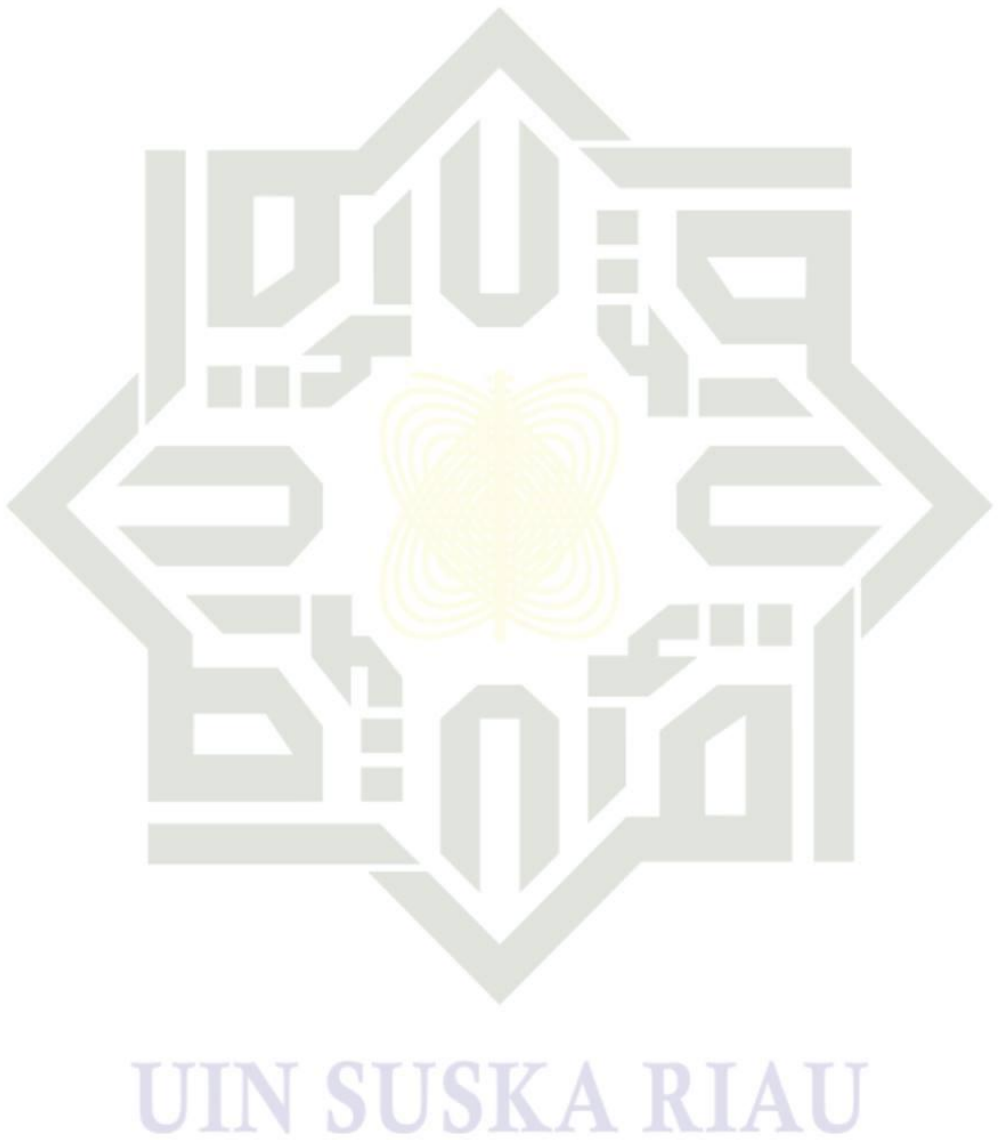
Berisikan Penggambaran umum mengenai objek penelitian yakni Ichiban Shusi Kota Pekanbaru

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pembahasan mengenai pendeskripsian objek-objek dalam penelitian, hasil analisis data serta pembahasan.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Terdapat kesimpulan yang didapatkan dari hasil penelitian dan disertai saran mengenai penelitian oleh peneliti.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Manajemen Pemasaran

2.1.1 Pengertian pemasaran

Menurut (Kotler & Keller, 2009:5) pemasaran adalah suatu proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka inginkan dan butuhkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bermanfaat bagi orang lain. Menurut (Kotler & Armstrong, 2019:6) pemasaran adalah langkah bisnis untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dan menciptakan ikatan kuat dengan mereka untuk menangkap nilai dari mereka. Pemasaran awalnya muncul dalam bentuk tradisional yang secara umum ditemui, melalui rak supermarket, jendela toko, majalah, radio, dan lainnya. Kemudian berkembang melalui jejaringan sosial, hingga pemasar bisa menghubungi pelanggan secara langsung agar dapat menjadi bagian dari kehidupan pelanggan.

Menurut *American Marketing Association* (AMA) dalam (Kotler & Keller, 2009:5) pemasaran merupakan suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses yang berguna untuk menciptakan, mengkomunikasikan, serta dapat memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingan. “Menurut filosofi pemasaran, pemuasan kebutuhan konsumen harus memenuhi persyaratan ekonomi dan sosial untuk bertahan hidup.” (Basu dan Hani 2000:6).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Secara formal, pemasaran dapat dijelaskan dengan tepat arti dan penting pemasaran. Meskipun ada berbagai definisi yang diusulkan oleh para ahli pemasaran, dua definisi formal biasanya paling sering dikutip. (**F Tjiptono and Diana 2016:3**), yaitu:

- 1) “Pemasaran adalah Proses memproduksi, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan bertukar penawaran bernilai dengan konsumen, klien, mitra, dan masyarakat umum dikenal sebagai pemasaran.” (*American Marketing Association*).
- 2) “Pemasaran adalah strategi manajemen yang mengenali, meramalkan, dan secara efektif memberikan apa yang diinginkan konsumen” (*UK Chartered Institute of Marketing*).

Manajemen pemasaran diartikan sebagai seni dan ilmu pemilihan target pasar dan mendapatkan, mempertahankan, dan mengembangkan basis klien yakni menanamkan keinginan, memberikan nilai konsumen yang unggul, dan menyampaikan nilai ini kepada konsumen.

2.1.2 Bauran pemasaran

Menurut (**Kotler dan Keller, 2016:119**) Bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan perusahaannya. Maka, dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran merupakan satu perangkat yang terdiri dari produk, harga, promosi dan distribusi, yang didalamnya akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu ditujukan untuk mendapatkan respon yang diinginkan dari pasar sasaran.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Menurut **(Kotler dan Keller, 2016:25)** menyatakan bahwa “Alat pemasaran terdiri dari empat kelompok yaitu produk, harga, tempat, dan promosi yang disebut dengan 4p, berikut pemaparannya:

1. *Product* (Produk)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi guna memuaskan keinginan atau kebutuhan. Sebuah produk lebih dari sekedar barang fisik **(Musfar, 2020:15)**. Toko Farasya Hijab menjual berbagai hijab yang berkualitas dan nyaman dipakai. Selain menjual hijab, toko farasya hijab juga selalu mengutamakan kualitas produk yang akan mereka jual dan layak untuk dibeli.

2. *Price* (Harga)

Harga merupakan satu satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan menurut **(Tjiptono, 2016:218)**. Harga adalah suatu komponen yang bisa saja mengalami perubahan dengan cepat. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan pemilik perusahaan, penetapan harga pada toko farasya hijab didasarkan pada pendekatan persaingan, yaitu pemilik perusahaan melakukan survey pasar mengenai harga hijab yang berkembang dengan mengikuti harga produk sejenis yang sudah ada di pasaran. Oleh karena itu, perbedaan harga antara pihak Perusahaan Toko Farasya Hijab dengan toko hijab lainnya masih tergolong Toko Farasya Hijab lebih murah.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

3. *Place* (Tempat)

(Tjiptono, 2016:185) mendefinisikan saluran distribusi adalah sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat, dan saat dibutuhkan). Distribusi adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menyalurkan barang kepada konsumen. Kebanyakan dari perusahaan menggunakan strategi pemasaran untuk memasarkan produknya dengan cara membangun dan mengembangkan saluran distribusi. Toko Farasya Hijab mendistribusikan produknya dengan cara menjual langsung kepada konsumen. Biasanya para konsumen langsung datang ke Toko Farasya Hijab.

4. *Promotion* (Promosi)

Menurut (Kotler dan Keller, 2016:47) promosi merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya. Promosi juga menjadi faktor penentu keberhasilan program pemasaran dalam memasarkan produknya. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Toko Farasya Hijab antara lain melalui media sosial berupa facebook dan instragram.

2. Kepuasan Konsumen

2.2.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut (Kotler & Keller, 2014:150) kepuasan pelanggan adalah perasaan atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang



dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

Menurut (Lovelock, Christoper, and Laurent 2007) kepuasan pelanggan merupakan reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap kinerja jasa tertentu.

Menurut (Tjiptono, 2014:353) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*discinfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan bahwa pada persaingan yang semakin ketat ini, semakin banyak produsen yang ikut andil dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga hal ini menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama.

Perusahaan selalu berusaha untuk meningkatkan kepuasan konsumen atau pelanggannya. Dengan tercapainya tingkat kepuasan konsumen yang optimal maka mendorong terciptanya loyalitas di benak konsumen atau pelanggan yang merasa puas tadi (Sari et al., 2021). Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai sejauh mana kinerja yang dirasakan produk sesuai dengan harapan pembeli (Kotler & Amstrong, 2015:35). (Irawan 2009) mengemukakan beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yakni:

1. Kualitas Produk, kualitas produk yang baik akan membuat pelanggan puas terhadapnya.
2. Kualitas Pelayanan, karena setiap produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang berbeda biasanya memiliki kualitas pelayanan yang tidak dapat ditiru

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



oleh pihak manapun.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

3. Harga Produk, biasanya salah satu kepuasan pelanggan dalam mendapatkan produk atau jasa adalah dari harga yang terjangkau karena hal ini menjadi nilai tambah sendiri bagi pelanggan.
4. *Emotional Factor*, adanya nilai emosional pada merek barang tersebut akan membuat konsumen merasa puas.
5. Biaya dan Kemudahan, apabila dalam mendapatkan produk atau pelayanannya relatif mudah, efisien dan nyaman, maka pelanggan akan merasa puas.

Dapat diketahui bahwa Kepuasan konsumen adalah sejauh mana seseorang merasa telah menerima produk atau layanan yang dijanjikan kepada mereka dan bahwa kinerja tersebut memenuhi harapan mereka. Persepsi, keinginan, dan kebutuhan konsumen akan mempengaruhi seberapa puas konsumen tersebut satu sama lain.

1. Jenis kepuasan konsumen

Menurut (Umar, 2005:66) kepuasan pelanggan dibagi menjadi 2 macam, yakni :

- 1) Kepuasan fungsional, merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi suatu produk yang dimanfaatkan.
- 2) Kepuasan psikologis, merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tak terwujud dari produk.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



2. Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut **Umar (2005:65)**, atribut-atribut pembentuk kepuasan konsumen terdiri dari:

1. Kesesuaian harapan, merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen, meliputi:
 - a. Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
 - b. Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
 - c. Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
2. Minat berkunjung kembali, merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi:
 - a. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
 - b. Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengonsumsi produk.
 - c. Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Kesiediaan merekomendasikan, merupakan kesiediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi:
 - a. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
 - b. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
 - c. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa

2.2.2 Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dalam (Kasmir, 2017:242) pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan empat metode, antara lain:

1. Sistem Keluhan Usulan

Keluhan dari pelanggan bukan berarti perusahaan tersebut bernilai kurang baik ataupun sebaliknya. Tiap-tiap perusahaan harus menyediakan media untuk pelanggan menyampaikan keluhan, kritik, dan saran kepada perusahaan berupa kotak saran, telepon layanan pelanggan dan papan komentar. Dari media usulan tersebut perusahaan menerima informasi untuk memperbaiki keluhan yang ada sehingga membuat pelanggan merasa nyaman menggunakan produk kembali.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Survei Kepuasan Konsumen

Survei kepuasan pelanggan bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dalam suatu periode. Perusahaan dapat melakukan survei kepada pelanggan baik melalui wawancara secara langsung maupun menggunakan form kuesioner terkait produk, layanan dan suasana di perusahaan. Dengan adanya survei ini dapat mengetahui tanggapan dan umpan balik dari pelanggan.

3. Konsumen Samaran

Maksudnya manajemen dalam perusahaan mengirimkan orang lain untuk berperan sebagai pelanggan guna mengetahui pelayanan yang diberikan karyawannya secara langsung. Konsumen samaran ini bertujuan untuk melihat kualitas pelayanan yang diberikan.

4. Analisis Mantan Pelanggan

Dengan melihat dari catatan pelanggan yang pernah menjadi pelanggan namun sekarang tidak lagi. Cara ini berguna untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi pelanggan dan perusahaan memperbaiki permasalahan tersebut.

2.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut Tjiptono dan Candra (2011) dalam (Priansa, 2017:209) adalah:

1. Produk

Dasar penilaian terhadap pelayanan produk ini meliputi jenis produk, mutu produk dan ketersediaan produk.

2. Harga

Dasar penilaian terhadap harga meliputi tingkat harga dan kesesuaian dengan



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- © Hak Cipta milik UIN Suska Riau
- State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
2. Nilai jual produk, variasi atau pilihan harga terhadap produk.
 3. Promosi

Kemampuan perusahaan mengkomunikasikan manfaat produk dan jasa tersebut pada konsumen.
 4. Lokasi

Penilaian terhadap atribut lokasi meliputi lokasi perusahaan, kecepatan dan ketepatan dalam transportasi
 5. Pelayanan Karyawan

Faktor ini meliputi kesopanan, keramahan, kecepatan dan ketepatan karyawan dalam melayani konsumen.
 6. Fasilitas

Fasilitas merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa perantara guna mendukung kelancaran operasional perusahaan yang berhubungan dengan konsumen.
 7. Suasana

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

2.2.4 Manfaat Kepuasan Konsumen

Menurut (Tjiptono, 2015:102) beberapa manfaat dari kepuasan konsumen, yaitu:

1. Hubungan baik berkembang antara bisnis dan konsumennya.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

2. Membangun fondasi yang kuat untuk pembelian kembali
3. Mendorong pengembangan loyalitas konsumen
4. Pembentukan cara rekomendasi informal dari mulut ke mulut yang sukses untuk bisnis
5. Reputasi perusahaan di antara konsumen meningkat
6. Keuntungan akan naik.

2.3.1 Kualitas pelayanan

2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kotler dalam bukunya (**Alma, 2007:286**) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses, produk dan servis yang dihasilkan perusahaan. Sedangkan menurut (**Tjiptono, 2007:83**), kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Kualitas layanan menurut pendapat **Parasuraman, et. al, (2014) dalam (Purnama, 2006:19)** merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan konsumen. Berdasarkan pendapat tersebut dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan adalah memberikan kesempurnaan pelayanan untuk tercapainya keinginan atau harapan pelanggan.

Menurut (**Fandy Tjiptono, 2017:180**) mendefinisikan kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Sedangkan menurut Parasuraman

State Islamic University of Sultan Saifur Rasyid Kasim Riau



dalam (Arni Purwani dan Rahma Wahdiniwaty 2017:65) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan adalah perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) pelanggan dengan kualitas pelayanan yang diharapkan pelanggan.

2.3.2 Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut (Tjiptono & Chandra, 2012:78) indikator-indikator kualitas pelayanan adalah:

1. Kendalan (*reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*on time*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah di janjikan, dan tanpa melakukan kesalahan.
2. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen.
3. Jaminan (*assurances*), meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personal untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan membuat mereka merasa terbebas dari bahaya dan risiko
4. Empati, yang meliputi sikap kontak personal atau perusahaan untuk memahami kebutuhan dan kesulitann konsumen dalam bentuk perhatian pribadimm dan kemudahan untuk melakukan komunikasi.
5. Produk fisik (*tangible*), tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan saran komunikasi, dan lain-lain yang bisa dan harus ada dalam proses jasa.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2.3.3 Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut (Tjiptono, 2017:160) faktor kualitas pelayanan antara lain:

1. Produksi dan konsumsi yang terjadi secara simultan salah satu karakteristik unik jasa atau layanan adalah inseparability (tidak dapat dipisahkan), artinya jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Hal ini kerap kali membutuhkan kehadiran dan partisipasi pelanggan dalam proses penyampaian jasa. Konsekuensinya, berbagai macam persoalan sehubungan dengan interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan bisa saja terjadi. Beberapa kelemahan yang mungkin ada pada karyawan jasa dan mungkin berdampak negatif terhadap persepsi kualitas meliputi:
 - a. Tidak terampil dalam melayani pelanggan
 - b. Cara berpakaian karyawan yang kurang sesuai konteks
 - c. Tutur kata karyawan kurang sopan
 - d. Bau badan karyawan mengganggu kenyamanan pelanggan
 - e. Mimik muka karyawan selalu cemberut.
2. Intensitas tenaga kerja yang tinggi keterlibatan karyawan secara insentif dalam penyampaian layanan dapat pula menimbulkan masalah kualitas yaitu berupa tingginya variabilitas yang dihasilkan. Faktor-faktor yang biasa mempengaruhinya antara lain:
 - a. Upah rendah (umumnya karyawan yang melayani atau berinteraksi langsung dengan pelanggan memiliki tingkat pendidikan dan upah yang paling rendah dalam suatu perusahaan)



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- Pelatihan yang kurang memadai atau bahkan tidak sesuai dengan kebutuhan organisasi

Tingkat perputaran karyawan terlalu tinggi

Motivasi kerja karyawan rendah.
 3. Dukungan terhadap pelanggan internal kurang memadai Karyawan front line merupakan ujung tombak sistem penyampaian layanan. Dalam banyak kasus, keramahan dan kesopanan operator telepon dan satpam bisa jadi memberikan kesan pertama bagi calon pelanggan yang ingin berhubungan dengan sebuah perusahaan penyedia jasa. Agar para karyawan front line mampu melayani pelanggan secara efektif, mereka membutuhkan dukungan dari fungsi-fungsi utama manajemen (operasi, pemasaran, keuangan, dan SDM). Dukungan tersebut bisa juga berupa peralatan (perkakas, material, pakaian, seragam), pelatihan keterampilan maupun informasi (misalnya, prosedur operasi).
 4. Gap komunikasi, bila terjadi gap komunikasi, maka bisa timbul penilaian atau persepsi negatif terhadap kualitas layanan. Gap-gap komunikasi bisa berupa:
 - Penyedia layanan memberikan janji berlebihan, sehingga tidak mampu memenuhinya.
 - Penyedia layanan tidak bisa selalu menyajikan informasi terbaru kepada para pelanggan.
 - Pesan komunikasi penyedia layanan tidak dipahami pelanggan.
 - Penyedia layanan tidak memperhatikan atau tidak segera menindaklanjuti keluhan atau saran pelanggan
- State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- © Hak Cipta milik UIN Suska Riau
5. Memperlakukan semua pelanggan dengan cara yang sama dalam hal interaksi dengan penyedia layanan, tidak semua pelanggan bersedia menerima layanan yang seragam, sering terjadi ada pelanggan yang menginginkan atau bahkan menuntut layanan yang sifatnya personal dan berbeda dengan pelanggan lain. Hal ini memunculkan tantangan bagi penyedia layanan dalam hal individual dan memahami perasaan pelanggan terhadap penyedia layanan dan layanan spesifik yang mereka terima.
 6. Perluasan atau pengembangan layanan secara berlebihan bila terlampaui banyak layanan baru dan tambahan terhadap layanan yang sudah ada, hasil yang didapatkan belum tentu optimal, bahkan tidak tertutup kemungkinan timbul masalah-masalah seputar standar kualitas layanan. Selain itu, pelanggan juga bisa bingung membedakan variasi penawaran layanan baik dari segi fitur, keunggulan maupun tingkat kualitasnya.
 7. Visi bisnis jangka pendek; misalnya orientasi pada pencapaian target penjualan dan laba tahunan, penghematan biaya sebesar-besarnya, peningkatan produktivitas tahunan, dan lain – lain bisa merusak kualitas layanan yang sedang dibentuk untuk jangka panjang.

2.3.4 Unsur-Unsur Kualitas Pelayanan

Menurut (Saleh, 2010:106) unsur-unsur dari kualitas pelayanan antara lain:

1. Penampilan. Penampilan yang menarik akan menjadi nilai tambah dari pelanggan. Sebagaimana layanan pada umumnya memerlukan persyaratan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

- seperti berpenampilan menarik, badan tegap, tutur kata yang sopan, bahasa tubuh yang baik dan percaya diri.
2. Tepat waktu dan janji. Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sebaiknya diperhitungkan dengan baik dan harus terpenuhi sesuai dengan janji yang disampaikan.
3. Kesiediaan melayani. Bersedia melayani pelanggan dengan sepenuh hati sebagaimana fungsi dan wewenang yang ada.
4. Pengetahuan dan keahlian. Dalam hal ini petugas yang melakukan pelayanan harus memiliki tingkat Pendidikan dan pelatihan tertentu serta pengetahuan yang luas terkait bidangnya.
5. Kesopanan dan ramah tamah. Melayani pelanggan dengan sebaik mungkin tanpa harus memandang status sosialnya.
6. Kejujuran dan kepercayaan. Petugas harus dapat bersikap jujur baik dalam bentuk aturan, pembiayaan maupun penyelesaian waktu pelaksanaan layanan. Melalui aspek kejujuran ini petugas dapat dikategorikan sebagai pegawai yang dipercaya dari segi sikapnya, tutur katanya, dan dapat dipercaya dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan.
7. Kepastian hukum. Perusahaan yang tidak memiliki kepastian hokum akan mempengaruhi tingkat kepercayaan pelanggan.
8. Keterbukaan. Setiap kegiatan pasti memerlukan izin maka keterbukaan perlu diutamakan.
9. Efisien. Efisiensi dan efektifitas perlu diperhatikan untuk menghasilkan sesuai dengan tujuan perusahaan.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

10. Biaya. Pembiayaan harus sesuai dengan daya beli dan pengeluaran biaya harus transparent.
11. Tidak rasial. Tidak membeda-bedakan dalam memberikan pelayanan.
12. Kesederhanaan. Proses pelayanan yang diberikan semudah mungkin dan tidak berbelit-belit.

2.4 Variasi produk

2.4.1 Pengertian Variasi Produk

Menurut (Kotler, 2012:72) variasi produk adalah unit tersendiri dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, atau suatu ciri lain. Semakin beragamnya jumlah dan jenis produk yang dijual disuatu tempat maka konsumen akan merasa puas dan melakukan pembelian pada produk tersebut dan ia tidak perlu melakukan pembelian produk lain. Hal tersebut menunjukkan bahwa variasi produk dapat meningkatkan loyalitas konsumen. Variasi produk (*product variant*) adalah unit yang berbeda di dalam lini produk atau merek yang dibedakan berdasarkan ukuran, harga, tampilan, atau beberapa atribut lain (Philip dan Kevin Lane Keller Kotler, 2009:15). Dengan memunculkan menu yang bervariasi, ini merupakan salah satu taktik pemasaran para pelaku bisnis untuk menarik kepuasan di hati konsumen. Produk mengacu pada barang dan jasa yang disajikan oleh organisasi. Jadi, dengan kata lain, produk dapat dikenal sebagai paket keunggulan yang disajikan pemasar kepada pelanggan dengan harga tertentu (Sari et al., 2021). Setiap manusia memiliki keinginan yang berbeda. Keinginan yang berbeda-beda inilah yang membuat ilmu



pasar semakin berkembang, karena produk yang dihasilkan disesuaikan dengan keinginan konsumen. Dengan demikian, variasi produk menjadi salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan untuk memenuhi keinginan konsumen yang berbeda tersebut.

2.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Variasi Produk

Menurut (Indrasari, 2019:29) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi variasi produk, antara lain:

1. Kelompok kebutuhan. Kebutuhan inti yang mendasari keberadaan suatu kelompok produk.
2. Kelompok produk. Semua kelas produk yang dapat memenuhi kebutuhan inti dengan cukup efektif.
3. Kelas produk. Sekumpulan produk di dalam kelompok yang dianggap memilikii kaitan fungsional tertentu.
4. Lini produk. Sekumpulan produk dalam kelas produk yang saling terkait erat, karena fungsinya yang sama atau karena dijual pada kelompok konsumen yang ada atau karena dipasarkan melalui saluran distribusi yang sama, atau karena berada dalam skala yang sama.
5. Tipe produk. Tipe produk adalah barang atau hal yang berada dalam lini produk dan memiliki bentuk tertentu dari sekian banyak kemungkinan bentuk.
6. Merek. Merek adalah nama yang dapat dihubungkan dengan suatu atau lebih barang atau hal yang melihat dalam lini produk dan digunakan untuk mengenal sumber atau ciri barang/hal tersebut.
7. Jenis produk. Jenis produk adalah sesuatu yang khusus di dalam suatu merek

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

atau lini produk yang dapat dibedakan dengan ukuran, harga, penampilan, atau atribut yang lain.

2.4.3 Macam-Macam Variasi Produk

Menurut Kotler dan Keller (2007) dalam (Indrasari, 2019:31) variasi produk yang dihasilkan suatu pelaku usaha, yaitu:

1. Lebar, mengacu pada berapa banyak lini produk yang berbeda dimiliki perusahaan tersebut.
2. Kedalaman, mengacu pada jumlah seluruh barang pada bauran tersebut.
3. Keluasan, mengacu pada berapa banyak jenis yang ditawarkan masing-masing produk pada lini tersebut.
4. Konsistensi bauran produk, mengacu pada seberapa erat hubungan berbagai lini produk dalam penggunaan akhir, ketentuan produksi, saluran distribusi, atau lainnya.

2.4.4 Indikator Variasi Produk

Menurut (Amstrong, 2015:358) indikator variasi produk yaitu :

1. Variasi Citra produk. Variasi brand atau citra produk yang di hasilkan oleh perusahaan.
2. Variasi kelengkapan produk. Variasi kelengkapan produk adalah sejumlah kategori barang yang berbeda didalam toko atau department store. Toko dengan banyak jenis atau tipe produk barang yang dijual dapat dikatakan mempunyai banyak ragam kategori produk yang ditawarkan
3. Variasi produk. Variasi ukuran produk atau keberagaman (assormen) merupakan sejumlah standar kualitas umum dalam kategori toko dengan



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Keberagaman yang luas dapat dikatakan mempunyai kedalaman yang baik.

4. Variasi kualitas produk. Kualitas produk merupakan standar kualitas umum dalam kategori barang berkaitan dengan kemasan, label, ketahanan suatu produk, jaminan, bagaimana produk dapat memberikan manfaat.

2.5 Pandangan Islam Terhadap Variabel yang Diteliti

2.5.1 Pandangan Islam Tentang Kualitas Pelayanan

Terkait dengan judul sub- bab di atas, Allah berfirman dalam Alqur'an Surah Al-Baqarah Ayat 267 sebagai berikut. Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kamu keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji" (QS, Al-Baqarah (2): 267). Ayat tersebut menegaskan bahwa Islam sangat memperhatikan sebuah pelayanan yang berkualitas, memberikan yang baik, dan bukan yang buruk. (Thorik G. dan Utus H, 2006:77) menjelaskan bahwa pelayanan yang berkualitas bukan hanya mengantar atau melayani melainkan juga mengerti, memahami, dan merasakan. Dengan demikian maka penyampaian akan sampai pada heart share dan memperkokoh posisi di dalam mind share konsumen. Adanya kedua unsur tersebut, tentu loyalitas konsumen semakin kokoh pula.

Tolok ukur kualitas pelayanan dalam Islam disebut dengan standarisasi syariah. Inilah yang kemudian dijadikan sebagai standar penilaian. Sebut saja yang pertama adalah daya tanggap dan menepati komitmen sebagaimana disebut



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam Alqur'an Surah Al- Mā'idah Ayat 1. Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, penuhilah janji-janji....". Juga profesional dalam bekerja, sebagaimana disebut dalam Alqur'an Surah al-Insyirah Ayat 7. Artinya: "Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), tetapkanlah bekerja keras (untuk urusan yang lain)"

Fasilitas juga termasuk ke dalam bukti fisik yang dalam hal ini Allah melarang menonjolkan kemewahan sesuai dengan Surah al-Takātsur Ayat 1- 5. Artinya: "Bermegah-megahan telah melalaikan kamu sampai kamu masuk dalam kubur..."

Figur Rasulullah saw. merupakan contoh nyata pelaku bisnis yang sukses. Hal ini sebagaimana sifat wajib bagi rasul yang wajib diketahui, siddīq, amānah, tablīgh, fatānah, dan juga ihsān dan itqān. Selain itu ada beberapa asas yang wajib diterapkan dalam kaitannya dengan setiap kegiatan muamalah. Pertama; asas ilāhiyyah yaitu mendasarkan diri pada ketundukan dan tanggung jawab kepada Allah seperti disebutkan dalam Surah al- Hadīd Ayat 4. Kedua; asas kerelaan, artinya setiap kegiatan muamalah yang dilakukan harus didasarkan pada rasa saling rela sehingga tidak ada yang merasa terpaksa. Hal ini disebutkan dalam Surah al-Nisā' Ayat 29. Terakhir, ketiga; asas kejujuran dan kebenaran sebagaimana disebut dalam Surah Al-Ahzāb Ayat 70 dan al-Isrā' Ayat 27.

2.5.2 Pandangan Islam Tentang Variasi Produk

Dalam menjalankan sebuah bisnis maka seseorang harus memiliki etika bisnis yang baik. Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah selanjutnya tentu melanjutkan



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

untuk melakukan hal-hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Artinya etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, salah, dan halal haram dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah.

Etika Islam dalam bisnis tidak hanya melihat sisi komoditas yang ditawarkan, tetapi juga menyangkut konsumen, produsen, dan transaksi. Dalam fiqh Islam sebagai salah satu rujukan etika Islam dikemukakan pula hukum masing-masing dengan batas yang jelas. Sifat-sifat bisnis yang halal dan memberikan manfaat yang jelas merupakan syarat bagi bisnis yang etis. Demikian pula, transaksi yang tidak jelas arahnya dan tidak dipahami oleh masing-masing pihak dinilai sebagai transaksi bisnis yang tidak etis.

Mekanisme pasar dibangun atas dasar kebebasan yaitu kebebasan individu untuk melakukan transaksi barang dan jasa sebagaimana yang ia sukai. Islam mengajarkan bahwa tidak semua barang dan jasa dapat dikonsumsi dan diproduksi. Seorang muslim hanya diperkenankan mengonsumsi dan memproduksi barang yang baik dan halal, sehingga barang yang haram harus ditinggalkan. Seperti firman Allah dalam Al-Qur'an Surat Al-A'raf:157, sebagai berikut:

الَّذِينَ يَتَّبِعُونَ الرَّسُولَ النَّبِيَّ الْأُمِّيَّ الَّذِي يَجِدُونَهُ مَكْتُوبًا عِنْدَهُمْ فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ يَأْمُرُهُمْ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَاهُمْ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُحِلُّ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثَ وَيَضَعُ عَنْهُمْ إِصْرَهُمْ وَالْأَغْلَالَ الَّتِي كَانَتْ عَلَيْهِمْ فَاَلَّذِينَ آمَنُوا بِهِ وَعَزَّرُوهُ وَنَصَرُوهُ وَاتَّبَعُوا النُّورَ الَّذِي أُنزِلَ مَعَهُ أُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya : “(yaitu) orang-orang yang mengikut rasul, Nabi yang Ummi



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang (namanya) mereka dapati tertulis di dalam Taurat dan Injil yang ada di sisi mereka, yang menyuruh mereka mengerjakan yang ma'rif dan melarang mereka dari mengerjakan yang mungkar dan menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk dan membuang dari mereka beban-beban dan belenggu-belenggu yang ada pada mereka. Maka orang-orang yang beriman kepadanya, memuliakannya, menolongnya dan mengikuti cahaya yang terang yang diturunkan kepadanya (Al Quran), mereka Itulah orang-orang yang beruntung". (QS. Al-A'raf:157)

Dengan memvariasikan produk yang dijual maka seorang produsen akan mampu mencukupi kebutuhan orang lain, hal ini sangat dianjurkan dalam Islam karena dengan terpenuhinya kebutuhan orang lain, maka orang lain akan merasa puas dan senang dengan produk yang kita tawarkan. Pimpinan perusahaan tunduk pada hukum-hukum syariah dengan senantiasa harus mempertimbangkan keputusan-keputusan bisnisnya (dari pemasaran strateginya, mengembangkan dan mendesain produk atau layanan, hingga pengorganisasian usaha) dalam konteks.

Penciptaan dan pengembangan produk atau jasa memerlukan pengolahan sumberdaya alam. Keseluruhan sumber daya ini telah ditundukkan oleh tuhan kepada manusia untuk dimanfaatkan, lewat penggunaan ilmu pengetahuan dan teknologi. Namun pemanfaatannya tidak boleh membawa kerusakan materiil, seperti merusak benda atau tumbuhan serta binatang, apalagi manusia lain. Menghilangkan manfaatnya atau kerusakan spiritual, seperti memperkuat keburukan, mengeruhkan hati nurani, menyesatkan akal fikiran, apalagi menyebarkan kedzoliman. Karena itu produk atau jasa yang dihasilkan oleh



Sebuah perusahaan harus memberikan kontribusi pemeliharaan dan pengembangan bumi, sehingga menjadi sebuah tempat kehidupan yang baik dan sejahtera

2.6 Hubungan Antar Variabel

2.6.1 Hubungan Variabel Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Pada zaman modern sekarang ini persaingan di dunia jasa sangat ketat, dengan cara untuk mendapatkan konsumen yang loyalitas. Salah satunya dengan memuaskan keinginan konsumen secara konsisten, tepat, dan baik dari masa ke masa. Berbagai cara banyak yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan kepuasan konsumen. Menurut **Engel et. al, pada tjiptono (2005:24)** kepuasan konsumen sebagai evaluasi pascakonsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan. Sedangkan **Kristanto, (2011:30)** mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Bertemuinya antara kedua kepentingan itu akan menentukan bahwa seberapa besar tingkat kepuasan konsumen pada suatu produk atau jasa. Sangat penting kepercayaan konsumen merupakan hal yang ingin didapat oleh berbagai pelaku bisnis usaha dari para konsumennya. Kepercayaan akan menentukan sikap konsumen terhadap merek, kualitas pelayanan, dan masih banyak lagi kepercayaan yang lain yang menjadi motivasi dan acuan dari perusahaan untuk mengembangkan produknya. Akan tetapi, kepercayaan konsumen bukanlah suatu masalah yang mudah untuk kita dapatkan dan pecahkan serta merta pemikiran yang positif pada kognitif konsumen bukan hal yang mudah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya, maka akan menggunakan jasa atau produk merek tertentu. Jauh sebelum melakukan pembelian, konsumen dituntut untuk mengembangkan suatu hal pengharapan atau keyakinan terhadap apa yang mereka harapkan dari suatu jasa atau produk yang mana nantinya harapan tersebut akan menjadi tolak ukur standar kualitas yang akan dibandingkan dengan kualitas jasa yang dirasakan oleh konsumen setelah menggunakan jasa atau produk tersebut.

Kepuasan konsumen akan terjadi ketika apa yang inginkan konsumen dapat terpenuhi dengan baik dan konsumen merasa puas. Oleh sebab itu agar mendapatkan kepuasan konsumen perlu adanya peningkatan dalam kualitas pelayanan yang maksimal buat siapapun. Namun peningkatan kualitas pelayanan bukan hanya dari salah satu bentuk fisik saja, tetapi ada beberapa aspek yang harus digunakan terhadap pelaku bisnis usaha manapun.

Berdasarkan pemaparan di atas menunjukkan bahwa konsumen merasa puas atau tidaknya sangat tergantung pada bagaimanapun kualitas pelayanan yang sudah diberikan oleh King Coffee Malang. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka tingkat kepuasan konsumen yang dirasakannya akan semakin tinggi, sebaliknya semakin buruk kualitas pelayanan yang dirasakan maka tingkat kepuasan akan rendah. Menurut **Kotler, (2005:57)** mengatakan bahwa adanya hubungan yang kuat antara kepuasan konsumen, keuntungan, dan kualitas jasa atau produk pelayanan. Sedangkan kualitas pelayanan yang tepat adalah salah satu cara strategi untuk mendapatkan kepuasan konsumen yang tinggi Schnaars (**dalam Fandy Tjiptono, 2005:68**).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Sate Islamic University of Sultan Saifur Kasim Riau

2.6.2 Hubungan Variabel Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Variasi produk atau keberagaman produk bukan hal yang baru dalam dunia pemasaran, dimana strategi ini banyak digunakan oleh para pelaku bisnis dalam aktivitas peluncuran produknya. Variasi atas rangkaian produk itu berkembang terus-menerus untuk mencapai profitabilitas tertentu tanpa ada ketergantungan pada satu produk. Variasi produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Variasi produk merupakan keanekaragaman yang ada pada produk yang memiliki perbedaan-perbedaan dengan produk lainnya yang diproduksi oleh perusahaan. Sebagai produsen yang bergerak dibidang kuliner, akan sangat lebih baik jika sebuah restoran mampu menyediakan berbagai macam variasi produk ataupun menyediakan menu yang beragam. Jika sebuah bisnis hanya mengandalkan produk yang ada saat ini tanpa melakukan upaya apa pun untuk menghasilkan produk baru, kondisi persaingan mungkin cukup berbahaya bagi bisnis tersebut. Oleh karena itu, setiap bisnis harus mampu menciptakan variasi produk yang beragam.

Berdasarkan penelitian (Efnita, 2017), diketahui bahwa variasi produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Dengan demikian dapat dikemukakan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1 : Variasi produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

2.7 Penelitian Terdahulu

Berikut data penjelasan penelitian terdahulu yang terkait dalam penelitian ini :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

	Nama (Tahun)	Judul Penelitian	Perbedaan	Hasil
1	(Hasibuan, E.J., Simanjorang, E. F. Dan Helvi, 2022)	Pengaruh Variasi Produk, Harga, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Holat Afifah Rantauprapat Kabupaten Labuhanbatu	Tidak Terdapat Variabel Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Di Penelitian Terdahulu	Hasil Penelitian Ini Menunjukkan Bahwa Secara Parsial Variabel Variasi Produk, Harga Dan Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Makan Holat Afifah Rantauprapat . Secara Simultan Bahwa Variabel Variasi Produk, Harga, Dan Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Holat Afifah Rantauprapat.
2	(Lestari, E. N., Hidayat, Z., Dan Budiwati, 2019)	Pengaruh Variasi Produk Dan <i>Servicespace</i> Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rocket Chicken Di Lumajang)	Tidak Terdapat Variabel Kualitas Pelayanan Di Penelitian Terdahulu	Terdapat Pengaruh <i>Servicescape</i> Terhadap Kepuasan Konsumen, Dan Terdapat Pengaruh Variasi Produk Dan <i>Servicescape</i> Secara Simultan Terhadap Kepuasan Konsumen
3	(Shochil Luthfi Noor 2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra	Tidak Ada Variabel Varian Produk Di Penelitian Terdahulu	Hasil Menunjukkan Adanya Hubungan Positif Yang Signifikan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak cipta milik UIN Suska Riau		Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan		Pada Subjek Yang Ditunjukkan
4	(Niken Nanincova 2019)	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro	Tidak Terdapat Variabel Varian Produk Di Penelitian Terdahulu	Hasil Dari Penelitian Ini Menunjukkan Bahwa Terdapat Pengaruh Signifikan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau	(Setiawan, Ajis, Nurul Qomariah 2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	Tidak Terdapat Variabel Varian Produk Di Penelitian Terdahulu	Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa <i>Responsiveness</i> Dengan Koefisien Sebesar 0,003, <i>Assurance</i> Dengan Koefisien Sebesar 0,016, <i>Tangible</i> Dengan Koefisien Sebesar 0,037, <i>Reliability</i> Dengan Koefisien Sebesar 0,040 Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen. Analisis Koefisien Determinasi Menunjukkan Bahwa Bahwa 59,2% Kepuasan Konsumen Dipengaruhi Kualitas Pelayanan. Sedangkan Sisanya 40,8% Dipengaruhi Oleh Variabel Lain Yang Tidak Masuk Dalam Penelitian.

2.6

Hipotesis Penelitian

Adapun hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah

H_{a1} : Diduga terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap terhadap kepuasan konsumen Ichiban Kota Pekanbaru

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

H_0 : Diduga tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap terhadap kepuasan konsumen Ichiban Kota Pekanbaru

H_{a2} : Diduga terdapat pengaruh variasi produk terhadap terhadap kepuasan konsumen Ichiban Kota Pekanbaru

H_0 : Diduga tidak terdapat pengaruh variasi produk terhadap terhadap kepuasan konsumen Ichiban Kota Pekanbaru

H_{a3} : Diduga secara bersamaan (simultan) terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan varian produk terhadap terhadap kepuasan konsumen Ichiban Kota Pekanbaru

H_0 : Diduga secara bersamaan (simultan) tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan varian produk terhadap terhadap kepuasan konsumen Ichiban Kota Pekanbaru.

2.9 Variabel Penelitian

Adapun variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

2.9.1 Variabel Bebas (Independen)

Variabel Bebas (Independen) adalah variabel yang berdampak pada atau memulai perubahan dalam variabel terikat. Adapun variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2 = Variasi Produk

2.9.2 Variabel Terikat (Dependent)

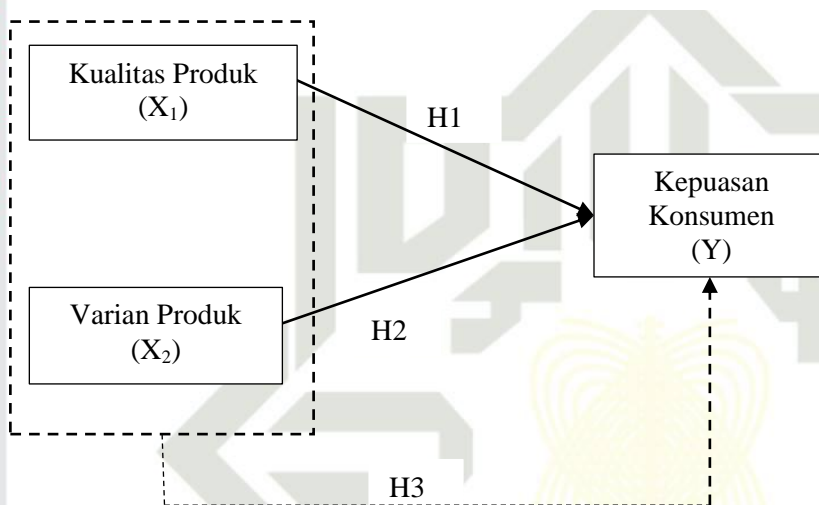
Variabel Terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh atau dihasilkan dari adanya variabel bebas.. Adapun variabel terikat yang

digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \text{Kepuasan Konsumen}$$

2.1 Kerangka penelitian

Gambar 2.1
Kerangka Penelitian



Keterangan:

----- = Simultan

→ = Parsial

2.2 Definisi Operasional Variabel

Berikut tabel yang berisikan definisi variabel :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 2.2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Kualitas Pelayanan (X_1)	Kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses, produk dan servis yang dihasilkan perusahaan. Kotler dalam bukunya Alma, (2007)	1. Reliabiliti (kemampuan memberikan layanan) 2. Daya tanggap 3. Jaminan 4. Empati 5. Bukti fisik (Tjiptono & Chandra, 2012:78)	Likert
2	Variasi Produk (X_2)	Variasi produk adalah unit tersendiri dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, atau suatu ciri lain. Semakin beragamnya jumlah dan jenis produk yang dijual disuatu tempat maka konsumen akan merasa puas dan melakukan pembelian pada produk tersebut dan ia tidak perlu melakukan pembelian produk lain. Kotler, (2012)	1. Variasi Citra Produk 2. Variasi Produk 3. Variasi Kelengkapan produk 4. Variasi Kualitas Produk (Amnstrong, 2015:358)	Likert
3	Kepuasan Konsumen (Y_1)	Kepuasan pelanggan adalah perasaan atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. (Kotler & Keller, 2014: 150)	1. Kesesuaian Harapan 2. Minat Berkunjung 3. Kesiediaan merekomendasi (Umar, 2005:65)	Likert

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian berlokasi di Kota Pekanbaru, Provinsi Riau. Penelitian di mulai pada bulan September – Februari 2022.

3.2 Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Penelitian kuantitatif adalah metode yang digunakan dalam penyelidikan ini. Untuk menemukan data yang memerlukan observasi, diterapkan metode kuantitatif. hasil pengumpulan data menggunakan pendekatan angket angket. Statistik digunakan selama proses analisis data. Data dapat diproses nanti menggunakan bagan, grafik, tabel, dan representasi visual lainnya.

2. Sumber Data

Data primer dan sekunder keduanya mencakup informasi tentang sumber data. Data primer, menurut **Sugiyono (2014:187)**, ialah jenis pemberian data secara langsung kepada pengumpulnya. Data primer dalam penelitian berasal dari responden, yakni jawaban atas pemberian kuesioner oleh peneliti kepada konsumen ichiban. Kemudian, Menurut **Istijanto (2009:38)** data sekunder (*secondrary data*) berarti kedua atau bukan secara langsung dari sumbernya melainkan dari pihak lain. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari data-data pendukung dan



dalam proses pencariannya peneliti melakukannya sendiri. Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data sekunder dengan melakukan studi kepustakaan.

Selain menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner dalam melakukan pengumpulan data, peneliti juga melakukan studi kepustakaan yang bertujuan untuk mencari informasi dan data-data sebanyak mungkin mengenai objek penelitian dan faktor-faktor lain yang terkait dengan penelitian ini dengan membaca literatur, buku-buku yang mendukung teori-teori, jurnal-jurnal penelitian terdahulu, majalah, dan informasi yang diperoleh dari internet.

3.3 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya **Sugiyono, (2009:61)**

Menurut **Sugiyono, (2009:364)** populasi adalah gabungan seluruh elemen yang memiliki serangkaian karakteristik serupa, yang mencakup semesta untuk kepentingan masalah riset pemasaran. Populasi untuk penelitian ini ialah semua masyarakat Kota Pekanbaru yang menjadi konsumen Restoran Ichiban Sushi untuk semua cabang di Kota Pekanbaru, antara lain Mall SKA dan Mall Living World.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (**Sugiyono, 2009:62**).

Menurut (**Riduwan & Kuncoro, 2008:40**) sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri/keadaan tertentu yang akan diteliti. Karena tidak semua data dan informasi akan diproses dan tidak semua orang atau benda akan diteliti melainkan cukup dengan menggunakan sampel yang mewakilinya. Hal ini sampel harus representatif disamping itu peneliti wajib mengerti tentang besar ukuran sampel, teknik sampling, dan karakteristik populasi dalam sampel.

Pengambilan sampel ini dilakukan dengan metode *purposive sampling* yaitu sebanyak 100 responden. Menurut (**Sugiyono, 2017:218**), *purposive sampling* adalah pengambilan sampel yang berdasarkan atas suatu pertimbangan tertentu seperti sifat-sifat populasi ataupun ciri-ciri yang sudah diketahui sebelumnya. Karakteristik yang ditetapkan pada penelitian ini untuk memilih sampel adalah sebagai berikut:

1. Masyarakat Kota Pekanbaru yang telah melakukan pembelian di restoran Ichiban Sushi Living World Pekanbaru.

2. Responden merupakan individu yang berjenis kelamin perempuan dan laki-laki yang berusia 17-31 tahun.

3.4 Metode pengumpulal Data

3.4.1. Kuisioner

Kuesioner digunakan sebagai metode penelitian dalam penelitian ini. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pendistribusian sejumlah pernyataan tercetak kepada responden (Sugiyono, 2017:142). Dalam penelitian ini akan membagikan sebanyak 100 kuesioner. Teknik penyebaran yang digunakan adalah metode skala likert. Menggunakan skala likert bertujuan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2010:93). Skala 1-5 digunakan untuk memperoleh data yang bersifat *numerical* dan diberi skor atau nilai.

Tabel 3.1
Skala Likert.

No	Jenis jawaban	Bobot atau Nilai	Interval
1	Sangat Setuju (SS)	5	80% - 100%
2	Setuju (S)	4	60% - 79,99%
3	Ragu-Ragu (R)	3	40% - 59,99%
4	Tidak Setuju (TS)	2	20% - 39,99%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	< 20%

Sumber: Sudjana (2005: 101)

3.4.2. Wawancara

Menurut moelong (2012:186) wawancara yaitu percakapan langsung antara interviewer (pewawancara) dengan interview (orang yang diwawancara) melalui media komunikasi. Media tersebut dapat berupa:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

tatap muka langsung, telepon, dan sebagainya. Dalam penelitian ini penulis melakukan media komunikasi secara langsung dengan konsumen Restoran Ichiban Sushi Living World Kota Pekanbaru.

3.5. Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

3.5.1 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif yang menggunakan perhitungan dengan memakai metode statistik yang menghasilkan angka-angka yang sebelumnya diklasifikasikan terlebih dahulu dengan menggunakan tabel-tabel tertentu. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan Analisis Linier Berganda. Maka untuk memudahkan mengelola dan menganalisis data tersebut peneliti menggunakan program IBM *SPSS (Statistical Package for Social Science) for windows*. Adapun alat analisis yang digunakan dalam penelitian adalah dengan Uji Kualitas Data, Uji Asumsi Klasik, Uji statistik, Uji regresi linier berganda dan Uji koefisien determinasi

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan berkenaan dengan ketepatan alat ukur terhadap konsep yang diukur sehingga benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur.

Menurut (Ghozali, 2011:267) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Untuk menguji apakah masing-masing indikator valid atau tidak, dapat dilihat pada hasil output *Correclated Item-Total Correlation* dengan hasil perhitungan *r* table. Jika *r* hitung lebih besar dari *r* table dan nilai positif maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2011:267).

b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali, (2011:269) reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Pengukuran reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana konsistensi hasil pengukuran apabila pengukuran dilakukan lebih dari satu kali. Instrumen yang reliabel tidak bersifat tendensius atau mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tersebut. Instrumen yang reliabel akan menghasilkan data yang benar atau data yang sesuai dengan kondisi yang sesungguhnya. Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki Cronbrach' Alpha > dari 0,7 (Ghozali 2011:269).

2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah sampel yang digunakan mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2016:154). Pengujian normalitas akan dilakukan dengan menggunakan *none-sample Kolmogorov Sminov Test*, akan di lihat dari nilai probabilitasnya, jika probabilitasnya $> 0,05$ data terdistribusi normal. Apabila data tidak terdistribusi secara normal maka dilakukan transformasi data.

b) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang menilai apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Uji ini merupakan salah satu dari uji asumsi klasik yang harus dilakukan pada regresi linear. Apabila asumsi heteroskedastisitas tidak terpenuhi, maka model regresi dinyatakan tidak valid sebagai alat peramalan.

Ada beberapa metode melakukan uji heteroskedastisitas sebagai berikut:

- 1) Metode glejser
- 2) Metode grafik scatterplot
- 3) Metode spearman rank.

c) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi (hubungan kuat) antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas atau tidak terjadi gejala multikolinearitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya gejala multikolinearitas dalam model regresi,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

maka dapat dilakukan beberapa cara, yaitu :

- 1) Melihat nilai korelasi antar variabel bebas
- 2) Melihat nilai condition index dan eigen value
- 3) Melihat nilai tolerance dan variance inflating factor (VIF)

3. Uji Statistik

a. Uji t

Uji T-Statistik merupakan suatu pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah masing – masing koefisien regresi signifikan atau tidak terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen lainnya konstan. Dalam dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

- 1) Jika $t\text{-hitung} > 0,05$ maka H_0 diterima
- 2) Jika $t\text{-hitung} < 0,05$ maka H_0 ditolak

b. Uji f

Uji F-Statistik ini dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

- 1) H_0 ditolak jika jika $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$, artinya variabel bebas secara bersama – sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel terikat.
- 2) H_0 diterima jika $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$, artinya variabel bebas secara bersama – sama (simultan) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi dapat digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh antara variabel bebas dan variabel tetap. Apabila hanya memiliki satu variabel bebas maka disebut regresi linier sederhana. Dan sebaliknya, apabila variabel bebas lebih dari satu, maka akan disebut regresi linier berganda.

Regresi linear berganda adalah model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas / variabel independen. Analisis regresi linier berganda dilakukan bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + e$$

Dengan keterangan:

Y : Variabel Dependen

$\alpha \beta$: Nilai Konstanta

X : Variabel Independen

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) dilakukan untuk melihat seberapa besar kemampuan variabel independen secara bersama dapat memberi penjelasan terhadap variabel dependen. Jika R^2 semakin besar (mendekati 1) maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh yang besar terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika R^2 semakin kecil (mendekati 0) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas kecil terhadap variabel terikat



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1 Sejarah Umum Restoran Ichiban Sushi

Ichiban Sushi adalah restoran Jepang dengan layanan lengkap dengan jumlah toko terbesar di Indonesia dengan sejarah lebih dari 20 tahun. Restoran sushi utama adalah sushi gulung, namun kami juga menyajikan masakan Jepang lainnya sesuai dengan selera masyarakat Indonesia. Nama Ichiban Sushi restoran berasal dari kata dalam bahasa Jepang untuk "sushi nomor satu". Ichiban Sushi didirikan pada tahun 1995 di Food Court Plaza Senayan. Hingga pertengahan 2018, Ichiban Sushi memiliki lebih dari 70 restoran di hampir 32 kota di Indonesia.

Restoran sushi yang terjangkau di Jakarta masih sangat terbatas, sehingga lahirlah ide mendirikan Ichiban Sushi. Melihat potensi besar mempopulerkan makanan Jepang dan sushi di Indonesia, Ichiban Sushi pertama kali dibuka pada tahun 1995 di Senayan Food Plaza. Memperkenalkan sushi di Indonesia pada tahun 90-an memang bukan hal yang mudah bagi orang Indonesia untuk terbiasa mengonsumsi daging ikan yang belum pernah dimasak. Namun, melalui variasi menu makanan Jepang lainnya seperti Teppan-yaki dan Tempura, perlahan tapi pasti, sushi terbaik ini menarik perhatian para pecinta sushi baru. Pada tahun 2000, Ichiban Sushi mengubah konsep dan format layanan restaurannya. Selama empat tahun pertama setelah hanya mengoperasikan model restoran swalayan, Ichiban Sushi telah mengadopsi model restoran layanan lengkap selama ini, dan telah menjadi restoran Jepang dengan layanan lengkap dengan jumlah toko

terbesar di Indonesia. Sebanyak 75 restoran Ichiban Sushi di 32 kota di Indonesia dimiliki dan dikelola langsung oleh perusahaan (bukan franchise).

4.2 Sejarah Berdirinya Restoran Ichiban Sushi di Living World Pekanbaru

Restoran Ichiban Sushi Di Living World Pekanbaru resmi dibuka pada tanggal 28 Mei 2018. Merupakan tempat perbelanjaan terbaru yang hadir di Pekanbaru, Ichiban Sushi Living World Pekanbaru berlokasi di Jl. Tuanku Tambusai. Restoran Ichiban Sushi ini merupakan perbelanjaan dan makana yang menyajikan aneka masakan Jepang lainnya yang disesuaikan dengan selera masyarakat Pekanbaru.

4.3 Menu Restoran Ichiban Sushi

Beberapa menu favorit yang banyak pembelian dari banyaknya macam-macam menu di restoran Ichiban Sushi Pekanbaru, yaitu :

a. Ramen

Merupakan hidangan ala Jepang dengan sup daging dan ikan yang ditambahkan ke mie, dibumbui dengan kecap dan miso, dan di atasnya diberi daging sapi, rumput laut kering (lem), mie, dan bawang. Ramen merupakan adaptasi Jepang dari mie gandum Tiongkok. Ramen pertama kali diperkenalkan ke Jepang oleh imigran Tiongkok pada akhir abad ke-19 dan awal abad ke-20. Menurut catatan Ramen Yokohama, Rahman lahir di China dan dikenalkan ke Jepang pada tahun 1859.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Sushi

Merupakan makanan Jepang yang terdiri dari nasi dengan menggunakan lauk (bahan) seperti seafood, daging, lalapan, dan lalapan. Nasi sushi dibumbui dengan cuka beras, garam dan gula, sehingga memiliki keasaman yang lembut. Kata sushi berasal dari akronim asam yang tertulis dalam kanji untuk sushi. Awalnya, sushi yang ditulis dalam huruf Tionghoa adalah sejenis istilah pengawetan ikan yang disebut gyoso, di mana ikannya dibalut dengan garam meja, tepung ragi (koji), atau sisa sake (serutan).

c. Donburi

Merupakan Makanan Jepang berupa nasi putih, aneka lauk pauk seperti ikan, daging dan sayur disajikan dalam mangkok besar bernama Donburi. Saus mangkuk tergantung pada jenis makanannya, tetapi pada umumnya adalah campuran dashi dan kecap. Menurut budaya makanan yang sudah dikenal sejak lama di Jepang, nasi putih harus disajikan dalam mangkuk kecil dan lauk harus disajikan di piring terpisah.

d. Chicken Teppanyaki

Merupakan salah satu cara memasak makanan Jepang di atas piring besi atau plat besi. Selain itu, plat besi bisa berarti restoran Jepang yang menggunakan plat besi untuk juru masak memasak, dan plat besi menawarkan tempat duduk dengan meja berbentuk counter. Sampai awal era Showa, orang Jepang hanya tahu tentang pemecah tanah liat berbahan bakar arang yang disebut citrine.

e. Tori Karagge

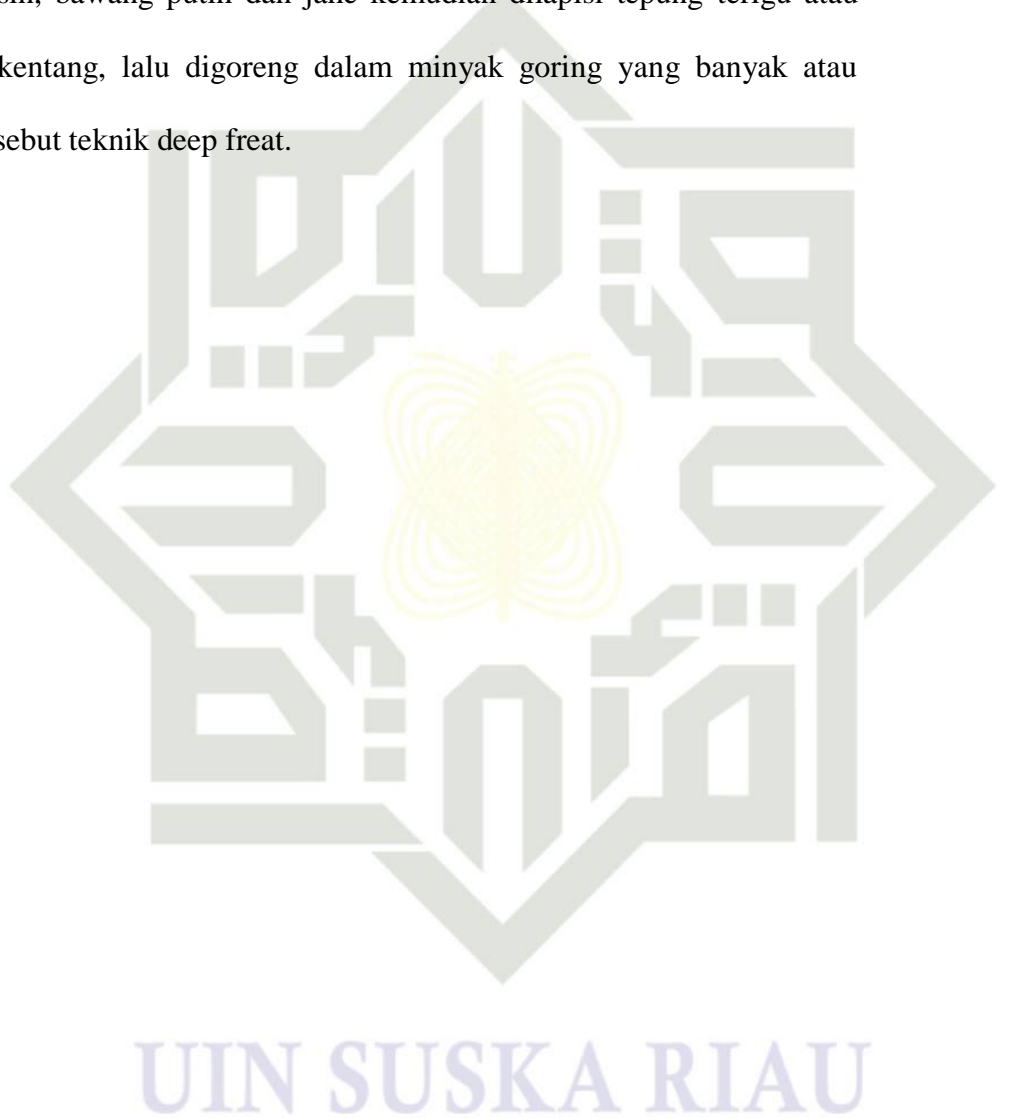
Merupakan seni memasak jepang yang biasanya terbuat dari daging ayam atau ikan, digoreng dalam minyak goreng yang banyak dan di bumbu ”mirim” sebagai rendaman, yang bisa diganti oleh campuran kecap asin, bawang putih dan jahe kemudian dilapisi tepung terigu atau tepung kentang, lalu digoreng dalam minyak goreng yang banyak atau biasa disebut teknik deep freat.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Hasil penelitian pengaruh kualitas pelayanan dan variasi produk terhadap kepuasan konsumen restoran Ichiban Sushi Living World Kota Pekanbaru dapat ditarik kesimpulannya sebagai berikut:

- a) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen restoran Ichiban Sushi Living World Kota Pekanbaru.
- b) Variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen restoran Ichiban Sushi Living World Kota Pekanbaru.
- c) Kualitas pelayanan dan varian produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen terhadap kepuasan konsumen.
- d) Nilai Adjusted R Square sebesar 0,421 (42,1 %). Hasil ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1), dan Variasi Produk (X2) berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y). sedangkan sisanya 57,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

6.2 Saran

1. Bagi penjual
 - a. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu pihak restoran lebih baik terus meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, karena akan mendapatkan *feedback* yang baik dari kepuasan konsumen tersebut.



- b. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variasi produk juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hal tersebut pihak restoran hendaknya mempertahankan dan lebih meningkatkan variasi produk yang tersedia baik dalam segi penampilan maupun rasa.
 - c. Diharapkan restoran Ichiban Sushi membuka cabang unit sendiri didaerah strategis bukan hanya di mall, dengan terus meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk agar terciptanya kepuasan konsumen sehingga restoran Ichiban Sushi mendapatkan keuntungan yang lebih baik kedepannya.
2. Bagi peneliti selanjutnya, lebih baik untuk menambahkan variabel lainnya yang berpengaruh terhadap restoran dan bisa menggunakan metode serta aplikasi yang berbeda.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alhara, D. S., & Muharam, H. 2015. “Analisis Pengaruh Nilai Sukuk, Rating Sukuk, Dan Risiko Sukuk Terhadap Last Yield Sukuk (Studi Kasus Perusahaan Konvensional Non-Bank Yang Menerbitkan Sukuk Di Indonesia Periode Tahun 2008-2011).” Doctoral dissertation.
- Armstrong, Kotler. 2015. *Marketing an Introducting Prentice Hall Twelfth Edition*. England: Pearson Education, Inc.
- Effita, T. 2017. “Effect Of Variation Of Products, The Service Quality, Price And Location On Customer Satisfaction Wedding Organizer.” *Journal AdBispreneur* 2(2): 107–15.
- Engel. James.F.Roger. D.Black Well And Paul.W.Miniard. 1995. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Bina Rupa Aksara.
- Fandy Tjiptono. 2007. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisi Multivariate Dengan Menggunakan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponigoro.
- Hasibuan, E.J., Simanjorang, E. F. dan Helvi, B. 2022. “Pengaruh Variasi Produk, Harga, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Holat Afifah Rantauprapat Kabupaten Labuhanbatu.” *Managemnt Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen* 17(2): 202–16.
- Irawan, H. 2009. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Istanto. 2009. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, and Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Ke-13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Armstrong. 2018. *Prinsip-Prinsip Marketing*. Edisi ke T. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks Gramedia.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- _____. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 d. Jakarta: Rajawali.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2016. *Principles Of Marketing*. Edisi 14. New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 J. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2, E. Jakarta: Erlangga.
- Kristanto, Jajat. 2011. *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, E. N., Hidayat, Z., dan Budiwati, H. 2019. "Pengaruh Variasi Produk Dan Servicespace Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rocket Chicken Di Lumajang)." *Jobman: Journal of Organization and Business Management* 2(1): 16–19.
- Lovelock, Christoper, and Laurent. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: indeks.
- Musfar, T. F. 2020. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pe. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Niken Nanincova. 2019. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro." *AGORA* 7(2).
- Nursya'bani Purnama. 2006. *Manajemen Kualitas, Perspektif Global*. Ekonisia Fakultas Ekonomi.
- Parasuraman, A., Valarie A. Zeithamel, dan Leonard L. Berry. 2014. *The Behaviorial Consequenses of Service Quality*. New Jersey: Prentince Hall.
- Riduwan, and Kuncoro. 2008. *Cara Menggunakan Dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysys)*. Cetakan Kedua. Bandung: Alfabeta.
- Sesawan, Ajis, Nurul Qomariah, and Haris Hermawan. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen." *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia* 9(2): 114–26.
- Shochil Luthfi Noor. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan." Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Sica, Wijaya. A., Chandra, E. dan Mailoli, J. 2022. "Pengaruh Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Lembaga Kursus Dan Pelatihan (LKP) Family: Harga Sebagai Pemoderasi." *Maker: Jurnal Manajemen* 8(1): 101–8.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
- Suhyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- . 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- . 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- . 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Bandung: CV. Alfabeta.
- Suyatno, and Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, Dan Kasus)*. Yogyakarta: CAPS.
- Thorik G. dan Utus H. 2006. *Marketing Muhammad*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan Dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi offset.
- Tjiptono & Chandra, G. 2012. *Pemasaran Strategik*. Edisi Kedu. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi offset.
- Tjiptono, F, and Anastasia Diana. 2016. *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Andi offset.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Strategi Pemasaran I*. Edisi Kedu. Yogyakarta: Andi offset.
- . 2017. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. *Pemasaran Esesi Dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi offset.
- Utjar. 2005. *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Noresponden :

KUESIONER TENTANG PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RESTAURAN ICHIBAN SUSHI LIVING WORLD KOTA PEKANBARU

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Dengan hormat,

Saya Muhammad Taufik Riadi jurusan Manajemen konsentrasi Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, yang saat ini sedang melakukan penelitian dalam rangka penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Restaurant Ichiban Sushi Living World Pekanbaru” sebagai persyaratan kelulusan mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E). Sehubungan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan Saudara/I untuk meluangkan waktu guna mengisi kuesioner yang saya lampirkan. Atas perhatian dan kesediaan waktu yang telah diluangkan, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Muhammad Taufik Riadi
NIM. 11970114990



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DATA PRIBADI

1. Nama Konsumen : _____
2. Jenis Kelamin :

 Laki-laki Perempuan
3. Berapa kali anda datang ke restoran Ichiban Sushi Living World Pekanbaru ?

 Pertama kali kurang dari 5 kali lebih dari 5 kali
4. Berapakah usia anda saat ini :

 17-21 tahun 22-26 tahun 27-31 tahun
5. Apakah pekerjaan anda saat ini :

 Tidak Bekerja Karyawan swasta PNS

 Wiraswasta Pelajar / Mahasiswa Lainnya
6. Penghasilan rata-rata/bulan

 < 1.000.000 1.000.000-5.000.000 > 5.000.000
7. Pendidikan terakhir :

 SD SMP SMA D3/S1

Pengisian Kuesioner

Jawablah pertanyaan dibawah ini yang sesuai dengan kualitas pelayanan, variasi produk dan kepuasan anda dalam pelayanan restoran Ichiban Sushi Living World Pekanbaru dengan memberikan tanda ceklis (✓) pada pilihan yang sesuai dengan pendapat konsumen restoran Ichiban Sushi Living World Pekanbaru.

Keterangan :

No	Jenis jawaban	Bobot atau Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Cukup Setuju (CS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Kualitas Pelayanan (X1)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	CS	TS	STS
		5	4	3	2	1
	Tangible (Bukti Fisik)					
1	Penampilan karyawan restoran Ichiban Sushi rapi dan profesional, serta menggunakan tanda pengenal					
2	Peralatan, perlengkapan dan sarana restoran Ichiban Sushi yang modern					
3	Kondisi lingkungan restoran Ichiban Sushi yang bersih dan nyaman					
	Reliability					
1	Ketepatan dan kecepatan pelayanan restoran Ichiban Sushi baik dan sesuai keinginan konsumen					
2	Pelayanan restoran Ichiban Sushi ramah serta selalu siap menolong					
3	Jam kerja restoran Ichiban Sushi tepat waktu					
	Responsiveness (Daya Tanggap)					
1	Kemampuan karyawan restoran Ichiban Sushi untuk selalu tanggap terhadap masalah yang timbul					
2	Respon cepat dari karyawan restoran Ichiban Sushi terhadap pelanggan yang datang.					
3	Karyawan memberi informasi yang jelas dan mudah dimengerti oleh pelanggan.					
	Assurance (jaminan)					
1	Karyawan restoran Ichiban Sushi mampu menanamkan kepercayaan kepada pelanggan					
2	Pengetahuan dan kecakapan karyawan restoran Ichiban Sushi sangat baik					
3	Restoran Ichiban Sushi Bertanggung jawab atas keamanan dan mengutamakan pelanggan					
	Empati (Emphaty)					
1	Karyawan restoran Ichiban Sushi dapat memahami kebutuhan spesifik karyawan					
2	Karyawan restoran Ichiban Sushi memperlakukan karyawan dengan penuh perhatian					
3	Pelanggan mudah berhubungan dengan karyawan restoran Ichiban Sushi untuk kepentingan pelanggan					

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Variasi Produk (X2)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Pertanyaan	Jawaban				
	SS	S	CS	TS	STS
	5	4	3	2	1
Citra Produk (Brand)					
1. Harga makanan dan minuman di Ichiban Sushi sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan					
2. Harga yang diberikan restoran Ichiban Sushi mempunyai daya saing dengan produk lain					
Produk (Product)					
1. Restoran Ichiban Sushi mempunyai varian rasa yang menarik					
2. Restoran Ichiban Sushi mempunyai varian rasa yang khas dibandingkan pesaing lainnya					
Kelengkapan Produk (Stock)					
1. Kelengkapan produk restoran Ichiban Sushi sesuai dengan daftar menu yang tersedia					
2. Menu yang saya inginkan selalu tersedia di restoran Ichiban Sushi					
Kualitas Produk					
1. Menu yang tersedia di restoran Ichiban Sushi sesuai dengan kualitas produk yang diinginkan					
2. Kualitas Produk yang diberikan restoran Ichiban Sushi sudah diatas rata-rata					

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Kepuasan Konsumen (Y)

Pertanyaan	Kepuasan Konsumen				
	SS	S	CS	TS	STS
	5	4	3	2	1
Kesesuaian harapan					
1. Makanan yang disediakan restoran Ichiban Sushi Living World sesuai dengan keinginan konsumen.					
2. Karyawan restoran Ichiban Sushi Living World memberikan pelayanan yang baik.					
3. Fasilitas restoran Ichiban Sushi Living World seperti <i>barcode menu</i> yang ada sesuai dengan yang diharapkan					
Minat berkunjung kembali					
1. Berminat berkunjung kembali ke restoran Ichiban Sushi Living World karena cita rasa makanan yang dihidangkan memuaskan.					
2. Berminat untuk berkunjung kembali ke restoran Ichiban Sushi Living World karena pelayanan yang diberikan memuaskan.					
3. Berminat berkunjung kembali ke restoran Ichiban Sushi Living World karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.					
Kesediaan merekomendasikan					
1. Merekomendasikan restoran Ichiban Sushi Living World kepada teman karena makanan yang dihidangkan sangat enak.					
2. Merekomendasikan restoran Ichiban Sushi Living World kepada temankarena pelayanan yang diberikan baik.					
3. Merekomendasikan restoran Ichiban Sushi Living World kepada teman karena fasilitas yang disediakan memadai.					

Lampiran 2 : Data Kuesioner

Variabel X1 (Kualitas Pelayanan)

No Resp.	Kualitas Pelayanan															total
	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	
1	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	68
2	5	5	4	4	3	3	3	3	3	5	4	5	4	5	5	61
3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	5	55
4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	66
5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	2	55
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
7	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	64
8	5	5	5	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	65
9	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	45
10	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	58
11	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	65
12	4	5	5	5	4	4	3	3	5	4	4	5	3	3	4	61
13	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	73
14	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	60
15	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	5	58
16	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	57
17	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	56
18	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	54
19	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	67
20	5	4	4	5	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	58
21	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	56
22	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	66
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
24	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	55
25	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	71
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	61
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	56
30	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	52
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	5	60
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	59
33	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	3	5	3	65
34	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	60
35	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	55
36	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	66
37	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	61
39	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
40	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	61

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

41	4	4	3	3	3	4	3	4	4	5	4	3	3	4	4	55
42	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	59
43	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	66
44	5	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	60
45	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	65
46	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	57
47	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	56
48	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	67
49	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	54
50	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
51	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57
52	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
53	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	56
54	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	51
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	58
56	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	57
57	4	4	4	4	4	4	4	2	5	5	3	3	4	4	4	58
58	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	59
59	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
60	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	56
61	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
62	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	57
63	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	57
64	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
65	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	64
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	58
67	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	62
68	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
69	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	68
70	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
71	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	57
72	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	58
73	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	62
74	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	52
75	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	53
76	5	3	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
77	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	63
78	3	3	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	64
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	62
80	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	64

©

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

81	5	3	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	66
82	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	51
83	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	53
84	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	62
85	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	63
86	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	62
87	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	63
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	62
89	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	63
90	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	58
91	4	4	4	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	67
92	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
93	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	61
94	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	60
95	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	54
96	4	3	5	4	5	3	4	3	4	4	4	4	5	5	4	61
97	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	60
98	4	5	5	4	3	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	64
99	4	4	4	5	4	3	5	5	4	4	5	5	5	4	3	64
100	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	63

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Variabel X2 (Variasi Produk)

No Resp.	Variasi Produk								Total
	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	
1	5	5	5	5	5	5	5	4	39
2	5	4	5	5	5	4	5	4	37
3	4	3	4	3	4	4	4	4	30
4	5	5	4	4	5	5	5	5	38
5	3	3	3	3	4	4	4	3	27
6	4	4	3	4	3	4	4	4	30
7	5	5	5	5	5	4	5	5	39
8	5	4	4	5	5	4	5	4	36
9	5	4	5	4	5	4	5	4	36
10	3	3	4	3	3	3	3	3	25
11	5	4	5	5	4	5	4	4	36
12	4	4	4	4	4	4	3	3	30
13	4	5	5	5	5	5	5	4	38
14	4	5	4	4	4	4	4	4	33
15	4	5	4	5	4	5	5	5	37



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

21	5	4	5	4	5	4	4	4	35
22	4	4	4	4	4	3	4	3	30
23	4	5	5	5	4	5	5	5	38
24	3	3	4	3	4	3	3	3	26
25	4	5	4	5	4	5	4	5	36
26	3	3	3	4	4	4	3	4	28
27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
28	3	3	5	4	4	5	5	5	34
29	4	4	4	4	4	4	4	5	33
30	4	4	4	4	4	3	3	3	29
31	5	5	4	4	4	4	4	5	35
32	4	5	5	5	4	4	4	4	35
33	4	4	4	4	4	4	4	4	32
34	5	5	4	4	4	4	4	4	34
35	4	4	3	4	4	4	3	4	30
36	4	5	4	3	5	3	3	4	31
37	4	5	4	4	5	5	5	5	37
38	4	4	4	3	5	5	3	4	32
39	5	5	4	4	4	3	4	3	32
40	4	4	4	4	4	3	4	4	31
41	5	4	4	5	5	4	5	5	37
42	4	4	4	4	4	4	4	4	32
43	4	4	3	3	3	4	3	3	27
44	3	4	4	4	3	3	3	3	27
45	4	5	4	5	5	5	5	5	38
46	5	5	5	5	5	4	5	4	38
47	4	4	3	4	4	4	4	4	31
48	4	4	4	4	4	4	4	4	32
49	5	4	5	4	5	4	5	4	36
50	4	4	4	4	4	3	4	4	31
51	5	4	4	5	5	4	5	5	37
52	4	4	4	4	4	3	3	4	30
53	4	4	5	4	4	4	4	3	32
54	4	4	4	4	3	4	4	4	31
55	4	4	4	3	4	4	3	3	29
56	4	5	5	4	4	5	5	5	37
57	5	4	4	4	5	5	4	5	36
58	4	4	4	3	3	4	4	4	30
59	4	4	4	4	4	3	4	4	31
60	4	4	4	4	4	4	5	5	34

©

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

61	4	3	4	3	4	4	4	3	29
62	5	5	4	4	4	4	4	4	34
63	4	4	3	4	4	4	4	4	31
64	5	4	4	4	4	4	4	4	33
65	4	4	4	5	5	4	4	4	34
66	4	4	3	4	4	4	3	3	29
67	4	3	4	4	4	4	4	3	30
68	5	5	4	4	4	3	4	5	34
69	5	5	4	4	4	4	5	4	35
70	5	5	5	5	5	5	5	5	40
71	5	5	4	4	4	4	4	4	34
72	5	4	4	5	4	5	4	4	35
73	4	4	4	4	4	4	5	4	33
74	4	4	4	4	5	4	4	5	34
75	4	3	4	3	3	3	4	4	28
76	5	5	5	3	4	3	4	4	33
77	5	4	4	5	4	4	4	5	35
78	5	4	4	4	4	4	5	5	35
79	4	4	4	4	4	4	5	5	34
80	4	4	4	4	4	4	4	5	33
81	5	4	4	4	4	3	4	4	32
82	4	4	4	4	4	3	4	4	31
83	4	4	4	4	4	4	5	4	33
84	4	4	3	4	3	4	4	3	29
85	4	5	4	5	5	5	4	5	37
86	4	3	4	3	4	3	4	3	28
87	5	5	4	4	4	4	4	3	33
88	3	4	3	3	4	4	4	3	28
89	4	4	4	4	4	4	4	4	32
90	5	4	4	4	4	4	4	5	34
91	4	4	5	3	4	5	4	4	33
92	4	4	4	4	5	5	4	4	34
93	5	5	4	4	3	4	4	3	32
94	4	4	4	5	5	4	4	3	33
95	4	4	4	4	4	4	4	4	32
96	3	4	3	4	3	3	4	4	28
97	4	4	3	4	3	3	3	3	27
98	5	5	4	5	5	3	4	4	35
99	4	4	4	4	4	4	5	4	33
100	4	3	4	4	3	4	4	3	29

Varabel Y (Kepuasan Konsumen)

No Resp.	Kepuasan Konsumen									Total
	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
2	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44
3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	33
4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	43
5	4	4	3	3	3	3	4	4	4	32
6	4	4	4	4	3	3	3	4	4	33
7	5	4	4	5	5	4	5	4	4	40
8	5	5	4	4	4	4	4	5	4	39
9	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
10	4	3	3	3	3	3	3	3	3	28
11	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
12	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
13	5	5	5	5	5	5	4	4	4	42
14	5	5	5	4	4	4	4	4	5	40
15	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
16	4	3	3	3	3	4	4	4	4	32
17	4	4	4	4	4	3	3	4	3	33
18	3	4	3	4	4	3	4	4	3	32
19	4	4	4	4	4	4	4	5	5	38
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
21	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
23	4	4	4	4	4	5	4	5	5	39
24	4	4	3	3	3	3	4	4	3	31
25	5	5	5	4	4	4	4	4	5	40
26	4	3	3	3	3	3	5	5	5	34
27	4	4	4	4	4	5	5	5	5	40
28	5	5	4	5	5	4	4	5	5	42
29	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
30	4	3	4	4	4	3	3	4	3	32
31	4	4	4	3	4	4	4	5	5	37
32	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
34	5	4	5	5	5	4	4	4	3	39
35	2	3	3	5	5	5	5	2	3	33
36	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
37	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
38	5	5	4	4	4	4	4	3	4	37
39	4	5	5	4	5	5	4	4	5	41
40	4	5	5	4	4	5	4	4	3	38

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

©

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

41	5	4	5	3	4	4	4	4	4	37
42	5	5	4	5	4	5	5	4	4	41
43	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
44	4	4	4	5	2	5	5	5	4	38
45	5	4	3	4	4	4	3	3	4	34
46	4	4	4	4	4	4	3	3	4	34
47	4	4	3	3	4	4	4	4	5	35
48	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37
49	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
50	4	4	4	4	4	4	4	5	5	38
51	5	5	5	4	4	4	4	3	4	38
52	4	4	4	4	4	5	4	4	5	38
53	5	4	4	4	3	3	3	3	4	33
54	4	5	4	5	5	4	5	4	5	41
55	4	5	4	5	5	5	5	5	5	43
56	5	4	4	4	4	5	5	5	4	40
57	5	5	5	5	5	4	4	5	5	43
58	5	5	4	4	4	5	5	4	5	41
59	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
60	4	4	4	5	5	5	4	4	4	39
61	4	4	4	3	4	3	4	5	5	36
62	5	4	4	4	4	4	4	4	5	38
63	4	3	4	4	3	4	3	4	3	32
64	5	4	4	4	4	4	4	3	4	36
65	4	4	4	4	4	4	4	5	5	38
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
67	3	3	3	4	4	3	4	4	4	32
68	4	4	3	3	3	4	4	3	3	31
69	4	3	3	3	2	3	4	4	4	30
70	4	3	3	3	3	4	4	4	4	32
71	4	5	5	4	4	4	4	4	5	39
72	4	4	3	3	3	4	4	4	4	33
73	4	3	4	3	4	4	3	4	4	33
74	5	5	4	5	4	5	4	3	4	39
75	4	3	2	3	2	4	4	4	4	30
76	4	4	3	3	4	4	3	3	4	32
77	4	4	4	4	3	3	3	4	3	32
78	5	5	3	4	4	4	4	4	4	37
79	4	3	4	4	3	5	5	5	5	38
80	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37

©

81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
82	3	4	4	4	4	4	4	4	3	34
83	5	5	2	4	4	5	5	3	5	38
84	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
85	4	5	5	5	5	5	5	4	5	43
86	5	5	5	5	5	5	4	4	5	43
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
88	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
89	4	3	3	3	4	4	4	4	4	33
90	3	4	3	4	3	4	4	4	4	33
91	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
92	3	3	4	5	5	5	5	5	4	39
93	4	4	4	4	3	4	4	5	4	36
94	4	4	5	5	4	3	3	5	4	37
95	4	4	4	3	3	4	4	5	4	35
96	4	5	5	5	5	5	5	5	4	43
97	4	3	3	4	4	4	5	4	5	36
98	5	5	5	4	5	4	4	4	5	41
99	5	4	4	5	4	4	4	5	4	39
100	5	5	4	5	5	5	4	5	5	43

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 3 : karakteristik Responden

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	63	63.0	63.0	63.0
	Perempuan	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Kedatangan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pertama kali	27	27.0	27.0	27.0
	< 5 kali	45	45.0	45.0	72.0
	> 5 kali	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-21 tahun	17	17.0	17.0	17.0
	22-26 tahun	61	61.0	61.0	78.0
	27-31 tahun	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak bekerja	16	16.0	16.0	16.0
	karyawan swasta	28	28.0	28.0	44.0
	PNS	10	10.0	10.0	54.0
	Wiraswasta	9	9.0	9.0	63.0
	Pelajar/Mahasiswa	31	31.0	31.0	94.0
	lainnya	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penghasilan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1.000.000	47	47.0	47.0	47.0
	1.000.000 - 5.000.000	15	15.0	15.0	62.0
	> 5.000.000	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	63	63.0	63.0	63.0
	D3/S1	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 4 : Hasil Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Variabel	Item	Corrected item (r hitung)	r tabel	Keterangan
X1	X1.1	0.4636	0.195	Valid
	X1.2	0.527	0.195	Valid
	X1.3	0.5276	0.195	Valid
	X1.4	0.5891	0.195	Valid
	X1.5	0.4788	0.195	Valid
	X1.6	0.4538	0.195	Valid
	X1.7	0.633	0.195	Valid
	X1.8	0.6124	0.195	Valid
	X1.9	0.5418	0.195	Valid
	X1.10	0.4126	0.195	Valid
	X1.11	0.5715	0.195	Valid
	X1.12	0.6346	0.195	Valid
	X1.13	0.6297	0.195	Valid
	X1.14	0.6151	0.195	Valid
	X1.15	0.4372	0.195	Valid
X2	X2.1	0.6419	0.195	Valid
	X2.2	0.6443	0.195	Valid
	X2.3	0.6374	0.195	Valid
	X2.4	0.7173	0.195	Valid
	X2.5	0.685	0.195	Valid
	X2.6	0.6247	0.195	Valid
	X2.7	0.7446	0.195	Valid
	X2.8	0.7105	0.195	Valid
Y	Y.1	0.5087	0.195	Valid
	Y.2	0.7255	0.195	Valid
	Y.3	0.6752	0.195	Valid
	Y.4	0.7058	0.195	Valid
	Y.5	0.7172	0.195	Valid
	Y.6	0.6571	0.195	Valid
	Y.7	0.5247	0.195	Valid
	Y.8	0.4431	0.195	Valid
	Y.9	0.6272	0.195	Valid

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Uji Reliabilitas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Variabel Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.826	15

4. Variabel Variasi Produk

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.830	8

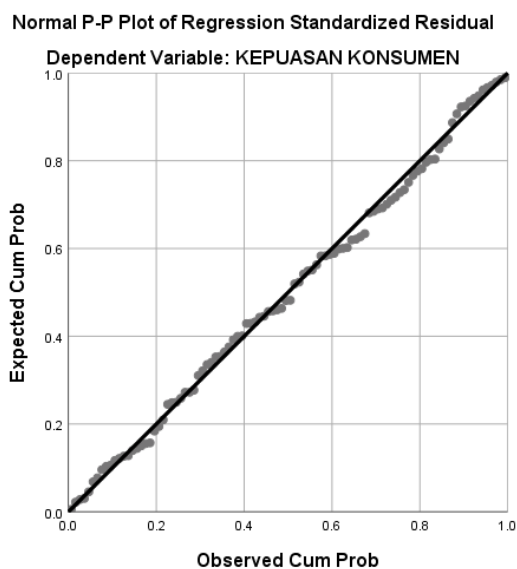
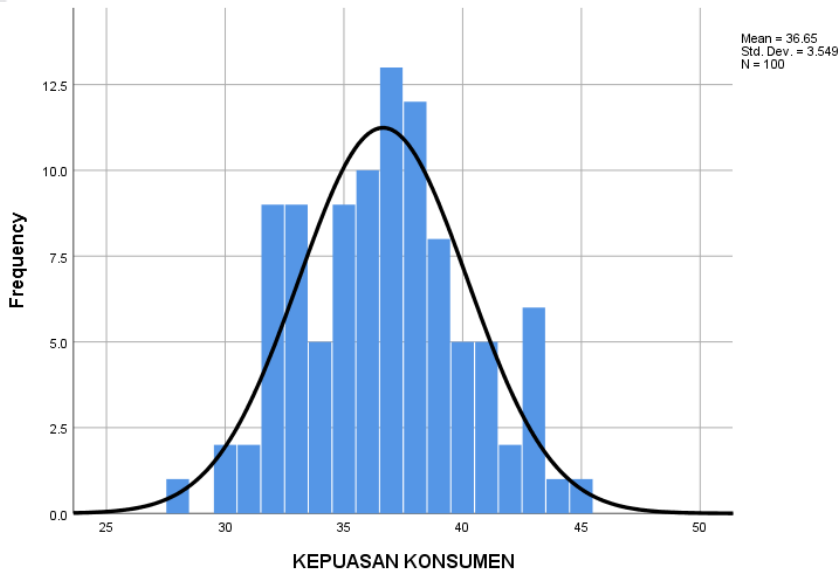
5. Variabel Kepuasan Konsumen

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.803	9

Lampiran 5 : Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

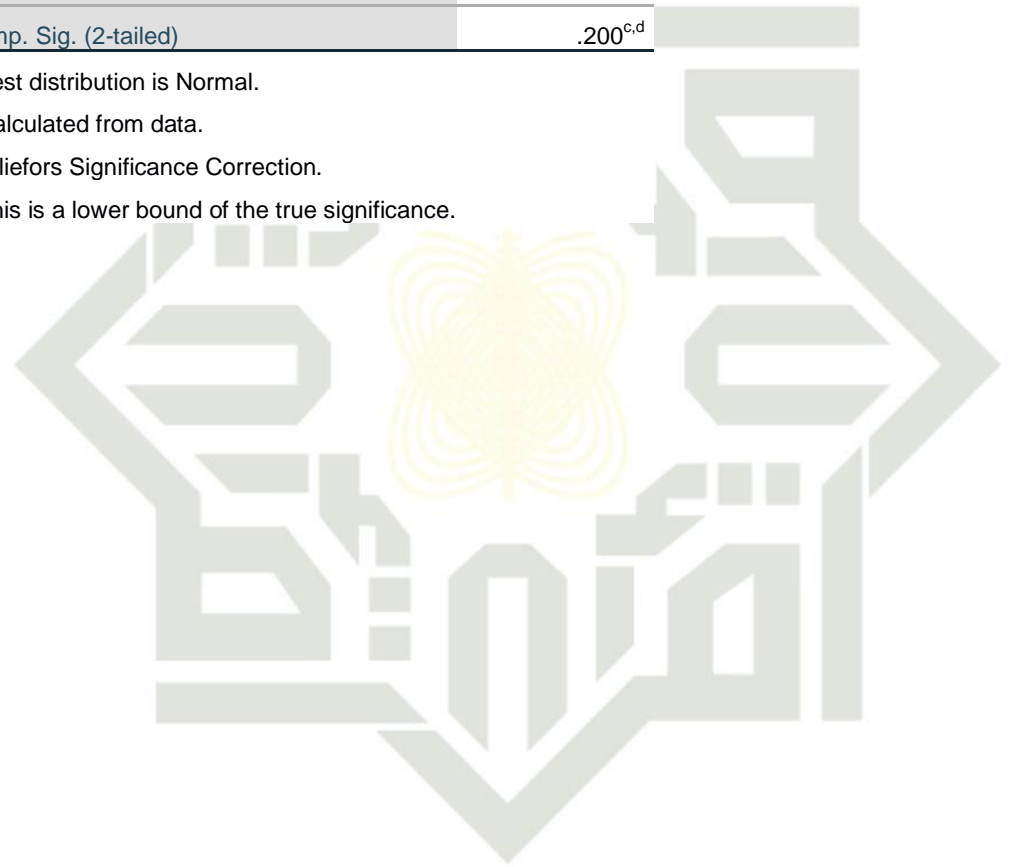
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.32056255
Most Extreme Differences	Absolute	.045
	Positive	.045
	Negative	-.035
Test Statistic		.045
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.



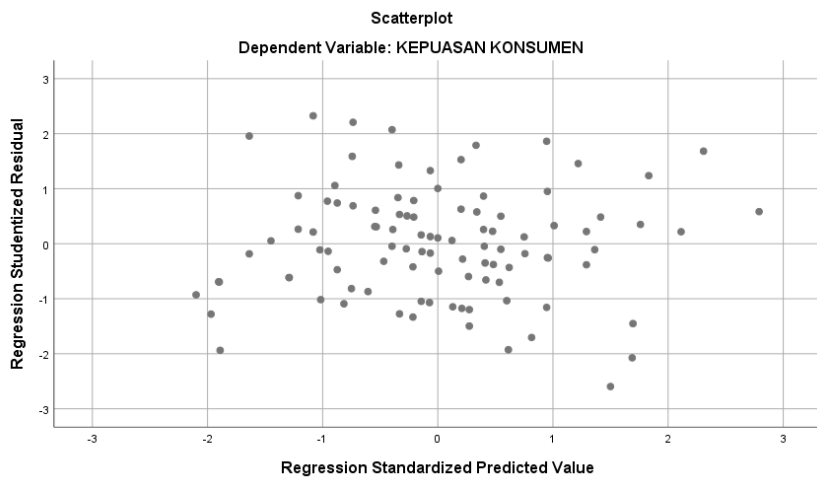
UIN SUSKA RIAU

Uji multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	18.014	5.132		3.510	.001		
	KUALITAS PELAYANAN	.171	.074	.222	2.310	.023	.973	1.027
	VARIASI PRODUK	.253	.102	.240	2.491	.014	.973	1.027

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Uji heteroskedastisitas



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 - Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Uji Regresi linier berganda

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.014	5.132		3.510	.001
	KUALITAS PELAYANAN	.171	.074	.222	2.310	.023
	VARIASI PRODUK	.253	.102	.240	2.491	.014

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.014	5.132		3.510	.001
	KUALITAS PELAYANAN	.171	.074	.222	2.310	.023
	VARIASI PRODUK	.253	.102	.240	2.491	.014

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	155.163	2	77.581	6.894	.002 ^b
	Residual	1091.587	97	11.253		
	Total	1246.750	99			

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN
b. Predictors: (Constant), VARIASI PRODUK, KUALITAS PELAYANAN

Koefisien determinasi R²

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.353 ^a	.421	.106	3.355

a. Predictors: (Constant), VARIASI PRODUK, KUALITAS PELAYANAN
b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



MUHAMMAD TAUFIK RIADI, lahir di Batam tanggal 17 Januari 2000. Anak tunggal, dari pasangan Bapak Slamet Riadi dan ibu Endang Setianingsih. Pendidikan formal penulis adalah SD 068 Pekanbaru lulus pada tahun 2012, SMPN 34 Batam lulus pada tahun 2015, SMKN 1 Batam lulus pada tahun 2018. Kemudian, penulis melanjutkan jenjang

pendidikan pada tahun 2019 ke Perguruan Tinggi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Fakultas Ekonomi dan Sosial Program Studi Manajemen.

Pada tahun 2021, penulis melaksanakan praktek kerja di PT. Ecogreen Oleochemicals yang dibimbing oleh bu Febri Rahmi, SE., M.Sc., Ak.CA. Pada tanggal 5 Juli – 5 September 2022, penulis mengikuti pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata di Desa Binamang Kecamatan Tiga Belas Koto Kampar Kabupaten Kampar provinsi Riau. Penulis dinyatakan lulus ujian sarjana dengan judul tugas akhir **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Variasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Ichiban Sushi Living World Kota Pekanbaru”** dengan dosen pembimbing Ibu Astuti Meflinda, SE, MM.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.