



ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PADA CANDU KOPI DENGAN METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* (CSI)

© Hak cipta milik 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 karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik Pada
Program Studi Teknik Industri

Disusun Oleh:

HARKAT PUTRA
11652103597



UIN SUSKA RIAU

FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

PEKANBARU

2023



LEMBAR PERSETUJUAN

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PADA CANDU KOPI
DENGAN METODE *CUSTOMER SATISFUNCTION INDEX*
(CSI)

TUGAS AKHIR

Oleh:

HARKAT PUTRA
11652103597

Telah diperiksa, disetujui, dan disahkan Sebagai Laporan Tugas Akhir
di Pekanbaru, pada tanggal 17 Juli 2023

Pembimbing I

Ismu Kusumanto, S.T., M.T.
NIP. 197304122007101002

Pembimbing II

Suherman, S.T., M.T.
NIP. 130514004

Ketua Jurusan

Misra Hartati, S.T., M.T.
NIP. 198205272015032002

© 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 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.

LEMBAR PENGESAHAN JURUSAN

ANALISI KEPUASAN KONSUMEN PADA CANDU KOPI DENGAN METODE *CUSTOMER SATISFUNCTION INDEX* (CSI)

TUGAS AKHIR

Oleh :

HARKAT PUTRA
11652103597

Telah dipertahankan di depan sidang dewan penguji
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik
Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
di Pekanbaru, pada tanggal 17 Juli 2023

Pekanbaru, 17 Juli 2023

Mengesahkan,

Ketua Program Studi


Dekan
Dr. Hartono, M.Pd
NIP. 196403011992031003


Misra Hartati, S.T., M.T
NIP. 198205272015032002

DEWAN PENGUJI :

Ketua : Muhammad Nur, S.T., M.Si.
Sekretaris I : Ismu Kusumanto, S.T., M.T.
Sekretaris II : Suherman, S.T., M.T.
Anggota I : Muhammad Ihsan Hamdy, S.T., M.T.
Anggota II : Muhammad Nur, S.T., M.Si.

**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 Surat :

Nomor : Nomor 13/2023

Tanggal : 17 Juli 2023

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Harkat Putra
NIM : 11652103597
Tempat/Tanggal Lahir : Duri, 15 Maret 1998
Fakultas : Sains dan Teknologi
Prodi : Teknik Industri
Judul Skripsi : Analisis Kepuasan Konsumen Pada Candu Kopi Dengan Metode *Customer Satisfuction Index* (CSI)
Metode *Customer Satisfuction Index* (CSI)

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian dan pemikiran saya sendiri.
2. Semua kutipan sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu skripsi saya ini, saya nyatakan bebas plagiat.
4. Apabila dikemudian hari ditemukan plagiat pada skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikian surat ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 17 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,

**Harkat Putra**

NIM. 11652103597



LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL

Tugas Akhir yang tidak diterbitkan ini terdaftar dan tersedia di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau adalah terbuka untuk umum dengan ketentuan bahwa hak cipta pada penulis. Referensi perpustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau ringkasan hanya dapat dilakukan seizin penulis dan harus disertai dengan kebiasaan ilmiah untuk menyebutkan sumbernya.

Penggandaan atau penerbitan sebagian atau seluruh Tugas Akhir ini harus memperoleh izin dari Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Perpustakaan yang meminjamkan Tugas Akhir ini untuk anggotanya diharapkan untuk mengisi nama, tanda peminjaman dan tanggal pinjam.

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.

LEMBAR PERSEMBAHAN



“Dan janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus dari rahmat Allah melainkan orang-orang yang kafur”

(Q.S Yusuf ayat: 18)

Dengan rahmat Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang

Dengan ini Ananda persembahkan sebuah karya untuk Ibunda dan Ayahanda tercinta

Yang telah meridhoi Ananda untuk pergi merantau dan menuntut ilmu

Dengan ridho dan do'a mu lah Ananda bisa menyelesaikan perkuliahan ini

Terimakasih Ibu dan Ayah yang selalu memberi semangat dan motivasi hingga Ananda bisa mencapai titik ini

Ananda akan selalu berusaha untuk membuat Ibu dan Ayah bangga

UIN SUSKA RIAU

Pekanbaru, 17 Juli 2023

Harkat Putra


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

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PADA CANDU KOPI DENGAN METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* (Studi Kasus : Candu Kopi)

Oleh :

Harkat Putra

Program Studi Teknik Industri
Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Jl. HR. Soebrantas KM. 15 No. 155 Pekanbaru

ABSTRAK

Kepuasan konsumen merupakan hal terpenting yang harus dicapai oleh penyedia layanan, salah satunya *Coffee shop*. Candu Kopi adalah sebuah *Coffee Shop* yang berdiri sejak tahun 2018. Berdasarkan wawancara yang dilakukan, terdapat beberapa ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh Candu Kopi. Oleh sebab itu agar tidak kehilangan pelanggan dan mendapatkan citra yang baik, diperlukan analisis kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan Candu Kopi. Salah satu metode yang digunakan dalam menganalisa kepuasan pelanggan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Metode ini memiliki beberapa keunggulan antara lain efisiensi tidak hanya indeks kepuasan tetapi sekaligus memperoleh informasi yang berhubungan dengan dimensi atau atribut yang perlu diperbaiki, mudah digunakan dan sederhana serta menggunakan skala yang memiliki sensitivitas dan reliabilitas cukup tinggi. Berdasarkan pengolahan yang didapatkan persentase kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan di Candu Kopi mencapai 79,20%, yang berarti tingkat kepuasan tersebut berada pada tingkat yang memuaskan. Untuk meningkatkan kualitas konsumen, candu kopi dapat melakukan perbaikan kinerja pelayanan seperti meningkatkan efisiensi dalam proses pelayanan, dengan pemesanan, pengantaran pesanan, dan pembayaran hingga memastikan bahwa pelanggan tidak harus menunggu terlalu lama untuk mendapatkan pesanan mereka. Hal ini dapat dicapai dengan menyusun sistem yang lebih efisien, menggunakan teknologi yang tepat, dan memastikan ada cukup staf yang tersedia untuk melayani pelanggan. Candu Kopi juga dapat menyediakan menu yang lebih beragam agar pelanggan dapat mencoba variasi menu baru.

Kata kunci: *Customer Satisfaction Index, Coffee shop, Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan*



ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION AT CANDU KOPI USING THE CUSTOMER SATISFACTION INDEX METHOD (Case Study: Candu Kopi)

By :

Harkat Putra

Industrial Engineering Study Program
 Faculty of Science and Technology
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
 Jl. HR. Soebrantas KM. 15 No. 155 Pekanbaru

ABSTRACT

Customer satisfaction is the most important thing that should be achieved by service providers, including Coffee shops. Candu Kopi is a Coffee Shop that has been established since 2018. Based on conducted interviews, there are several customer dissatisfactions regarding the services provided by Candu Kopi. Therefore, in order to not lose customers and maintain a good image, an analysis of customer satisfaction with the services provided by Candu Kopi is needed. One of the methods used in analyzing customer satisfaction is the Customer Satisfaction Index (CSI). This method has several advantages, including efficiency in not only measuring the satisfaction index but also obtaining information related to dimensions or attributes that need improvement. It is easy to use and simple, and it uses a scale with sufficient sensitivity and reliability. Based on the processing, the percentage of customer satisfaction with the service quality at Candu Kopi reaches 79.20%, which means that the level of satisfaction is at a satisfactory level. To improve customer quality, Candu Kopi can make improvements in service performance, such as increasing efficiency in the service process, from ordering, delivery of orders, and payment, to ensuring that customers do not have to wait too long to receive their orders. This can be achieved by developing a more efficient system, using appropriate technology, and ensuring an adequate number of staff is available to serve customers. Candu Kopi can also provide a more diverse menu so that customers can try new menu variations.

Keywords: Customer Satisfaction Index, Coffee shop, Consumer Satisfaction, Service Quality.

- 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.

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.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah Robbil 'Alamin, segala puji hanya bagi Allah SWT atas segala Rahmat, Karunia serta Hidayah-Nya yang telah dilimpahkan kepada hamba-Nya, sehingga Saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul "Analisis Kepuasan Konsumen Pada Candu Kopi Dengan Metode *Customer Satisfaction Index* " sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana akademik di Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Shalawat beserta salam saya sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW yang merupakan suri tauladan bagi kita semua, semoga kita termasuk dalam umatnya yang mendapat syafa'at dari beliau kelak.

Banyak ilmu pengetahuan dan pengalaman yang saya peroleh dalam menempuh Pendidikan di Program Studi Teknik Industri. Serta juga banyak pihak yang telah membantu saya dalam menyusun laporan Tugas Akhir ini, baik secara moril maupun materil. Untuk itu pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. Hartono, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Ibu Misra Hartati, S.T., M.T. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Anwardi, S.T.,M.T Selaku Sekretaris Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Nazaruddin, S.ST., M.T. Selaku Koordinator Tugas Akhir Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri 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 mengemukakan 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

6. Bapak Ismu Kusumanto, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing I dan Bapak Suherman, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing II Tugas Akhir yang telah memberikan masukan dan pembelajaran selama proses bimbingan sehingga laporan Tugas Akhir ini dapat selesai.
7. Bapak Muhammad Ihsan Hamdy, ST, MT. dan Bapak Muhammad Nur, ST, M.Si. selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan saran yang membangun dalam penulisan Laporan Tugas Akhir ini.
8. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Teknik Industri yang telah banyak memberikan pendidikan dan pengajaran yang sangat bermanfaat bagi Penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
9. Terkhusus kepada Bapak Amril Alamsyah dan Ibu Kartini selaku orang tua Penulis yang mendukung dan mendoakan dengan sepenuh hati sehingga laporan Tugas Akhir ini bisa diselesaikan oleh Penulis. Tidak lupa untuk Jadlaul Arif, Badrie Amal, Rasis Alwafi, Muhammad Ghufuran, selaku abang, yang membantu Penulis baik dalam bentuk dukungan moral, maupun dukungan material. Tanpa dukungan mereka, laporan Tugas Akhir ini mungkin tidak dapat diselesaikan tepat pada waktunya.
10. Ucapan terima kasih kepada sahabat-sahabat senasib seperjuangan terutama untuk Muhammad Al-Fajri, Muhammad Azizi Akbar, Septyan, Alhamdi Aidil, Hasbi, Rasyid, Tour de Makkah dan Anak Ibu Bontet, teman-teman Teknik Industri, dan seluruh teman-teman di kampus UIN Sultan Syarif Kasim Riau yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah mendukung selama pengerjaan Tugas Akhir. Terima kasih atas segala dukungan dan bantuan kepada penulis.
1. Semua pihak dan teman-teman seperjuangan yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang turut memberikan dorongan, masukan kepada saya untuk menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.

Dalam laporan ini, saya menyadari bahwa laporan ini jauh dari kesempurnaan, untuk itu saya mengharap kritik serta saran yang bersifat membangun dari semua pihak untuk kesempurnaan laporan ini dan agar lebih baik dimasa yang akan datang. Akhirnya saya mengharapkan semoga laporan Tugas

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.

© Akhir ini berguna bagi saya sendiri khususnya, dan memberikan manfaat serta ide bagi pembaca pada umumnya. Aamiin.

Pekanbaru, 17 Juli 2023

Harkat Putra
11652103597



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

| | Halaman |
|---|----------|
| COVER | i |
| ABSTRAK | vii |
| ABSTRACT | viii |
| KATA PENGANTAR | ix |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| DAFTAR TABEL | xvii |
| DAFTAR RUMUS | xviii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xix |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 4 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 4 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 4 |
| 1.5 Batasan Masalah | 5 |
| 1.6 Posisi Penelitian..... | 6 |
| 1.7 Sistematika Penulisan | 8 |
| | |
| BAB II LANDASAN TEORI | 9 |
| 2.1 Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>) | 9 |
| 2.2 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan..... | 10 |
| 2.3 Orientasi Pasar | 11 |
| 2.4 <i>Customer Satisfaction Index</i> | 12 |
| 2.5 Pengukuran Kepuasan Pelanggan | 13 |
| 2.6 Proses Riset Konsumen..... | 14 |
| 2.6.1 Perilaku Pembelian | 15 |
| 2.7 Uji Validitas | 15 |

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

| | | |
|---|--|-----------|
| 2.8 | Uji Reliabilitas | 16 |
| 2.9 | Populasi dan Sampel | 17 |
| 2.9.1 | Teknik Pengambilan Sampling | 17 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | | 20 |
| 3.1 | Studi Pendahuluan..... | 21 |
| 3.2 | Studi Literatur..... | 21 |
| 3.3 | Identifikasi Masalah | 21 |
| 3.4 | Rumusan Masalah Penelitian..... | 22 |
| 3.5 | Tujuan Penelitian..... | 22 |
| 3.6 | Pengumpulan Data..... | 22 |
| 3.7 | Pengolahan Data | 23 |
| 3.8 | Analisa | 24 |
| 3.9 | Kesimpulan dan Saran | 25 |
| BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA | | 26 |
| 4.1. | Pengumpulan Data..... | 26 |
| 4.1.1 | Profil Perusahaan..... | 26 |
| 4.1.2 | Struktur Organisasi | 26 |
| 4.1.3 | Data Kepuasan Pelanggan | 27 |
| 4.2. | Pengolahan Data | 29 |
| 4.2.1 | Uji Statistik | 29 |
| 4.2.1.1 | Uji Validitas | 29 |
| 4.2.1.2 | Uji Reliabilitas | 31 |
| 4.2.2 | Perhitungan Tingkat Kesesuaian | 31 |
| 4.2.3 | <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> | 36 |
| BAB V ANALISA..... | | 44 |
| 5.1 | Analisa Uji Statistik..... | 44 |
| 5.1.1 | Uji Validitas..... | 44 |
| 5.1.2 | Uji Reliabilitas..... | 44 |
| 5.2 | Analisa <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> | 44 |

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 | 46 |
| 6.1 Kesimpulan | 46 |
| 6.2 Saran | 47 |

DAFTAR PUSTAKA



DAFTAR GAMBAR

| GAMBAR | HALAMAN |
|---|---------|
| Gambar 3.1 <i>Flow Chart</i> Metodologi Penelitian..... | 19 |
| Gambar 4.1 Candu Kopi | 24 |
| Gambar 4.2 Struktur Organisasi Candu Kopi | 24 |



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 mengemukakan 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

DAFTAR TABEL

| TABEL | Halaman |
|---|---------|
| Tabel 1.1 Hal-hal yang membuat pelanggan tidak puas dengan pelayanan Candu Kopi | 3 |
| Tabel 1.2 Posisi Penelitian | 5 |
| Tabel 2.1 Kriteria Penelitian CSI | 12 |
| Tabel 3.1 Atribut Pernyataan | 22 |
| Tabel 4.1 Skor Rata-rata Bukti Langsung..... | 25 |
| Tabel 4.2 Skor Rata-rata Daya Tanggap..... | 24 |
| Tabel 4.3 Skor Rata-rata Keandalan | 24 |
| Tabel 4.4 Skor Rata-rata Jaminan..... | 26 |
| Tabel 4.5 Skor Rata-rata Empati..... | 26 |
| Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 26 |
| Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur..... | 26 |
| Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan..... | 27 |
| Tabel 4.9 Rekapitulasi Uji Validitas Angket Kinerja | 28 |
| Tabel 4.10 Rekapitulasi Uji Validitas Angket Harapan..... | 28 |
| Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Angket Kinerja..... | 29 |
| Tabel 4.12 Uji Reliabilitas Angket Harapan | 29 |
| Tabel 4.13 Pernyataan 1 Angket Kinerja | 29 |
| Tabel 4.14 Pernyataan 1 Angket Harapan..... | 30 |
| Tabel 4.15 Pernyataan 2 Angket Kinerja | 30 |
| Tabel 4.16 Pernyataan 2 Angket Harapan..... | 30 |
| Tabel 4.17 Pernyataan 3 Angket Kinerja | 30 |
| Tabel 4.18 Pernyataan 3 Angket Harapan..... | 30 |
| Tabel 4.19 Pernyataan 4 Angket Kinerja | 30 |
| Tabel 4.20 Pernyataan 4 Angket Harapan..... | 31 |
| Tabel 4.21 Pernyataan 5 Angket Kinerja | 31 |
| Tabel 4.22 Pernyataan 5 Angket Harapan..... | 31 |
| Tabel 4.23 Rekapitulasi Angket Kinerja..... | 31 |



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 RUMUS

| RUMUS | HALAMAN |
|--|---------|
| Rumus 2.1 <i>Mean Importance Score (MIS)</i> | 13 |
| Rumus 2.2 <i>Mean Satisfaction Score (MSS)</i> | 13 |
| Rumus 2.3 <i>Weight Factor (WF)</i> | 13 |
| Rumus 2.4 <i>Weight Score (WS)</i> | 13 |
| Rumus 2.5 <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> | 13 |
| Rumus 2.6 Uji Validitas | 17 |
| Rumus 2.7 Uji Realibitas | 18 |
| Rumus 2.8 Populasi Tak Terbatas | 21 |

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

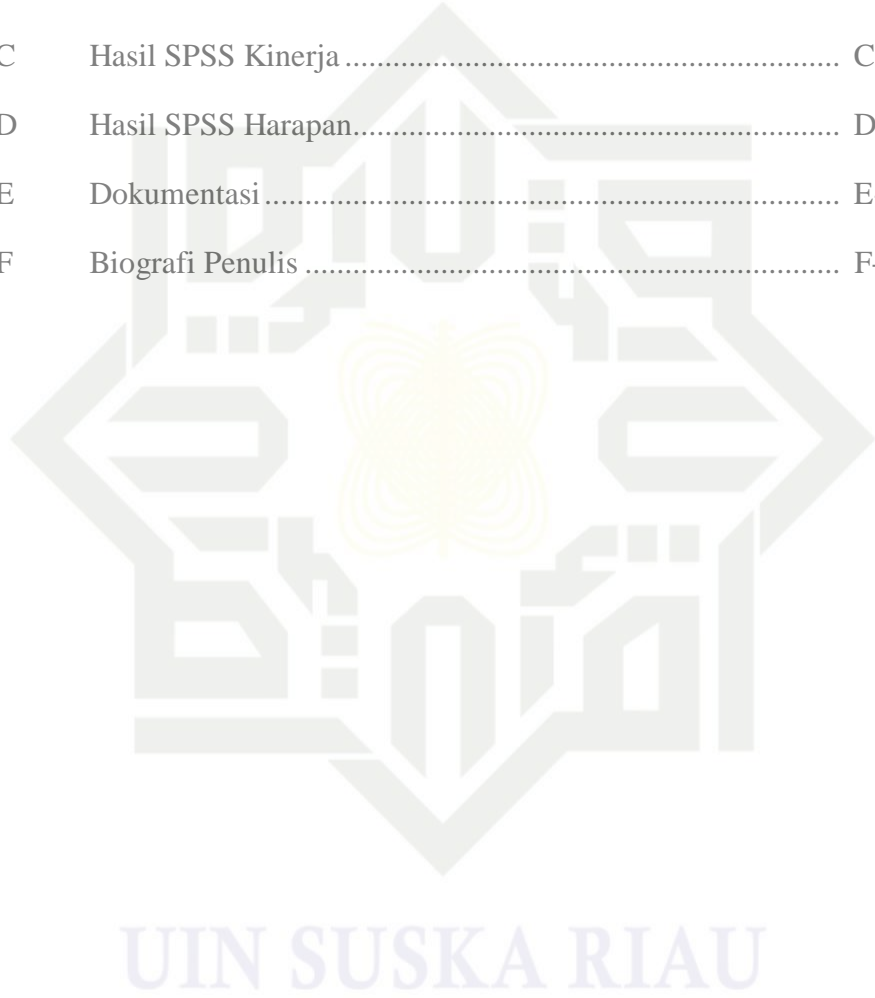
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

DAFTAR LAMPIRAN

| LAMPIRAN | HALAMAN |
|------------|------------------------------|
| Lampiran A | Foto Responden A-1 |
| Lampiran B | Kuisisioner..... B-1 |
| Lampiran C | Hasil SPSS Kinerja C-1 |
| Lampiran D | Hasil SPSS Harapan..... D-1 |
| Lampiran E | Dokumentasi..... E-1 |
| Lampiran F | Biografi Penulis F-1 |





BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Meningkatnya perkembangan bisnis pada sektor perekonomian membuat tingkat persaingan semakin ketat mengikuti perilaku konsumen dengan melakukan inovasi-inovasi terbaru. Salah satu bisnis yang banyak digemari pada bidang makanan dan minuman yaitu bisnis *Coffee Shop*. Perkembangan bisnis *Coffee Shop* didasari karena adanya perubahan perilaku konsumen dalam memandangi fungsi *Coffee Shop* yang tidak lagi hanya sebagai tempat menikmati makanan dan minuman, namun dapat menjadi tempat bersosialisasi, *hang out*, tempat bersantai ria, tempat mengerjakan tugas, dan lainnya. Para konsumen *Coffee Shop* beberapanya terdiri dari mahasiswa, anak sekolahan, pekerja swasta, kantoran, pengusaha, pegawai sipil, aparat, dan pejabat.

Coffee shop ialah Warung Kopi atau Kedai Kopi saat ini, mungkin yang terlintas di benak setiap orang adalah tempat yang *cozy*, menyajikan olahan kopi dan espresso dengan kursi untuk bermalas-malasan sambil menghirup secangkir kopi (Nanincova, 2019). Sehingga banyak pelaku *Coffee Shop* menciptakan inovasi baru dan unik untuk menumbuhkan kesan yang baik yang diingat oleh konsumen, sehingga para konsumen nyaman, puas dan memiliki kesan dengan tempat tersebut. Mulai dari pemilihan nama tempat, live musik, menu yang unik dan enak sampai tempat untuk spot berfoto. *Coffee shop* menjadi suatu ide baru fasilitas kota yang bertujuan sebagai pelarian masyarakat untuk melepaskan penat dan mencari rasa nyaman, puas dengan bersantai di sebuah minuman tidak asing lagi.

Kepuasan konsumen merupakan hal terpenting yang harus dicapai oleh penyedia layanan. Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari konsumen dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut (Nafisa, dkk, 2018).

Dalam mewujudkan kepuasan konsumen, perusahaan harus dapat meningkatkan kualitas layanannya. Kualitas Layanan dapat dijadikan sebagai ukuran pembeda dari pesaing serta dapat dimanfaatkan sebagai keunggulan



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.

kompetitif yang berkelanjutan dan meningkatkan efisiensi. Kualitas layanan sebagai penilaian yang dirasakan akibat proses evaluasi dimana konsumen membandingkan ekspektasi layanan dengan apa yang mereka terima (Nafisa, dkk, 2018).

Berdasarkan data dari sektor pajak restoran di Pekanbaru, pada tahun 2022 terjadi peningkatan pendapatan daerah 33% dari tahun lalu, yang paling mendominasi adalah kedai kopi atau *Coffee Shop* serta industri kreatif yang mencapai pertumbuhan 70%. Banyaknya jumlah tersebut membuat persaingan antar *Coffee Shop* menjadi semakin tinggi. Setiap antar *Coffee Shop* harus saling bersaing dalam memberikan pelayanan yang terbaik. Salah satu *Coffee Shop* yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu, Candu Kopi.

Candu Kopi adalah sebuah *Coffee Shop* yang berdiri sejak tahun 2018 yang berlokasi di Jl. Bangau Sakti, Kecamatan Tambang, Kota Pekanbaru. Dengan lokasi strategis yang dikelilingi beberapa kampus di Riau, sehingga berdasarkan wawancara terhadap pemilik Candu Kopi, konsumen terbanyak yang berkunjung mendominasi Mahasiswa/i. Dengan lokasi strategis, Candu Kopi juga bersaing dengan kedai kopi yang lain, sehingga Candu Kopi harus memberikan pelayanan yang terbaik untuk memuaskan konsumen. Jika konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh candu kopi akan membuat konsumen menjadi puas, dan konsumen akan datang kembali. Begitupun sebaliknya, jika konsumen tidak merasa puas, konsumen akan mengeluh dan tidak akan datang kembali.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan pada tanggal 15 November 2022 peneliti melakukan wawancara kepada beberapa konsumen Candu Kopi dan mendapatkan hasil ketidakpuasan konsumen terhadap pelayanan Candu Kopi. Ketidakpuasan tersebut dirangkum peneliti dalam Tabel 1.1 berikut.

©Tabel 1.1 Hal-hal yang membuat konsumen tidak puas dengan pelayanan Candu Kopi

| No | Nama | Umur (Tahun) | Ketidak Puasan |
|----|------|--------------|-----------------------|
| 1. | DW | 21 | Minuman datang lama |
| 2. | CD | 19 | Pelayanan tidak ramah |
| 3. | DE | 25 | Porsi Sedikit |
| 4. | AN | 23 | Harga Mahal |
| 5. | SR | 21 | Menu Sedikit |

(Sumber: Pengumpulan Data, 2022)

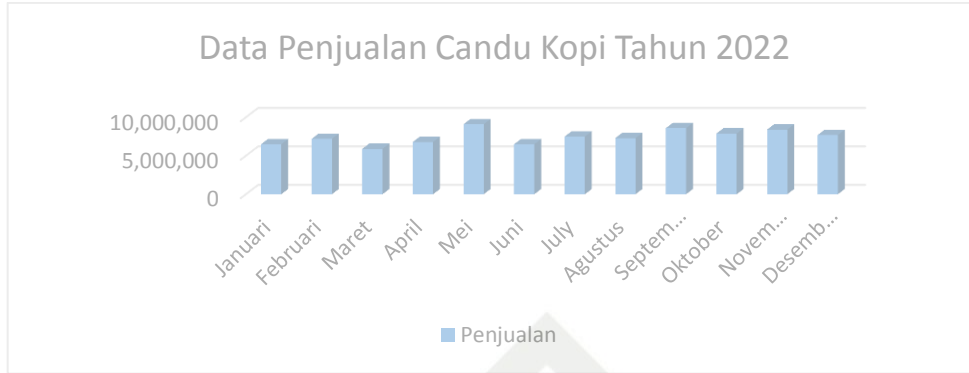
Berdasarkan wawancara yang dilakukan, dapat dilihat pada Tabel 1.1 terdapat beberapa ketidakpuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh Candu Kopi. Oleh sebab itu agar tidak kehilangan konsumen dan mendapatkan citra yang baik, diperlukan analisis kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan Candu Kopi. Salah satu metode yang digunakan dalam menganalisa kepuasan konsumen (*Customer Satisfaction Index*). Metode ini memiliki beberapa keunggulan antara lain efisiensi tidak hanya indeks kepuasan tetapi sekaligus memperoleh informasi yang berhubungan dengan dimensi atau atribut yang perlu diperbaiki, mudah digunakan dan sederhana serta menggunakan skala yang memiliki sensitivitas dan reliabilitas cukup tinggi. *Customer Satisfaction Index* ditentukan oleh persepsi konsumen atas *performance* kinerja produk atau jasa dalam memenuhi harapan konsumen. Konsumen akan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapannya terlampaui (Anggraini, dkk, 2018).

Ketidakpuasan konsumen juga dapat mempengaruhi keuntungan *Coffee Shop* Candu kopi, berikut data penjualan Candu Kopi pada tahun 2022:

Data penjualan Candu Kopi pada Tahun 2022:

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.



Berdasarkan grafik penjualan pada Tahun 2022, terdapat kenaikan dan penurunan laba oleh Candu Kopi sehingga laba penjualan yang ditargetkan tidak maksimal. Dengan uraian diatas peneliti ingin melakukan penelitian tentang Analisis kepuasan konsumen pada Candu Kopi menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index*.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana menganalisis kepuasan konsumen pada Candu Kopi dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index*.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan strategi kepuasan konsumen di Candu Kopi.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian dilakukan agar dapat memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik (S.T) sekaligus sebagai penerapan ilmu dalam bidang teori yang dipelajari dalam perkuliahan.
2. Bagi Pemilik Usaha

Dapat memberikan masukan dalam menentukan keputusan agar dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan penelitian ini difokuskan pada beberapa hal sebagai berikut:

1. Data pengumpulan data yang dimulai pada tahun 2022.
2. Kuisisioner disebar ke 50 konsumen Candu Kopi, Bangau Sakti.



- 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.



4.6 © Hak Cipta milik UIN Suska Riau Posisi Penelitian

Posisi penelitian pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2 Posisi Penelitian

| No. | Nama Penulis | Judul | Metode | Hasil |
|-----|------------------------|--|-------------|--|
| 1. | Anggraini, dkk, 2018 | Analisis Persepsi Konsumen Menggunakan Metode Importance Performace Analysis dan Customer Satisfaction Index | IPA dan CSI | Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh (berdasarkan nilai CSI) sebesar 0,66 dan terletak di rentang nilai 0,66-0,80 yang menunjukkan bahwa indeks kepuasan pengunjung adalah kriteria “Puas”. |
| 2. | (Harmajaya, dkk, 2022) | Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Rudang Hotel Berastagi Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) | Metode CSI | Metode Indeks Kepuasan (CSI). Menurut kuisisioner yang telah disebar adalah menyimpulkan bahwa soal nomor 1 dengan isi soal yang lengkap, nyaman, interior ruangan yang bersih dan tertata rapi mendapatkan nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,27%. |

(Sumber: Pengumpulan Data, 2022)

Tabel 1.2 Posisi Penelitian (Lanjutan)

| No. | Nama Penulis | Judul | Metode | Hasil |
|-----|--------------|--|-------------|--|
| 3. | Umam, 2018 | Analisa Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index | CSI dan IPA | Berdasarkan hasil penelitian diketahui konsumen berjenis kelamin perempuan, konsumen berusia antara 21 hingga 30 tahun, konsumen dengan tingkat pendidikan terakhir Sarjana (S1, S2, S3) merupakan konsumen yang dominan. Tingkat kepuasan konsumen terhadap OIS Photography berdasarkan |

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 kritikan
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik 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
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska

| | | | | |
|----|-----------------------------|--|--------------------------------|--|
| | | (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) | | CSI adalah sebesar 74.19 %. Berdasarkan metode IPA terdapat 3 (tiga) atribut pada kuadran A yang menjadi atribut perbaikan yaitu Variasi pilihan jasa fotografi yang beragam, Masa tunggu hasil cetak foto yang tidak lama, Kemampuan karyawan dalam memahami keinginan konsumen. |
| 4. | Kesumawaty dan Hendry, 2022 | Analisis Kepuasan Nasabah Menggunakan Metode <i>Service Quality</i> dan <i>Customer Satisfaction Index</i> | <i>Service Quality dan CSI</i> | Tahapan dalam penelitian ini meliputi survei, studi literatur, penyusunan dan penyebaran kuesioner, uji validitas dan reliabilitas, analisis kesenjangan serta persentase tingkat kepuasan, penulisan hasil, dan terakhir kesimpulan. Hasil menunjukkan bahwa terdapat 15 atribut dengannilai kesenjangan negatif dan persentase kepuasan sebesar 80,38%. Berdasarkan hasil tersebut maka nasabah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. |
| 5. | Harkat Putra, 2022 | Analisis kepuasan konsumen pada Candu Kopi dengan menggunakan metode <i>Customer Satisfaction Index</i> . | Metode CSI | Untuk meningkatkan strategi kepuasan konsumen di Candu Kopi. |

(Sumber:

Pengumpulan

Data,2022

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.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penyusunan laporan tugas akhir ini diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, batasan masalah, posisi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang konsep dan teori yang relevan berasal dari jurnal, tentang *Customer Satisfaction Index* (CSI), Skala tingkat kepentingan, dan Skala tingkat kepuasan, yang akan digunakan pada pengolahan data. Perhitungan serta pembahasan yang berhubungan dengan penelitian dalam pengumpulan data dan pengolahan data.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tahapan - tahapan yang akan dilalui dalam melakukan penelitian dalam pengumpulan dan pengolahan data serta kesimpulan dan saran.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini menguraikan secara sistematis langkah-langkah yang digunakan dalam proses pengumpulan data baik dari data primer maupun sekunder dan pengolahan data teknis memecahkan masalah. Selain memuat tingkat pemrosesan, data yang dikumpulkan digunakan untuk memecahkan masalah.

BAB V ANALISA

Analisis hasil pengolahan data dilakukan atas dasar teori yang digunakan untuk menjelaskan pemecahan masalah dan merencanakan langkah-langkah yang akan dilakukan untuk menyelesaikan masalah terkait kepuasan konsumen.

BAB VI PENUTUP

Bab ini memuat kesimpulan yang akan ditarik berdasarkan tujuan penelitian dan memberikan informasi atau rekomendasi bagi perusahaan dan penelitian yang akan datang.

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Kepuasan Konsumen (*Customer Satisfaction*)

Kepuasan yaitu perasaan bahagia ataupun tidak puas yang muncul dengan perbandingan hasil kerja dengan apa yang diinginkan. Jika hal tersebut tidak ada kesesuaian, maka pemakai jasa tidak merasa puas, tetapi jika terpenuhi, akan ada perasaan bahagia. Kepuasan konsumen merupakan suatu evaluasi purna beli, jika kepuasan konsumen tercapai maka akan timbul loyalitas dari konsumen, oleh karena itu kepuasan konsumen merupakan hal yang penting bagi perusahaan. Puas atau tidaknya seorang pemakai jasa tergantung pada hasil kerja yang ia pikirkan. Apabila hasil kerja sesuai dengan yang diharapkan, maka akan merasa puas dan begitu sebaliknya. Sedangkan hasil kerja yang tidak diinginkan, akan membuat pemakai jasa merasa tidak puas.

Jika seorang konsumen merasa tidak puas pada tahap awal pelayanan, maka hal tersebut akan menimbulkan persepsi berupa kualitas pelayanan yang buruk pada pelayanan selanjutnya. Hal tersebut berakibat kepada ketidakinginan konsumen untuk membeli produk jasa tersebut untuk yang kedua kalinya. Sebaliknya jika konsumen cenderung puas, maka konsumen akan terus membeli dan memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli juga produk tersebut (Siahaan dan Agustini, 2021).

Indikator kepuasan konsumen terdiri dari (Betaubun, 2023):

- a. Keinginan Merekomendasikan Kepada Orang Lain
Konsumen menyebarluaskan kabar baik tentang suatu produk atau jasa serta ingin merekomendasikan juga pada orang lain.
- b. Niat Untuk Kembali
Konsumen dapat mengulangi pembelian produk atau jasa, meningkatkan pembelian.
- c. Tidak Ada Keluhan
Konsumen tidak mempunyai keluhan tentang produk atau jasa serta ingin menunjukkan penghargaan kepada penyedia barang atau jasa tersebut.

2.2 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi dari kepuasan konsumen, yang membuat konsumen tidak puas bisa dikarenakan faktor internal yang ada di perusahaan maupun faktor eksternalnya. Contoh faktor eksternalnya yaitu bisa dikarenakan karyawan yang kurang sopan dalam melayani, tidak tepat waktu dalam melakukan pelayanan, serta terjadi kesalahan dalam melakukan pencatatan transaksi yang dilakukan. Sedangkan faktor eksternal yang membuat konsumen tidak puas yaitu bisa disebabkan oleh faktor diluar kendali dari perusahaan tersebut, bisa berupa terjadi bencana alam, aktivitas kriminal maupun masalah pribadi konsumen itu sendiri, ketika konsumen merasakan ketidakpuasan maka konsumen akan melakukan beberapa hal yaitu (Wijaya, dkk, 2020):

1. Tidak melakukan apa-apa, konsumen yang merasa tidak puas tidak melakukan komplain kepada perusahaan akan tetapi mereka secara otomatis tidak akan membeli atau menggunakan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan lagi.
2. Melakukan komplen secara langsung kepada perusahaan atau instansi yang memberikan pelayanan, dan menyampaikan hal-hal yang membuat dirinya tidak puas.

Selain itu untuk menciptakan kepuasan konsumen suatu perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang dianggap penting. Secara umum dibagi menjadi tiga kategori sebagai berikut (Nuryudayatun, 2013):

1. Faktor yang berhubungan dengan produk
 - a. Kualitas produk, merupakan mutu dari semua komponen-komponen yang membentuk produk sehingga produk tersebut mempunyai nilai tambah.
 - b. Hubungan antara nilai sampai pada harga, merupakan hubungan antara harga dan nilai produk yang ditentukan oleh perbedaan antara nilai yang diterima oleh konsumen dengan harga yang dibayar oleh konsumen terhadap suatu produk yang dihasilkan oleh badan usaha.
 - c. Bentuk produk, merupakan komponen-komponen fisik dari suatu produk yang menghasilkan suatu manfaat.

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

d. Keandalan, merupakan kemampuan dari suatu perusahaan untuk menghasilkan produk sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh perusahaan.

Faktor-faktor yang berhubungan dengan pelayanan

- a. Jaminan, merupakan suatu jaminan yang ditawarkan oleh perusahaan untuk pengembalian harga pembelian atau mengadakan perbaikan terhadap produk yang rusak setelah pembelian.
- b. Respon dan cara pemecahan masalah, merupakan sikap dari karyawan dalam menanggapi keluhan serta masalah yang dihadapi oleh konsumen.

Faktor-faktor yang berhubungan dengan pembelian

- a. Pengalaman karyawan, merupakan semua hubungan antara konsumen dengan karyawan yang berhubungan dengan pembelian.
- b. Kemudahan dan kenyamanan, merupakan segala kemudahan dan kenyamanan yang diberikan oleh perusahaan terhadap produk yang dihasilkannya.

2.3 Orientasi Pasar

Orientasi pasar ialah tradisi mengakumulasi nilai-nilai konsumen, proses berkelanjutan guna mewujudkan nilai yang paling tinggi bagi para konsumennya (Betaubun, 2023). Menjabarkan metrik berorientasi pasar mencakup 3, yaitu:

a. Orientasi Konsumen

Orientasi konsumen merupakan budaya perusahaan yang selalu menyusuri seluruh kebutuhan dan keinginan konsumen dan selalu berupaya untuk mencapainya.

b. Orientasi Pesaing

Orientasi pesaing ialah budaya yang selalu menyusuri informasi perihal siasat barang yang ditawarkan kompetitor untuk memenangkan kompetisi.

c. Koordinasi Antar Fungsi

Koordinasi antar fungsi selalu saling terikat ditujukan untuk menyebarluaskan informasi terhadap seluruh bagian suatu perusahaan serta sumber daya manusia ketika aktivitas penjualan dan perluasan suatu produk.

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.

2.4 Customer Satisfaction Index

Metode *Customer Satisfaction Index* atau disebut juga metode CSI adalah salah satu metode dalam pengukuran tingkat kepuasan konsumen. Metode CSI ini memperhatikan tingkat kinerja dan tingkat kepentingan dari setiap atribut yang merupakan persentase dalam suatu survei kepuasan konsumen. Perhitungan metode ini dilakukan dalam empat langkah berikut (Kesumawaty dan Hendry, 2022):

- a. Menentukan *Mean Importance Score (MIS)* dan *Mean Satisfaction Score (MSS)*, dimana masing-masing merupakan rerata dari skor kepentingan dan skor kepuasan untuk tiap atribut.

$$MIS = \sum_{i=1}^n Yi \quad \dots(2.1)$$

Melakukan perhitungan MSS yang dapat dilihat pada $\sum_{i=1}^n$ merupakan nilai kepuasan atribut X ke i, sedangkan n adalah jumlah responden.

$$MSS = \sum_{i=1}^n Xi \quad \dots(2.2)$$

- b. Mencari nilai *Weight Factor (WF)* merupakan nilai rata-rata kepentingan per atribut dibagi total nilai rata-rata kepentingan seluruh atribut. $MISi$ adalah nilai rerata kepentingan (MIS) per atribut dan total nilai rerata kepentingan dari seluruh atribut.

$$WF = \frac{MISi}{\sum_{i=1}^p MISi} \quad \dots(2.3)$$

- c. Melakukan perhitungan *Weight Score (WS)* yaitu perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kepuasan. Rumus perhitungan dapat :

$$WSi = WFi \times MSSi \quad \dots(2.4)$$

- d. Menentukan *Customer Satisfaction Index (CSI)* yaitu dengan membagi jumlah nilai *Weight Score* dengan skala maksimal yang digunakan.

$$CSI (\%) = \frac{\sum_{i=1}^p WSi}{HS} 100 \quad \dots(2.5)$$

© Berikut kriteria penilaian metode CSI dapat dilihat pada Tabel :
Tabel 2.1 Kriteria Penilaian CSI

| No. | Nilai CSI | Keterangan |
|-----|------------|-------------|
| 1. | 81%-100% | Sangat Puas |
| 2. | 66%-80,99% | Puas |
| 3. | 51%-65,99% | Cukup Puas |
| 4. | 35%-50,99% | Kurang Puas |
| 5. | 0%-34,99% | Tidak Puas |

(Kesumawaty dan Hendry, 2022)

2.5 Pengukuran Kepuasan Konsumen

Pengukuran kepuasan konsumen mengidentifikasikan menjadi empat metode yaitu sebagai berikut:

1. Sistem keluhan dan saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada konsumen (*customer oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para konsumennya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Dalam sistem ini media digunakan bisa berupa kotak saran yang ditempatkan di lokasi-lokasi strategis, saluran telepon bebas pulsa, *website*, dll. Berdasarkan karakteristiknya, metode ini bersifat pasif, karena perusahaan menunggu inisiatif konsumen untuk menyampaikan keluhan atau pendapat. Oleh karena itu, sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan atau ketidakpuasan konsumen mengenai cara ini.

2. *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan konsumen adalah dengan memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai calon konsumen atau pembeli produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

3. *Lost Customer analysis*

Metode ini dilakukan dengan cara menghubungi para konsumen yang telah berhenti membeli atau telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa

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

hal itu terjadi dan agar dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.

4. Survei kepuasan konsumen

Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feedback*) secara langsung dari konsumen dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatiannya terhadap para konsumennya. Jadi penulis menyimpulkan bahwa kepuasan itu adalah perbandingan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.

Apabila kinerja dibawah harapan maka konsumen atau konsumen akan kecewa dan bila kinerja sesuai dengan harapan maka konsumen atau konsumen akan puas dan bila kinerja melebihi harapan maka konsumen atau konsumen merasa sangat puas. Sehingga jika dikaitkan dengan perbankan dapat disimpulkan bahwa harapan dan persepsi mempengaruhi nasabah (konsumen) dalam menentukan produk bank. Apabila pilihan atas produk yang ditawarkan sesuai dengan yang diharapkan nasabah, maka mereka akan merasa puas dan mereka semakin cenderung merasa nyaman terhadap bank karena dalam persepsinya sangat baik.

2.6 Proses Riset Konsumen

Proses riset konsumen adalah proses riset yang diwujudkan dalam segala aspeknya. Dan mewujudkan sesuatu itu sendiri adalah tentang apa yang orang cari atau rasakan nilai konsumen dan kepuasan konsumen yang dirasakan, yang merupakan inti dari konsep riset konsumen. Dimensi dan Indikator Proses riset konsumen menunjukkan bahwa riset konsumen merupakan industri yang terpisah dan meminjam konsep dari industri lain yang sudah mapan.

Riset konsumen tidak dapat dipisahkan dari memperluas konsep perilaku konsumen ke aktivitas pembelian, penggunaan, dan modifikasi, memperluas gambaran produk di luar hanya barang tahan lama dan produk tidak berkelanjutan, tetapi juga layanan, ide, dan acara yang lebih halus sifatnya, menekankan peran tanggapan hedonistik dalam konteks pengalaman konsumen. Proses Penelitian Konsumen adalah tindakan langsung untuk berpartisipasi dalam produk dan layanan konsumen dan pengeluaran, termasuk proses pengambilan keputusan .

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

2.6.1 Perilaku Pembelian

Perilaku Pembelian merupakan salah satu hal yang menarik dalam perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah urat nadi bisnis. Berbicara tentang perilaku pembelian berbicara tentang menjawab pertanyaan apa yang harus dibeli, di mana membeli, kapan membeli, berapa banyak yang harus dibeli dan seberapa sering membeli. Mengetahui apa yang akan dibeli konsumen akan membantu manajemen membentuk strategi untuk produk yang akan mereka produksi dan pasarkan. Memahami di mana dan kapan pembelian akan dilakukan dan membantu manajemen memutuskan sistem dan saluran distribusi mana yang akan digunakan untuk mengirimkan produk ke konsumen.

Dimensi atau indikator Perilaku Pembelian adalah Informasi mengenai jumlah dan frekuensi pembelian dapat digunakan oleh manajemen untuk membentuk harga produk yang kompetitif. Perilaku pembelian konsumen juga memberikan wawasan tentang niat beli, yang dapat mempengaruhi niat beli, siapa yang memutuskan untuk membeli. Perilaku Pembelian adalah ilmu yang mempelajari bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menggunakan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka Dimensi dan Indikator Perilaku Pembelian adalah memilih, membeli, memakai, dan memanfaatkan.

2.7 Uji Validitas

Validitas instrumen dapat dibuktikan dengan beberapa bukti. Bukti-bukti tersebut antara lain secara konten, atau dikenal dengan validitas konten atau validitas isi, secara konstruk, atau dikenal dengan validitas konstruk, dan secara kriteria, atau dikenal dengan validitas kriteria. Validitas yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukur (tes) dalam melakukan fungsiukurnya. Konsep validitas tes dapat dibedakan atas tiga macam, yaitu validitas isi, validitas konstruk, dan validitas kriteria. Suatu tes dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukur secara tepat atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Artinya hasil ukur dari pengukuran tersebut merupakan besaran yang mencerminkan secara tepat fakta atau keadaan

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

③ sesungguhnya dari apa yang diukur menyatakan bahwa validitas tes pada dasarnya menunjuk kepada derajat fungsi pengukurnya suatu tes, atau derajat kecermatan ukurnya sesuatu tes. Maksudnya adalah seberapa jauh suatu tes mampu mengungkapkan dengan tepat ciri atau keadaan yang sesungguhnya dari obyek ukur, akan tergantung dari tingkat validitastes yang bersangkutan. Uji validitas menggunakan rumus korelasi sebagai berikut (Yusup, 2018):

$$r = \frac{n((\sum XY) - (\sum X)(\sum Y))}{\sqrt{(n\sum X^2 - (\sum X)^2)(n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \dots(2.6)$$

Keterangan :

- r : Koefisien Korelasi produk moment
- $\sum X$: Jumlah Skor dalam sebaran X
- $\sum Y$: Jumlah Skor dalam sebaran Y
- $\sum X^2$: Jumlah skor yang dikuadratkan dalam sebaran X
- $\sum Y^2$: Jumlah skor yang dikuadratkan dalam sebaran Y
- $\sum XY$: Jumlah hasil kali skor X dan Y yang berpasangan
- n : Jumlah Responden

2.8 Uji Reliabilitas

Reliabilitas berasal dari kata *reliability* berarti sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Suatu hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran pada kelompok subyek yang sama, diperoleh hasil pengukuran yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subyek memang belum berubah. Konsep reliabilitas dalam arti reliabilitas alat ukur berkaitan erat dengan masalah kekeliruan pengukuran. Kekeliruan pengukuran sendiri menunjukkan sejauh mana tidak konsistennya hasil pengukuran yang terjadi apabila dilakukan pengukuran ulang terhadap kelompok subyek yang sama. Sedangkan konsep reliabilitas dalam arti reliabilitas hasil ukur berkaitan erat dengan kekeliruan dalam pengambilan sampel yang mengacu pada tidak konsistennya hasil ukuran apabila pengukuran dilakukan ulang pada kelompok yang berbeda.

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

Jika kita menggunakan pengetasan sekali maka kesamaan atau kesetaraan tes yang digunakan merupakan syarat mutlak yang harus dipenuhi, karena kemantapan atau konsistensi tanggapan terhadap butir-butir yang akan diperiksa. Adapun perhitungan seara manual sebagai berikut (Yusup, 2018):

$$r_{xy} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 - t} \right] \quad \dots(2.7)$$

Keterangan:

R_{xy} = realialibilitas instrument

K = banyak butir pertanyaan

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

$\sigma^2 b$ = total variasi

2.9 Populasi dan Sampel

Didalam suatu penelitian diperlukan adanya suatu obyek yang akan diteliti yaitu populasi. Menurut Sugiyono populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Janti, 2014).

Sedangkan sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang memiliki karakteristik yang relatif sama dan dianggap bisa mewakili populasi. Ukuran sampel memegang peranan penting dan menghasilkan dasar untuk mengestimasi kesalahan *Sampling* (Janti, 2014).

2.9.1 Teknik Pengambilan *Sampling*

Setelah jumlah sampel yang akan diambil dari populasi telah ditentukan, selanjutnya pengambilan sampel pun harus mengikuti prosedur yang telah ditentukan dalam bentuk teknik *Sampling*. Pengambilan sampel secara acak adalah suatu metode pemilihan ukuran sampel dimana setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel, sehingga metode ini sering disebut sebagai prosedur yang terbaik (Umam, 2008).

Pemilihan teknik pengarnbilan sampel merupakan upaya penelitian untuk mendapat sampel yang representatif (mewakili), yang dapat menggambarkan populasinya. Teknik pengambilan sampel tersebut dibagi atas 2 kelompok besar,

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.

© yaitu :

1. *Probability Sampling (Random Sample)*

Pada pengambilan sampel secara random, setiap unit populasi, mempunyai kesempatan yang sama untuk diambil sebagai sampel. Faktor pemilihan atau penunjukan sampel yang mana akan diambil, yang semata-mata atas pertimbangan peneliti, disini dihindarkan. Bila tidak, akan terjadi bias. Dengan cara random, bisa pemilihan dapat diperkecil, sekecil mungkin. Ini merupakan salah satu usaha untuk mendapatkan sampel yang representatif. Keuntungan pengambilan sampel dengan *probability Sampling* adalah sebagai berikut:

- a. Derajat kepercayaan terhadap sampel dapat ditentukan.
- b. Beda penaksiran parameter populasi dengan statistik sampel, dapat diperkirakan.

2. *NonProbability Sampling (NonRandom Sample)*

Pemilihan sampel dengan cara ini tidak menghiraukan prinsip-prinsip probability. Pemilihan sampel tidak secara random. Hasil yang diharapkan hanya merupakan gambaran kasar tentang suatu keadaan. Cara ini dipergunakan : Bila biaya sangat sedikit, hasilnya diminta segera, tidak memerlukan ketepatan yang tinggi, karena hanya sekedar gambaran umum saja. Cara-cara yang dikenal adalah sebagai berikut :

a. *Sampel Dengan Maksud (Purposive Sampling).*

Pengambilan sampel dilakukan hanya atas dasar pertimbangan penelitiannya saja yang menganggap unsur-unsur yang dikehendaki telah ada dalam anggota sampel yang diambil.

b. *Sampel Tanpa Sengaja (Accidental Sampling).*

Sampel diambil atas dasar seandainya saja, tanpa direncanakan lebih dahulu. Juga jumlah sampel yang dikehendaki tidak berdasarkan pertimbangan yang dapat dipertanggung jawabkan, asal memenuhi keperluan saja. Kesimpulan yang diperoleh bersifat kasar dan sementara saja.

c. *Sampel Berjatah (Quota Sampling).*

Pengambilan sampel hanya berdasarkan pertimbangan peneliti saja, hanya disini besar dan kriteria sampel telah ditentukan lebih dahulu. Misalnya Sampel yang akan di ambil berjumlah 100 orang dengan perincian 50 laki



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.

dan 50 perempuan yang berumur 15-40 tahun. Cara ini dipergunakan kalau peneliti mengenal betul daerah dan situasi daerah dimana penelitian akan dilakukan.

Non probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi *Sampling* sistematis, kuota, *accidental*, *purposive*, dan *snowball*.

Adapun rumus dalam menentukan sampel dalam populasi tak terbatas adalah sebagai berikut :

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2}}{\epsilon} \right)^2 \dots(2.8)$$

Keterangan :

- N = Jumlah Sampel
- $Z_{\alpha/2}$ = Nilai yang didapat dari tabel normal atas tingkat keyakinan 95 %
- ϵ = Kesalahan Penarikan Sampel, ditetapkan sebesar 10%

Dalam hal ini digunakan lima tingkat Skala Likert untuk penilaian tingkat kepentingan konsumen, yang terdiri dari:

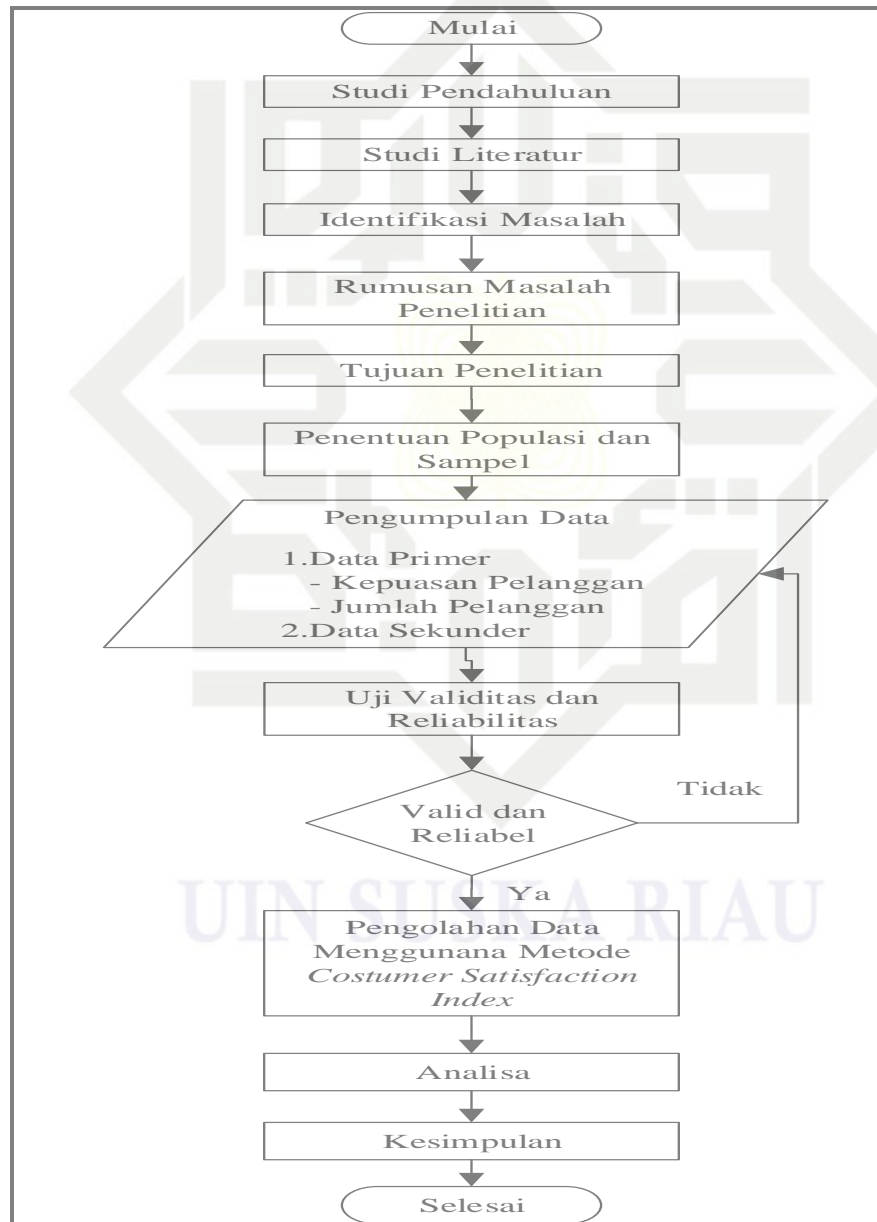
1. Sangat penting bernilai 5
2. Penting bernilai 4
3. Cukup penting bernilai 3
4. Kurang penting bernilai 2
5. Tidak penting bernilai 1

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

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian merupakan penjelasan dari tahapan yang dilakukan peneliti dalam menyelesaikan penelitiannya. Tahapan yang dilakukan peneliti dapat dilihat pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1 Metodologi Penelitian

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.

3.1 Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan yang dilakukan berguna untuk mendapatkan informasi agar dapat mengidentifikasi dan merumuskan permasalahan yang akan diteliti. Kemudian pengamatan ini dilakukan untuk mengetahui lebih detail tentang informasi-informasi yang diperlukan dalam penelitian sehingga dapat mencari dan menetapkan topik pokok yang menjadi permasalahan yang ada. kemudian dari pengamatan tersebut dapat diidentifikasi permasalahan yang akan diselesaikan oleh peneliti. Studi Pendahuluan dilakukan dengan dua cara yaitu, wawancara (*interview*) dan observasi lapangan dengan pihak atau perusahaan terkait yang menjadi objek penelitian. Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan terdapat beberapa ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh Candu Kopi. Oleh sebab itu untuk dapat melakukan evaluasi maka diperlukan analisis kepuasan pelanggan (*Customer Satisfication*) terhadap pelayanan yang diberikan oleh Candu Kopi.

3.2 Studi Literatur

Pada tahap ini dilakukan studi tentang teori-teori yang berguna sebagai acuan dalam menyelesaikan masalah. Tahap ini dilakukan bertujuan untuk mendapatkan referensi-referensi atau literatur-literatur yang bisa mendukung dalam pemecahan permasalahan yang ada. Dengan adanya studi literatur yang jelas, maka akan mempermudah dalam memformulasikan persoalan dan cara pemecahan permasalahan. Sehingga pada akhirnya akan mempermudah dalam mengolah data dan menganalisis data terhadap langkah-langkah penelitian secara keseluruhan dan sekaligus sebagai pengendali.

3.3 Identifikasi Masalah

Setelah melakukan studi pendahuluan di Candu Kopi didapatkan permasalahan yang terjadi yaitu terdapat beberapa ketidak puasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan Candu Kopi. Ketidakpuasan tersebut didapatkan dengan melakukan wawancara kepada pelanggan Candu Kopi.

3.4 Rumusan Masalah Penelitian

Tujuan dari perumusan masalah ini untuk memperjelas tentang masalah yang akan diteliti tentang analisis kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh Candu Kopi. Penelitian ini berfokus pada hal-hal yang menyebabkan terjadinya ketidakpuasan kepada pelanggan dan bagaimana penyusunan strategi yang tepat agar dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan.

3.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan hasil akhir yang akan dicapai dari sebuah penelitian serta menjawab semua permasalahan yang sedang diteliti. Berdasarkan perumusan masalah yang telah dibuat, ditetapkan tujuan penelitian yang akan dicapai yakni untuk menganalisa dan menjelaskan apakah konsumen puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Candu Kopi.

3.6 Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan mengumpulkan data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dengan melakukan wawancara dan membuat kuesioner. Untuk data sekunder didapatkan dengan mencari landasan teori yang dapat menjadi rujukan dalam penelitian ini. Data primer dalam penelitian ini didapatkan dengan memberikan kuesioner kepada pengunjung Candu Kopi. Populasi dan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Populasi

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pengunjung Candu Kopi.

2. Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *sampling incidental*. Teknik *sampling incidental* adalah teknik yang dilakukan dalam menentukan jumlah sampel berdasarkan siapa saja yang bertemu peneliti (Rahmadiane, Ghea Dwi, Wildani Eko Nugroho, 2022).

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.

©Atribut pelayanan yang diberikan oleh Candu Kopi adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Atribut Pernyataan

| No | Indikator | Atribut Pelayanan | Nilai |
|----|-------------------------------------|--|-------|
| 1 | <i>Tangible</i> (Bukti Nyata) | Penampilan Karyawan Candu Kopi Profesional | |
| | | Jumlah Karyawan | |
| | | Ruang tunggu yang nyaman | |
| | | Kemudahan mendapatkan informasi | |
| | | Kecanggihan Teknologi | |
| 2 | <i>Reliability</i> (Keandalan) | Kesiapan melayani Pelanggan Candu Kopi | |
| | | Tanggap terhadap keluhan pelanggan Candu Kopi | |
| | | Cepat merespon pelanggan | |
| | | Kemudahan berkomunikasi | |
| 3 | <i>Responsiveness</i> (Ketanggapan) | Pelanggan cepat | |
| | | Petugas yang ramah | |
| | | Menjalin komunikasi dengan Pelanggan Candu Kopi | |
| 4 | <i>Assurance</i> (Jaminan) | Kepekaan memberi saran | |
| | | Ketersediaan lahan parkir | |
| | | Memberikan kepercayaan kepada pelanggan Candu Kopi | |
| | | Keterjaminan data pelanggan | |
| 5 | <i>Emphaty</i> (Empati) | Konsisten terhadap Visi Misi | |
| | | Memberikan kepercayaan kepada pelanggan Candu Kopi | |
| | | Menjalin Hubungan baik dengan pelanggan Candu Kopi | |
| | | Keprofesionalan waktu | |
| 5 | <i>Emphaty</i> (Empati) | Kerapian karyawan Candu Kopi | |
| | | Keprioritasan pelanggan | |
| | | | |

| | | |
|--|------------|--|
| | Candu Kopi | |
|--|------------|--|

(Sumber: Pengumpulan Data, 2022)

3.7 Pengolahan Data

Pengolahan data yang dilakukan dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)*. Tahapan yang dilakukan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Penyusunan dan penyebaran kuisioner.
2. Uji Validitas, untuk mengukur data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak, dengan menggunakan alat ukur yang digunakan (kuesioner).
3. Uji Realibilitas, alat yang digunakan untuk mengukur konsistensi kuesioner yang merupakan indikator dari variabel.
4. Metode Customer Satisfication Index:
 - a. Menghitung *Mean Importance Scores*, yaitu rata-rata atribut tingkat kepentingan.
 - b. Menghitung *Mean Satisfaction Scores*, yaitu atribut rata-rata tingkat kepuasan.
 - c. Pengukuran tingkat kepentingan (harapan) menggunakan *Weighted Factor (WF)*.
 - d. Pengukuran tingkat *Weighted Score (WS)*, yaitu nilai perkalian antara nilai rataaan tingkat kinerja (kepuasan) masing-masing atribut.
 - e. Mengitung *Weighted Total (WT)*, yaitu menjumlahkan *Weighted Total* dari seluruh atribut kualitas jasa.
 - f. Menghitung kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan menggunakan *Satisfaction Index (SI)*.

3.8 Analisa

Pada tahapan ini dilakukan analisis terhadap hasil yang diperoleh dalam pengolahan data, kemudian hasil dari analisis di gambarkan dengan jelas untuk membantu penarikan kesimpulan pada tahap selanjutnya.

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

Kesimpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Persentase kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan di Candu Kopi mencapai 79,20%, yang berarti tingkat kepuasan tersebut berada pada tingkat yang memuaskan.

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di Coffe shop Candu kopi, berikut beberapa usulan perbaikan yang diajukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yaitu:

- a. Menyediakan menu yang lebih beragam agar pelanggan dapat mencoba variasi menu baru
- b. Melakukan evaluasi rutin untuk semua karyawan Cafe Candu Kopi, termasuk pelatihan dalam hal keramahan, komunikasi efektif, penanganan keluhan pelanggan, dan keterampilan pelayanan. Dengan meningkatkan keterampilan dan pengetahuan karyawan, mereka akan dapat memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik.
- c. Meningkatkan efisiensi dalam proses pelayanan, seperti pemesanan, pengantaran pesanan, dan pembayaran. Memastikan bahwa pelanggan tidak harus menunggu terlalu lama untuk mendapatkan pesanan mereka. Hal ini dapat dicapai dengan menyusun sistem yang lebih efisien, menggunakan teknologi yang tepat, dan memastikan ada cukup staf yang tersedia untuk melayani pelanggan.
- d. Mengkaji ulang menu dan memastikan bahwa kualitas bahan baku dan metode persiapan produk tetap konsisten dan memenuhi standar kualitas yang tinggi. Selain itu, mendengarkan umpan balik pelanggan tentang rasa dan variasi produk yang mereka inginkan dapat membantu dalam mengembangkan menu yang lebih menarik dan sesuai dengan preferensi pelanggan.
- e. Memanfaatkan kekuatan media sosial untuk berinteraksi dengan pelanggan, mempromosikan menu atau promosi khusus, dan menerima umpan balik

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.

langsung. Menjadi responsif terhadap pertanyaan atau keluhan pelanggan yang disampaikan melalui platform media sosial.

- f. Melakukan survei rutin tentang kepuasan pelanggan untuk mendapatkan masukan langsung dari pelanggan. Data ini dapat membantu dalam mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan memonitor perubahan dalam kepuasan pelanggan dari waktu ke waktu.

6.2 Saran

Adapun saran penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penulis menyarankan Candu Kopi melakukan perbaikan sesuai usulan yang diberikan peneliti.
2. Untuk penelitian selanjutnya agar dapat mengembangkan metode penelitian dalam meningkatkan kualitas pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, L. D., Deoranto, P., & Ikasari, D. M. (2015). Analisis Persepsi Konsumen menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* dan *Customer Satisfaction Index*. *Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 4(2), 74-81.
- Betaubun, S. (2023). Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen Hady Bakery Di Merauke. *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 1-9.
- Harmaja, O. J., Purba, W., Siregar, M. P., Manurung, H. T., & Sirait, F. A. (2022). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Rudang Hotel Berastagi Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index (Csi)*. *Jurnal Tekinkom (Teknik Informasi dan Komputer)*, 5(1), 147-152.
- Janti, S. (2014). Analisis validitas dan reliabilitas dengan skala likert terhadap pengembangan si/ti dalam penentuan pengambilan keputusan penerapan strategic planning pada industri garmen. *Prosiding Snast*, 155-160.
- Kesumawati, R., & Hendry, H. (2022). Analisis Kepuasan Nasabah Menggunakan Metode *Service Quality* dan *Customer Satisfaction Index*. *Building of Informatics, Technology and Science (BITS)*, 4(1), 88-95.
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe dan Bistro. *Agora*, 7(2).
- Nafisa, J., & Sukresna, I. M. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Harapan Kinerja dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai *Variabel Intervening* (Studi pada Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 7(4), 78-104.
- Nuryudayatun, S. (2013). Membangun Kepuasan Pelanggan dengan Melakukan Customer Understanding. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 1(2).
- Siahaan, S. D. N., & Agustini, F. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* (Studi Kasus Pada BNI UNIMED). *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 2(1), 13-19.
- Umam, R. K., & Hariastuti, N. P. (2018, September). Analisa Kepuasan

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 satu masalah.

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

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

Pelanggan Dengan Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) Dan *Importance Performance Analysis* (IPA). In *Prosiding Seminar Nasional Sains dan Teknologi Terapan* (pp. 339-344).

Yusup, F. (2018). Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1).

Wijaya, R. A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Di Kafe One Eighteenth, Siwalankerto–Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 11.



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.

LEMBAR KUESIONER KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN CANDU KOPI

Identitas Responden

Nama :
Umur : Tahun
Jenis Kelamin :
Pekerjaan :

Sistematika Pengisian

Berilah tanda (√) pada pernyataan yang menurut Anda sesuai dengan penilaian Anda.

Keterangan Jawaban :

- 1 = Sangat Tidak Baik
- 2 = Tidak Baik
- 3 = Normal
- 4 = Baik
- 5 = Sangat Baik

| No | Atribut Pelayanan | Kepentingan | | | | | Kinerja | | | | | | |
|----|--|-------------|---|---|---|---|---------|---|---|---|---|--|--|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | |
| 1 | Kecepatan Karyawan dalam melayani pengunjung | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Kecepatan Karyawan dalam menyediakan makanan | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Kemampuan karyawan dalam membantu konsumen dalam mendapatkan pesanan | | | | | | | | | | | | |

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 | 4 | Keakuratan karyawan dalam memenuhi kebutuhan konsumen | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 5 | Ketepatan waktu dalam memberikan pelayanan | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 6 | Kepedulian karyawan terhadap konsumen | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 7 | Karyawan dapat berinteraksi dengan konsumen | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 8 | Jaminan kesesuaian pesanan dengan keinginan konsumen | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 9 | Jaminan harga yang diberikan dengan pesanan konsumen | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 10 | Kebersihan Candu Kopi | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 11 | Lokasi Candu Kopi yang Strategis | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 12 | Kerapain karyawan | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 13 | Kesopanan Karyawan | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 14 | Kualitas Makanan | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 15 | Kebersihan Lokasi | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

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

Foto Responden



© 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Kuesioner

Angket (Kuesioner) Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Candu Kopi Pekanbaru (Kinerja)

- Nama :
 Umur :
 Jenis Kelamin : (a) Laki – Laki (b) Perempuan
 Tingkat Pendidikan : (a) SMP (b) SMA (c) Sarjana
 Pekerjaan : (a) Pelajar (b) Mahasiswa (c) dll

Berilah tanda (✓) atau (x) atas jawaban yang anda anggap paling tentang kepuasan anda memilih Candu Kopi sebagai kafe, yang telah anda dapatkan selama menjadi konsumen, dimana masing-masing pertanyaan diberi skor sebagai berikut :

- SS : Sangat Setuju = 5
 S : Setuju = 4
 N : Netral = 3
 TS : Tidak Setuju = 2
 STS : Sangat Tidak Setuju = 1

| No | Pernyataan | SS | S | N | TS | STS |
|----|---|----|---|---|----|-----|
| 1 | Penampilan Karyawan di Candu Kopi Bersifat Profesional | | | | | |
| 2 | Jumlah Karyawan di Candu Kopi sesuai dengan jumlah pengunjung | | | | | |
| 3 | Candu Kopi memiliki ruang tunggu yang nyaman | | | | | |
| 4 | Informasi Mudah Didapatkan di Candu Kopi | | | | | |
| 5 | Teknologi Terkini digunakan di Candu Kopi | | | | | |
| 6 | Kesiapan melayani Pelanggan di Candu Kopi | | | | | |

| | | | | | | | |
|----|---|--|--|--|--|--|--|
| 7 | Tanggap terhadap keluhan pelanggan di Candu Kopi | | | | | | |
| 8 | Pelanggan cepat direspon di Candu Kopi | | | | | | |
| 9 | Kemudahan berkomunikasi di candu kopi | | | | | | |
| 10 | Pelayanan di Candu Kopi cepat | | | | | | |
| 11 | Petugas Candu Kopi yang ramah | | | | | | |
| 12 | Karyawan di Candu Kopi menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan | | | | | | |
| 13 | Kepekaan dalam menerima saran | | | | | | |
| 14 | Ketersediaan lahan parkir di Candu Kopi | | | | | | |
| 15 | Kepercayaan yang tinggi kepada Pelanggan di Candu Kopi | | | | | | |
| 16 | Data pelanggan yang datang ke Candu Kopi terjamin | | | | | | |
| 17 | Candu Kopi Konsisten terhadap visi dan misinya | | | | | | |
| 18 | Menjalinkan hubungan baik dengan pelanggan Candu Kopi | | | | | | |
| 19 | Karyawan di Candu Kopi tepat waktu | | | | | | |
| 20 | Karyawan Candu Kopi berpakaian rapi | | | | | | |
| 21 | Candu Kopi memprioritaskan pelanggan | | | | | | |

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



Angket (Kuesioner) Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Candu Kopi Pekanbaru (Harapan)

Nama : _____
 Umur : _____
 Jenis Kelamin : (a) Laki – Laki (b) Perempuan
 Tingkat Pendidikan : (a) SMP (b) SMA (c) Sarjana
 Pekerjaan : (a) Pelajar (b) Mahasiswa
 (c) dll

Berilah tanda (✓) atau (x) atas jawaban yang anda anggap paling tentang kepuasan anda memilih Candu Kopi sebagai kafe, yang telah anda dapatkan selama menjadi konsumen, dimana masing-masing pertanyaan diberi skor sebagai berikut :

ST : Sangat Tinggi = 5
 T : Tinggi = 4
 N : Netral = 3
 R : Rendah = 2
 SR : Sangat Rendah = 1

| No | Pernyataan | ST | T | N | R | SR |
|----|---|----|---|---|---|----|
| 1 | Penampilan Karyawan di Candu Kopi Bersifat Profesional | | | | | |
| 2 | Jumlah Karyawan di Candu Kopi sesuai dengan jumlah pengunjung | | | | | |
| 3 | Candu Kopi memiliki ruang tunggu yang nyaman | | | | | |
| 4 | Informasi Mudah Didapatkan di Candu Kopi | | | | | |
| 5 | Teknologi Terkini digunakan di Candu Kopi | | | | | |
| 6 | Kesiapan melayani Pelanggan di Candu Kopi | | | | | |
| 7 | Tanggap terhadap keluhan pelanggan di Candu | | | | | |

© 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 mengemukakan 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.

| | | | | | | |
|----|---|--|--|--|--|--|
| 8 | Kopi | | | | | |
| 9 | Pelanggan cepat direspon di Candu Kopi | | | | | |
| 10 | Kemudahan berkomunikasi di candu kopi | | | | | |
| 11 | Pelayanan di Candu Kopi cepat | | | | | |
| 12 | Petugas Candu Kopi yang ramah | | | | | |
| 13 | Karyawan di Candu Kopi menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan | | | | | |
| 14 | Kepekaan dalam menerima saran | | | | | |
| 15 | Ketersediaan lahan parkir di Candu Kopi | | | | | |
| 16 | Kepercayaan yang tinggi kepada Pelanggan di Candu Kopi | | | | | |
| 17 | Data pelanggan yang datang ke Candu Kopi terjamin | | | | | |
| 18 | Candu Kopi Konsisten terhadap visi dan misinya | | | | | |
| 19 | Menjalin hubungan baik dengan pelanggan Candu Kopi | | | | | |
| 20 | Karyawan di Candu Kopi tepat waktu | | | | | |
| 21 | Karyawan Candu Kopi berpakaian rapi | | | | | |
| 22 | Candu Kopi memprioritaskan pelanggan | | | | | |



© 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.



Hasil SPSS Kinerja

Hak cipta milik 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Correlations

| | | X11 | X12 | X13 | X14 | X15 | TX1 |
|-----|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| X1 | Pearson Correlation | 1 | ,220 | ,126 | ,189 | ,595** | ,576** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,243 | ,506 | ,317 | ,001 | ,001 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X2 | Pearson Correlation | ,220 | 1 | ,555** | ,665** | ,659** | ,814** |
| | Sig. (2-tailed) | ,243 | | ,001 | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X3 | Pearson Correlation | ,126 | ,555** | 1 | ,864** | ,381* | ,753** |
| | Sig. (2-tailed) | ,506 | ,001 | | ,000 | ,038 | ,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X14 | Pearson Correlation | ,189 | ,665** | ,864** | 1 | ,526** | ,841** |
| | Sig. (2-tailed) | ,317 | ,000 | ,000 | | ,003 | ,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X15 | Pearson Correlation | ,595** | ,659** | ,381* | ,526** | 1 | ,830** |
| | Sig. (2-tailed) | ,001 | ,000 | ,038 | ,003 | | ,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| TX1 | Pearson Correlation | ,576** | ,814** | ,753** | ,841** | ,830** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,001 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |

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

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

Reliability Statistics

| Cronbach's | |
|------------|------------|
| Alpha | N of Items |
| ,813 | 5 |

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Correlations

| | | X21 | X22 | X23 | X24 | TX2 |
|-----|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| X1 | Pearson Correlation | 1 | ,050 | ,188 | ,424* | ,598** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,792 | ,319 | ,020 | ,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X2 | Pearson Correlation | ,050 | 1 | ,288 | ,189 | ,623** |
| | Sig. (2-tailed) | ,792 | | ,122 | ,317 | ,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X3 | Pearson Correlation | ,188 | ,288 | 1 | ,360 | ,677** |
| | Sig. (2-tailed) | ,319 | ,122 | | ,051 | ,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X4 | Pearson Correlation | ,424* | ,189 | ,360 | 1 | ,743** |
| | Sig. (2-tailed) | ,020 | ,317 | ,051 | | ,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| TX2 | Pearson Correlation | ,598** | ,623** | ,677** | ,743** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |

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

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

Reliability Statistics

| Cronbach's | |
|------------|------------|
| Alpha | N of Items |
| ,563 | 4 |

Correlations

| | | X31 | X32 | X33 | X34 | X35 | TX3 |
|-----|---------------------|--------|--------|---------|-------|---------|--------|
| X31 | Pearson Correlation | 1 | ,032 | ,278 | ,051 | ,278 | ,515** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,868 | ,137 | ,789 | ,137 | ,004 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X32 | Pearson Correlation | ,032 | 1 | ,256 | ,170 | ,256 | ,563** |
| | Sig. (2-tailed) | ,868 | | ,173 | ,368 | ,173 | ,001 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X33 | Pearson Correlation | ,278 | ,256 | 1 | ,133 | 1,000** | ,838** |
| | Sig. (2-tailed) | ,137 | ,173 | | ,485 | ,000 | ,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X34 | Pearson Correlation | ,051 | ,170 | ,133 | 1 | ,133 | ,432* |
| | Sig. (2-tailed) | ,789 | ,368 | ,485 | | ,485 | ,017 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X35 | Pearson Correlation | ,278 | ,256 | 1,000** | ,133 | 1 | ,838** |
| | Sig. (2-tailed) | ,137 | ,173 | ,000 | ,485 | | ,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| TX3 | Pearson Correlation | ,515** | ,563** | ,838** | ,432* | ,838** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,004 | ,001 | ,000 | ,017 | ,000 | |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |

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

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

Reliability Statistics

| Cronbach's | |
|------------|------------|
| Alpha | N of Items |
| ,637 | 5 |

- 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 mengemukakan 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Correlations

| | | X41 | X42 | X43 | X44 | TX4 |
|-----|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| X41 | Pearson Correlation | 1 | ,330 | ,266 | ,410* | ,755** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,074 | ,155 | ,024 | ,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X42 | Pearson Correlation | ,330 | 1 | ,244 | ,277 | ,720** |
| | Sig. (2-tailed) | ,074 | | ,195 | ,139 | ,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X43 | Pearson Correlation | ,266 | ,244 | 1 | ,086 | ,509** |
| | Sig. (2-tailed) | ,155 | ,195 | | ,652 | ,004 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X44 | Pearson Correlation | ,410* | ,277 | ,086 | 1 | ,691** |
| | Sig. (2-tailed) | ,024 | ,139 | ,652 | | ,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| TX4 | Pearson Correlation | ,755** | ,720** | ,509** | ,691** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,004 | ,000 | |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |

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

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

Reliability Statistics

| Cronbach's | |
|------------|------------|
| Alpha | N of Items |
| ,600 | 4 |

Correlations

| | | X51 | X52 | X53 | TX5 |
|-----|---------------------|--------|-------|-------|--------|
| X51 | Pearson Correlation | 1 | -,065 | -,035 | ,684** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,734 | ,852 | ,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X52 | Pearson Correlation | -,065 | 1 | -,171 | ,432* |
| | Sig. (2-tailed) | ,734 | | ,366 | ,017 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X53 | Pearson Correlation | -,035 | -,171 | 1 | ,436* |
| | Sig. (2-tailed) | ,852 | ,366 | | ,016 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 |
| TX5 | Pearson Correlation | ,684** | ,432* | ,436* | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,017 | ,016 | |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 |

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

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

Reliability Statistics

| Cronbach's | |
|--------------------|------------|
| Alpha ^a | N of Items |
| ,715 | 3 |



Hasil SPSS Harapan

| | X11 | X12 | X13 | X14 | X15 | TX1 |
|------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 11 Pearson Correlation | 1 | ,128 | ,160 | -,178 | ,650** | ,568** |
| Sig. (2-tailed) | | ,492 | ,390 | ,339 | ,000 | ,001 |
| N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| 12 Pearson Correlation | ,128 | 1 | ,353 | ,598** | ,460** | ,757** |
| Sig. (2-tailed) | ,492 | | ,051 | ,000 | ,009 | ,000 |
| N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| 13 Pearson Correlation | ,160 | ,353 | 1 | ,358 | ,176 | ,607** |
| Sig. (2-tailed) | ,390 | ,051 | | ,048 | ,344 | ,000 |
| N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| 14 Pearson Correlation | -,178 | ,598** | ,358 | 1 | ,239 | ,588** |
| Sig. (2-tailed) | ,339 | ,000 | ,048 | | ,196 | ,001 |
| N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| 15 Pearson Correlation | ,650** | ,460** | ,176 | ,239 | 1 | ,776** |
| Sig. (2-tailed) | ,000 | ,009 | ,344 | ,196 | | ,000 |
| N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| X1 Pearson Correlation | ,568** | ,757** | ,607** | ,588** | ,776** | 1 |
| Sig. (2-tailed) | ,001 | ,000 | ,000 | ,001 | ,000 | |
| N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |

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

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

Reliability Statistics

| Cronbach's | |
|------------|------------|
| Alpha | N of Items |
| ,666 | 5 |

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Correlations

| | X21 | X22 | X23 | X24 | TX2 |
|-------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| X21 Pearson Correlation | 1 | -,031 | ,382* | ,193 | ,642** |
| Sig. (2-tailed) | | ,870 | ,034 | ,299 | ,000 |
| N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| X22 Pearson Correlation | -,031 | 1 | ,010 | -,091 | ,501** |
| Sig. (2-tailed) | ,870 | | ,960 | ,628 | ,004 |
| N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| X23 Pearson Correlation | ,382* | ,010 | 1 | ,039 | ,600** |
| Sig. (2-tailed) | ,034 | ,960 | | ,836 | ,000 |
| N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| X24 Pearson Correlation | ,193 | -,091 | ,039 | 1 | ,479** |
| Sig. (2-tailed) | ,299 | ,628 | ,836 | | ,006 |
| N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| TX2 Pearson Correlation | ,642** | ,501** | ,600** | ,479** | 1 |
| Sig. (2-tailed) | ,000 | ,004 | ,000 | ,006 | |
| N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |

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

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

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

Reliability Statistics

| Cronbach's | |
|------------|------------|
| Alpha | N of Items |
| ,618 | 4 |

Correlations

| | X31 | X32 | X33 | X34 | X35 | TX3 |
|-------------------------|--------|--------|---------|--------|---------|--------|
| X1 Pearson Correlation | 1 | ,309 | ,369 | ,290 | ,269 | ,381** |
| X1 Sig. (2-tailed) | | ,259 | ,712 | ,632 | ,712 | ,013 |
| N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| X2 Pearson Correlation | ,309 | 1 | ,342 | ,276 | ,342 | ,621** |
| X2 Sig. (2-tailed) | ,259 | | ,059 | ,132 | ,059 | ,000 |
| N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| X3 Pearson Correlation | ,369 | ,342 | 1 | ,232 | 1,000** | ,851** |
| X3 Sig. (2-tailed) | ,712 | ,059 | | ,209 | ,000 | ,000 |
| N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| X4 Pearson Correlation | ,290 | ,276 | ,232 | 1 | ,232 | ,479** |
| X4 Sig. (2-tailed) | ,632 | ,132 | ,209 | | ,209 | ,006 |
| N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| X5 Pearson Correlation | ,269 | ,342 | 1,000** | ,232 | 1 | ,851** |
| X5 Sig. (2-tailed) | ,712 | ,059 | ,000 | ,209 | | ,000 |
| N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| TX3 Pearson Correlation | ,381** | ,621** | ,851** | ,479** | ,851** | 1 |
| TX3 Sig. (2-tailed) | ,013 | ,000 | ,000 | ,006 | ,000 | |
| N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |

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

Reliability Statistics

| Cronbach's | |
|------------|------------|
| Alpha | N of Items |
| ,658 | 5 |

- 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 mengemukakan 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.

© Hakciptamilik UIN Suska Riau

Correlations

| | | X41 | X42 | X43 | X44 | TX4 |
|-----|---------------------|--------|--------|-------|--------|--------|
| 41 | Pearson Correlation | 1 | ,211 | -,070 | ,312 | ,626** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,253 | ,709 | ,088 | ,000 |
| | N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| 42 | Pearson Correlation | ,211 | 1 | ,261 | ,184 | ,691** |
| | Sig. (2-tailed) | ,253 | | ,156 | ,322 | ,000 |
| | N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| 43 | Pearson Correlation | -,070 | ,261 | 1 | -,006 | ,401* |
| | Sig. (2-tailed) | ,709 | ,156 | | ,976 | ,026 |
| | N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| 44 | Pearson Correlation | ,312 | ,184 | -,006 | 1 | ,674** |
| | Sig. (2-tailed) | ,088 | ,322 | ,976 | | ,000 |
| | N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| TX4 | Pearson Correlation | ,626** | ,691** | ,401* | ,674** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,026 | ,000 | |
| | N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |

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

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

Reliability Statistics

| Cronbach's | |
|------------|------------|
| Alpha | N of Items |
| ,730 | 4 |

Correlations

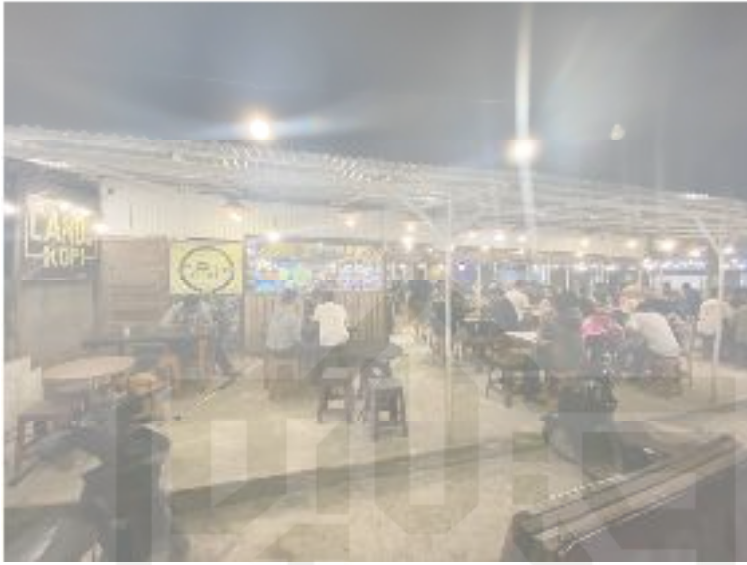
| | | X51 | X52 | X53 | TX5 |
|-----|---------------------|--------|--------|--------|--------|
| X51 | Pearson Correlation | 1 | ,106 | -,155 | ,666** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,569 | ,406 | ,000 |
| | N | 31 | 31 | 31 | 31 |
| X52 | Pearson Correlation | ,106 | 1 | ,256 | ,659** |
| | Sig. (2-tailed) | ,569 | | ,164 | ,000 |
| | N | 31 | 31 | 31 | 31 |
| X53 | Pearson Correlation | -,155 | ,256 | 1 | ,492** |
| | Sig. (2-tailed) | ,406 | ,164 | | ,005 |
| | N | 31 | 31 | 31 | 31 |
| TX5 | Pearson Correlation | ,666** | ,659** | ,492** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,005 | |
| | N | 31 | 31 | 31 | 31 |

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

Reliability Statistics

| Cronbach's | |
|------------|------------|
| Alpha | N of Items |
| ,718 | 3 |

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



© Dokumentasi

Hak cipta milik 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.



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau





© 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.

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

RIWAYAT PENULIS



Muhammad Harkat Putra sebagai penulis dilahirkan di Duri pada tanggal 15 Maret 1998. Anak dari pasangan Ayahanda bernama Amril Alamsyah dan Ibunda bernama Kartini. Penulis merupakan anak kelima dari 5 (lima) bersaudara. Adapun perjalanan penulis di jenjang menuntut ilmu pengetahuan, penulis telah mengikuti pendidikan formal sebagai berikut :

| | |
|-----------------|---|
| Tahun 2004 | Memasuki SDIT Mutiara, Duri dan menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar selama 6 tahun pada tahun 2010 |
| Tahun 2010 | Memasuki SMPIT Mutiara Duri dan menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Pertama selama 3 tahun pada tahun 2013 |
| Tahun 2013 | Memasuki SMAIT Mutiara Duri, dan menyelesaikan Pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan selama 3 tahun pada tahun 2016 |
| Tahun 2016 | Terdaftar sebagai Mahasiswa Jurusan Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, |
| Nomor Handphone | +6281268971595 |
| E-Mail | harkatp15@gmail.com |