

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.

SKRIPSI

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN CAFE (Studi Kasus Pada Chinoss Coffespace Cabang Sukajadi Di Kota Pekanbaru)

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Program Studi S1 Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau



OLEH :

SURYA DIETSANG MULKI

NIM.12070112274

**MANAJEMEN PEMASARAN
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
TAHUN 2024**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

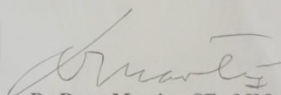
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

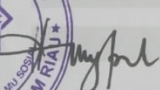
Nama : Surya Dietsang Mulki
Nim : 12070112274
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Ilmu Sosial
Semester : 9 (Sembilan)
Judul : Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe(Studi Kasus Pada Chinoss Coffespace Cabang Sukajadi Di Kota Pekanbaru)

DISETUJUI OLEH

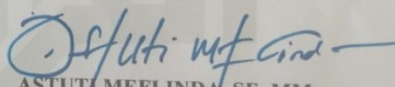
PEMBIMBING


Dr. Dony Martias, SE., MM
NIP. 19760306 200710 1 004

MENGETAHUI


DEKAN

DR. H. MAHYARNI, SE., MM
NIP. 19700826 199903 2001

KETUA PRODI S1 MANAJEMEN


ASTUTI MEFLINDA, SE., MM
NIP. 19720513 200701 2018

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.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Surya Dietsang Mulki
Nim : 12070112274
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul : Pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen cafe (studi kasus pada chinoss coffespace cabang sukajadi di kota pekanbaru
Tanggal Ujian : 25 November 2024

TIM PENGUJI

Ketua
Dr. Kamaruddin, S.Sos, M.Si
NIP. 19790101200710 1 003

Sekretaris
Meri Sandora, S.E. M.M
NIP. 19790505200710 2 001

Penguji 1
Fakhrurrozi, S.E., M.M
NIP. 19670725200003 1 002

Penguji 2
Saipul Al-Sukri., M.Si
NIP. 19860108201901 1 007

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.

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

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Surin Dik Sug Mukti
 NIM : 12070112274
 Tempat/Tgl. Lahir : Sungai. Pekanbaru, 29/01/2002
 Fakultas/Pascasarjana : Ekonomi dan Ilmu Sosial
 Prodi : SI Manajemen
 Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*:
 Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan
 Terhadap Kepuasan Konsumen Cafa (Studi Pada Cinos Coffee Space
 Cabang Sukajadi Di Kota Pekanbaru)

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

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

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

Pekanbaru, ...
 Yang membuat pernyataan



Surin Dik Sug Mukti
 NIM : 12070112274

* pilih salah satu sesuai jenis karya tulis

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN CAFE (Studi Kasus Pada Chinoss
Coffespace Cabang Sukajadi Di Kota Pekanbaru)**

OLEH :
SURYA DIETSANG MULKI
NIM. 12070112274

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah pengaruh Harga Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Chonoss Coffespace Di Kota Pekanbaru. Adapun populasi Dalam penelitian ini adalah Masyarakat yang pernah berbelanja di Chinoss Coffespace. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini sampel berjumlah 100 responden dengan menggunakan Teknik purposive sampling. Analaisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan regresi linier berganda. Dan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Chinoss Coffespace di Kota. Besar pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Chinoss Coffespace di Kota Pekanbaru ditunjukan dengan koefisien determinasi sebesar 0,728 (72,8%). Hasil ini menunjukan bahwa variabel Harga(X1),Kualitas Produk(X2), dan Kualitas Pelayanan(X3) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y). sedangkan sisanya 35,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen.

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 mengumunkan 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



Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh. Alhamdulillah
RabbilAlamin segala puji syukur kehadiran Allah SWT atas semua nikmat, rahmat, dan hidayah yang terlimpahkan, nikmat kecukupan, dan kesenangan serta wujud doa, ujian, cobaan, dan teguran-Mu sehingga dengan melalui semua itu penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe (Studi Kasus Pada Chinoss Coffespace Cabang Sukajadi Di Kota Pekanbaru)**”. Shalawat serta salam tecurah kepada Nabi Muhammad SAW yang menjadi panutan dan teladan bagi umat manusia di dunia.

Penulis menyadari penulisan skripsi ini masih belum sempurna, kekurangan maupun kekhilafan sehingga penulis menerima bentuk kritik dan saran yang sifatnya konstruktif. Pada kesempatan ini, penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag. Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Ibu Dr. Hj. Mahyarni, SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Kamaruddin, S.Sos, M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Mahmuzar, SH, M.Hum selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

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

5. Ibu Dr. Hj. Julina, SE, MM selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Ibu Astuti Meflinda, SE, MM selaku Ketua Prodi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Fakhurrozi, SE, MM selaku Sekretaris Prodi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Bapak Dr. Dony Martias, SE, MM selaku pembimbing yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan, ilmu serta waktu yang diluangkan kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini semoga bapak selalu diberikan kesehatan dan mendapat pahala atas ilmu yang telah diajarkan.
9. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN SUSKA Riau yang telah memberikan dan mengajarkan ilmunya selama penulis menuntut ilmu di kampus ini.
10. Pegawai/Staf Tata Usaha baik bagian umum dan khusus di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang selalu melayani pengurusan administrasi penulis.
11. Bapak dan Mamak tercinta dua orang yang sangat berjasa dalam hidup penulis. Terimakasih atas doa, cinta, kepercayaan, dan segala bentuk yang telah diberikan, sehingga penulis merasa terdukung di segala pilihan dan keputusan yang diambil oleh penulis, serta tanpa lelah mendengar keluh kesah penulis hingga dititik ini. Semoga Allah SWT memberikan keberkahan di dunia karena telah menjadi figur orang tua terbaik bagi penulis.

Akhitnya dengan segala keterbukaan dan ketulusan, penulis persembahkan skripsi ini sebagai upaya pemenuhan salah satu persyaratan untuk memperoleh

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

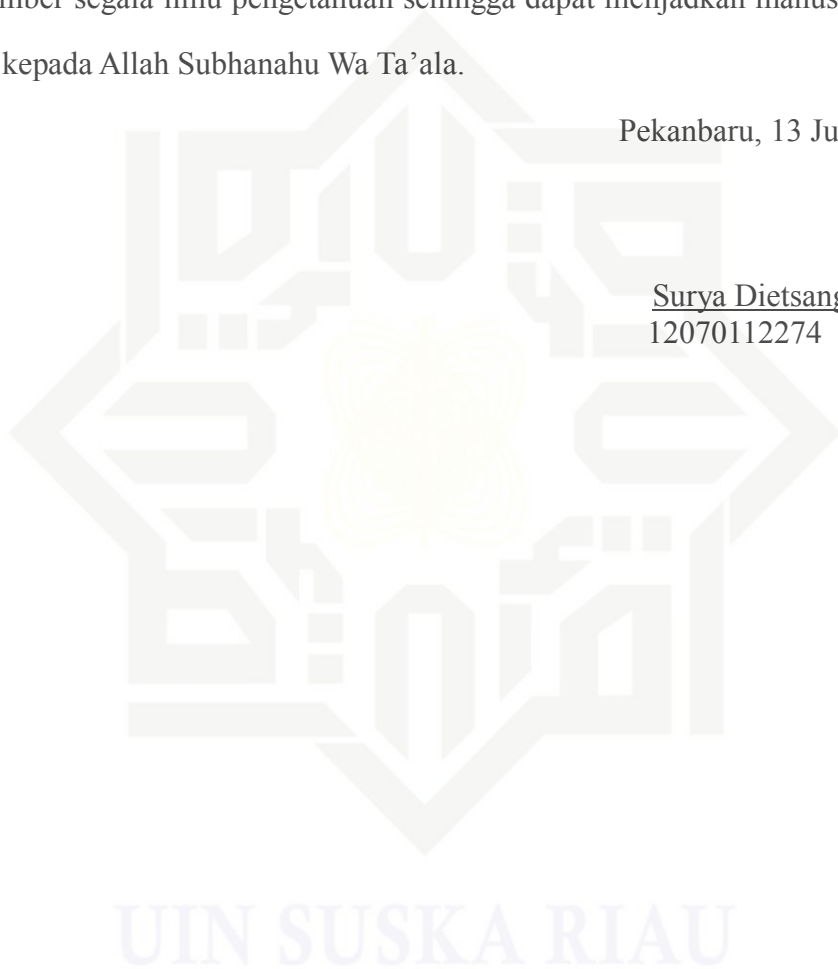
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

gelar Sarjana Manajemen pada UIN Sultan Kasim Riau dan semoga skripsi yang penulis persembahkan ini bermanfaat. Kesempurnaan hanyalah milik Allah dan kekurangan tentunya datanganya dari penulis. Kiranya dengan semakin bertambahnya wawasan dan pengetahuan, kita semakin menyadari bahwa Allah adalah sumber segala ilmu pengetahuan sehingga dapat menjadikan manusia yang bertakwa kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala.

Pekanbaru, 13 Juni 2024

Penulis

Surya Dietsang Mulki
12070112274



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Manajemen Pemasaran	9
2.2 Kepuasan Konsumen (Y)	10
2.3 Harga (X1)	12
2.4 Kualitas Produk (X2)	13
2.5 Kualitas Pelayanan (X3)	14
2.6 Pandangan Dalam Islam	15
2.7 Penelitian Terdahulu	18
2.8 Kerangka Pemikiran	20
2.9 Konsep Operasional Variabel	21
2.10 Hipotesis	23
BAB III METODELOGI PENELITIAN	25
3.1 Lokasi Penelitian	25
3.2 Jenis dan Sumber Data	25
3.3 Populasi dan Sampel	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data	28
3.5 Skala Pengukuran Data	29
3.6 Uji Kualitas Data	29
3.7 Uji Asumsi Klasik	31
3.8 Analisis Regresi Linier Berganda	33
3.9 Uji Hipotesis	34
BAB IV GAMBARAN UMUM	36
4.1 Sejarah Perkembangan Chinoss Coffee	36
4.2 Logo dan Visi Perusahaan	37
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
5.1 Karakteristik Responden	39
5.2 Analisa Deskriptif Variabel Penelitian	42
5.3 Uji Kualitas Data	47
5.4 Uji Asumsi Klasik	50
5.5 Uji Analisis Linier Berganda	54
5.6 Uji Hipotesis Penelitian	55
5.7 Pembahasan Hasil Penelitian	58

BAB VI PENUTUP	61
6.1 Kesimpulan	61
6.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA.....	63

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Posisi dan Jumlah Karyawan Chinoss Coffespace	2
Tabel 1. 2	Daftar Menu Minuman Yang Terdapat di chinoss Coffespace	3
Tabel 1. 3	Daftar Menu Makanan yang Terdapat di Chinoss Coffespace.....	4
Tabel 1. 4	Data Pendapatan Chinoss Coffespace Cabang Sukajadi	5
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu	18
Tabel 2. 2	Konsep Operasi Variabel.....	22
Tabel 3. 1	Data pengunjung	27
Tabel 3. 2	Skala Pengukuran Data	29
Tabel 3. 3	Kriteria Pengujian	35
Tabel 5. 1	Responden berdasarkan jenis kelamin	39
Tabel 5. 2	Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
Tabel 5. 3	Responden Berdasarkan Domisili	40
Tabel 5. 4	Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	41
Tabel 5. 5	Berdasarkan Yang Pernah Ke Chinoss Coffespace.....	42
Tabel 5. 6	Rekapitulasi Responden Harga (X1).....	43
Tabel 5. 7	Rekapitulasi Responden Kualitas Produk (X2).....	44
Tabel 5. 8	Rekapitulasi Responden Kualitas Pelayanan (X3)	45
Tabel 5. 9	Rekapitulasi Responden Kepuasan Konsumen (Y).....	46
Tabel 5. 10	Validitas Harga (X1)	48
Tabel 5. 11	Validitas Kualitas Produk (X2)	48
Tabel 5. 12	Validitas Kualitas Pelayanan (X3)	49
Tabel 5. 13	Validitas Kepuasan Konsumen (X3)	49
Tabel 5. 14	Rekapitulasi Uji Reliabilitas	50

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

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dari laporan statistik Indonesia 2023 dari Badan Pusat Statistik (BPS) produksi kopi Indonesia mencapai 794,8 ribu ton pada tahun 2022. Sebagai negara pengekspor kopi, Indonesia memiliki peluang bisnis yang berpotensi bagi pelaku usaha, sehingga para pelaku usaha berebutan untuk memenuhi kebutuhan para penikmat kopi melalui membuka usaha seperti kedai kopi, baik kedai kopi tradisional ataupun kedai kopi modern .

Kedai kopi ialah salah satu tempat usaha yang menjual kopi dan didampingi dengan makanan dan fasilitas penunjang yang bisa dimanfaatkan oleh konsumen. Di era sekarang kedai kopi lebih banyak membuat konsep modern di bandingkan konsep tradisional supaya bisa dinikmati oleh semua kalangan, termasuk di kota Pekanbaru.

Salah satu coffe shop di Kota Pekanbaru ialah Chinos Coffespace merupakan sebuah coffe shop yang dibangun oleh pemiliknya yaitu Galang Maulana Ibrahim pada 20 Desember 2019. Motivasi dibangunnya coffe shop ini karena pemilik ingin membuka lapangan pekerjaan dan ingin menjual kopi yang bisa dinikmati oleh semua orang dengan ciri rasa yang berkelas sehingga pemilik memilih membangun Chinoss Coffespace. Chinoss Coffespace berada di Kota Pekanbaru. Coffe shop ini beroperasi mulai pukul 08:00 hingga 22:00 WIB. Karyawan di Chinoss Coffespace berjumlah 10 orang dengan rincian pada table di bawah ini :

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.

Tabel1. 1 Posisi dan Jumlah Karyawan Chinoss Coffespace

No	Posisi	Jumlah
1	Barista	4 Orang
2	Waiters/Waitress	2 Orang
3	Kasir	1 Orang
4	Chef	3 Orang
Total		10 Orang

Sumber : Chinoss Coffespace Kota Pekanbaru Tahun 2023

Di era globalisasi seperti sekarang ini, Masyarakat khususnya di Kota Pekanbaru sudah banyak mendirikan bangunan-bangunan coffe shop. Banyak coffe shop memiliki keunikan dan ciri khas yang berbeda-beda. Sehingga banyak coffee shop yang berlomba-lomba untuk menciptakan suatu inovasi keunggulan yang berbeda -beda, yang mana di setiap coffe shop pasti memerlukan pegawai untuk menunjang dalam meningkatkan pelayanan disetiap usahanya tersebut seperti.

Ketika konsumen mengunjungi suatu caffe mereka tidak hanya melihat menu apa saja yang ditawarkan, mereka juga akan melihat seperti apa kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik seperti yang mereka inginkan ataupun lebih dari harapan mereka, maka hal tersebut mampu memberikan rasa nyaman yang dapat dirasakan oleh pelanggan dan sehingga secara tidak langsung dapat menjadi alasan pelanggan tersebut kembali datang dan merasa terpuaskan .

© *Tabell. 2 Daftar Menu Minuman Yang Terdapat di chinos Coffespace*

No	Jenis Minuman	Minuman	Harga
1	Based Espresso	Espresso Latte Affogato Bon Bon Vanilla Latee Huzelnut Latte	Rp 20.000,- Rp 26.000,- Rp 25.000,- Rp 18.000,- Rp 25.000,- Rp 25.000,-
2	Brewed Bar	V60 Tubruk Cold Brew Peacold	Rp 22.000,- Rp 20.000,- Rp 30.000,- Rp 35.000,-
3	Ice Kopilu	Brown Chinoss Sweet butter Caramelo	Rp 20.000,- Rp 25.000,- Rp 27.000,- Rp 25.000,-
4	Non Coffe	Matcha Latte Chocolate Latte Taro Latte Red Velvet Latte Charcoal Latte Lemon Tea Strawberry Lemon Tea Classic Tea Pink Tamarind Bull Lychee Ya Peach	Rp 27.000,- Rp 25.000,- Rp 25.000,- Rp 25.000,- Rp 25.000,- Rp 18.000,- Rp 23.000,- Rp 13.000,- Rp 25.000,- Rp 26.000,- Rp 26.000,-

Sumber : Chinos Coffespace Kota Pekanbaru Tahun 2023

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

Tabel1. 3 Daftar Menu Makanan yang Terdapat di Chinoss Coffespace

No	Jenis Makanan	Makanan	Harga
1	Foods	Beef Inoki Rice Creamy Chicken Nugget Fish Katsu Tartare Sauce Fish Katsu Sambal Matah Chicken Katsu Teriaki Chicken Katsu Sambal Matah Sausage BBQ Sauce Mie Ayam Mie Goreng Mie Rebus	Rp 38.000,- Rp 29.000,- Rp 35.000,- Rp 35.000,- Rp 32.000,- Rp 30.000,- Rp. 25.000,- Rp 22.000,- Rp 20.000,- Rp 20.000,-
2	Finger Food	Chinoss Platter Mix Kentang Sosis Risoles Mayo Dimsum Kentang Goreng Sosis Goreng Pisang Goreng Banana Roll	Rp 33.000,- Rp 30.000,- Rp 22.000,- Rp 20.000,- Rp 18.000,- Rp 18.000,- Rp 18.000,- Rp 18.000,-

Sumber : Chinoss Coffespace Kota Pekanbaru Tahun 2023

Menurut **Cahyani (2016)**, menjelaskan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang untuk menjadi senang atau kecewa sebagai hasil dari perbandingan antara kinerja produk yang dipersepsikan (hasil atau outcome) yang dihubungkan dengan harapannya. faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga. Konsumen akan puas jika kualitas produk yang diharapkan terpenuhi.

Selain kualitas produk, kualitas pelayanan juga menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, dimana menurut kualitas pelayanan juga dapat memotivasi konsumen untuk berkomitmen kepada produk dan layanan tertentu untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Selain kualitas pelayanan dan kualitas produk, adapun harga yang juga mempengaruhi kepuasan konsumen. Harga merupakan nilai tertentu yang harus dibayar atas nilai suatu produk atau

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.

© jasa yang telah dibeli atau digunakan, dimana harga yang sesuai dengan kebutuhan konsumen akan menciptakan kepuasan konsumen..

Dari hasil surve yang saya lakukan di cabang Jalan Belibis No.9 Kecamatan Sukajadi Pekanbaru. Para pengunjung yang saya tanya merasakan adanya perbedaan dari segi rasa minumannya (Matcha latte), terkadang ada yang merasakan pahitnya terlalu kuat, dan terkadang pas pahitnya, tapi dari segi pelayanan sama tetap ramah, dan dari segi harga sama .

Tabel1. 4 Data Pendapatan Chinoss Coffespace Cabang Sukajadi

NO	Tahun Pendapatan	Jumlah Omzet Penjualan
1	2021	768.890.000
2	2022	769.908.000
3	2023	772.926.000

Sumber : Chinoss Coffespace Kota Pekanbaru Tahun 2023

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk mengetahui tentang pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Chinoss Coffespace di Kota Pekanbaru.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibuat maka rumusan masalah penelitian ini adalah

1. Apakah Harga Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Chinoss Coffespace?
2. Apakah Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Chinoss coffespace?
3. Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Chinoss Coffespace?

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. Apakah Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan, Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Chinoss Coffespace?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dibuat diatas, tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk Mengetahui Apakah Harga Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Chinoss Coffespace.
2. Untuk Mengetahui Apakah Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Chinoss Coffespace.
3. Untuk Mengetahui Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Chinoss Coffespace.
4. Untuk Mengetahui Apakah Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan,Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Chinoss Coffespace.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut

- a) Bagi penulis

Penelitian ini merupakan suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan berpikir Dalam penulisan karya ilmiah dan untuk menerapkan teori-teori yang telah peneliti peroleh selama perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial.

- b) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi salah satu sumbangan pemikiran dan sebagai masukan Dalam rangka meningkatkan strategi pengembangan pada karyawan Chinoss Coffespace Kota Pekanbaru.

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.

c) Bagi Universitas

Hasil penelitian dapat menambah referensi penelitian yang ada di perpustakaan dan juga dapat sebagai bahan acuan untuk melakukan penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk lebih memahami tentang hasil penelitian ini secara sistematis maka berikut beberapa bagiannya :

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah. Selain itu, pada sub pembahasan ini dijelaskan, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, serta hipotesis penelitian. Bab pertama akan ditutup dengan sistematika pembahasan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini penulisan menjelaskan berbagai teori, konsep/variable penelitian, dan kerangka pemikiran yang berhubungan dengan penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang lokasi penelitian, jenis sumber data, populasi dan sampel, Teknik pengumpulan data, dan analisis data yang digunakan

BAB IV : GAMBARAN UMUM (SUBJEK PENELITIAN)

Pada bab ini membahas tentang gambaran umum tempat penelitian.

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 V : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dijelaskan tentang uraian hasil penelitian secara instrumental, deskriptif, hasil pengujian hipotesis serta pembahasan hasil analisis data yang menguraikan cara memecahkan masalah yang sedang diteliti dan menguji pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen Chinoss Coffespace.

BAB VI PENUTUP

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan hasil penelitian yang dilakukan dan serta masukan penulis terhadap penelitian selanjutnya.

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Manajemen Pemasaran

2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran

Menurut **Kotler dan Keller (2016)**, itu “mirip dengan seni dan ilmu menargetkan pasar dan memperoleh, mempertahankan, dan meningkatnya pelanggan dengan menciptakan, memberikan dan mentransfer nilai tambah yang lebih tinggi dalam proses meningkatnya akurasi. dan efisiensi sesuai pemahaman para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran ialah seni dan ilmu untuk mencapai dan mempertahankan suatu pasar sasaran. mendukung perusahaan sebagaimana mestinya untuk mencapai tujuan organisasi.

2.1.2 Bauran pemasaran

Menyatakan Yang dimaksud bauran pemasaran yaitu variabel-variabel dalam kendali perusahaan yang digunakan perusahaan secara bersama-sama untuk memuasi kelompok sasaran ini

1. *Product* (Produk) Dalam bauran pemasaran peranan produk/jasa sangatlah penting diantara faktor harga, iklan, dan distribusi. Tidak peduli seberapa rendah harga produk/jasa yang dijual di pasaran, seberapa menariknya iklan yang dipasang, dan seberapa strategi tempat usaha yang didirikan namun yang dibutuhkan oleh kalangan masyarakat hanya ada atau tidaknya produk/jasa yang sedang dibutuhkan. Perkembangan produk/jasa dilihat dari seperti apa produk/jasa yang akan ditawarkan, matriks persaingan sangat membantu dalam menentukan produk/jasa yang akan ditawarkan.
2. *Price* (Harga) Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat memiliki atau menggunakan produk yang nilainya ditetapkan oleh

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.

pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.

3. *Place* (Distribusi/Tempat) Saluran distribusi yaitu sekelompok organisasi yang saling tergantung dalam keterlibatan mereka pada proses yang memungkinkan suatu produk tersedia bagi penggunaan atau konsumsi oleh konsumen atau pengguna industrial.
4. *Promotion* (promosi) Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

2.2 Kepuasan Konsumen (Y)

2.2.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut **Kotler (2012)** Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka . sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang di peroleh tidak memenuhi harapan konsumen. Kepuasan atau Ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evolusi ketidaksesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang di rasakan setelah pemakaiannya”. Beberapa pengukuran kepuasan konsumen mempunyai tiga bentuk yang berbeda yaitu :

- a. *Positif disconfirmation*, dimana kinerja lebih baik dari harapan.
- b. *Simple Confirmation* ,dimana kinerja sama dengan harapan.
- c. *Negara disconfirmation* ,dimana kinerja lebih baik buruk dari harapan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Menurut **Tri Ratnasari (2011)** ada lima faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

- Kualitas Produk Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- Harga Produk yang berkualitas yang sama dengan produk jasa lain, tetapi di tetapkan dengan harga yang lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi terhadap pelanggannya.
- Kualitas Pelayanan Pada industri ,adalah mutlak bahwa pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan apa yang di harapkan.
- Emosional (Kepercayaan) Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merk tertentu, sehingga membuatnya mengalami tingkat kepuasan yang tinggi. Kepuasan yang di peroleh bukan dari produk, akan tetapi nilai sosial yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek tertentu.
- Biaya Pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk/jasa. Cenderung puas pada produk/jasa.

2.2.3 Indikator Kepuasan Konsumen

Di kutip dari **Tjiptono, (2012)** Indikator kepuasan konsumen terdiri dari.

- Kesesuaian Harapan

Merupakan Tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan.

2. Minat Berkunjung Kembali

Merupakan kesediaan untuk berkunjung Kembali atau melakukan pembelian ulang pada produk terkait.

3. Kesediaan Merekomendasikan

Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.

4. Pengalaman Pembelian

Keseluruhan pengalaman pelanggan selama proses pembelian

5. Kepuasan Umum

Tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen

2.3 Harga (X1)

2.3.1 Pengertian Harga

Harga dapat digunakan sebagai variabel strategis untuk mencapai tujuan keuangan tertentu, termasuk laba atas investasi dan pemulihan biaya pengembangan produk atau pun harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau layanan, atau jumlah nilai yang ditukar pelanggan dengan keuntungan memiliki atau menggunakan produk atau layanan tersebut. Dalam arti tersempit.

2.3.2 Indikator Harga

Menurut **Kotler dan Armstrong(2012)** indikator harga yaitu sebagai berikut :

1. Keterjangkauan harga .Suatu produk yang dapat dijangkau oleh para konsumen kemudian diberikan harga oleh suatu perusahaan dimana harga yang terjangkau akan membuat konsumen tertarik untuk kembali menikmati produk tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk Sebuah perusahaan dikatakan berhasil jika harga pada produknya sesuai dengan kualitas yang mereka berikan, jika kualitas produk baik dan harga tinggi maka konsumen tidak merasa keberatan jika membeli produk tersebut karena mempunyai kesesuaian harga dengan kualitas produknya.
3. Daya saing harga dalam pasar Sebuah perusahaan jika ingin mengalahkan kompetitornya harus memberikan harga atau suatu produk yang berkualitas sehingga dapat bersaing terhadap kompetitornya.
4. Kesesuaian harga dengan manfaat .Kesesuaian harga yang diberikan oleh penyedia jasa harus sesuai dengan dampak positif produk yang diberikan juga. Begitu pula jika harga yang dihadirkan tinggi maka sebaiknya manfaat yang disajikan tinggi pula.
5. Seberapa besar nilai yang dirasakan pelanggan dibandingkan dengan harga yang mereka bayar.

2.3 Kualitas Produk (X2)

2.4.1 Pengertian Kualitas Produk

Kualitas Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun usahanya. Dimana pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen. Setiap perusahaan harus memilih tingkat kualitas produk yang dihasilkannya sehingga akan membantu atau menunjang usaha untuk meningkatkan atau mempertahankan positioning produk itu dalam pasar sasarannya ataupun kualitas produk adalah suatu faktor penting yang mempengaruhi keputusan setiap pelanggan dalam membeli sebuah produk.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
Semakin baik kualitas produk tersebut, maka akan semakin meningkat minat konsumen yang ingin membeli produk tersebut.

2.4.2 Indikator Kualitas Produk

Menurut **Nasution. M. Amri. (2019)** ada 5 (lima) indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas produk iyalah :

1. Berbagai macam varian produk
2. Daya tahan produk
3. Kualitas produk sesuai dengan spesifikasi dari konsumen
4. Penampilan kemasan produk (*estetika*)
5. Kualitas produk terbaik dibandingkan dengan merek lain.

2.4 Kualitas Pelayanan (X3)

2.5.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan alat pengukuran sampai dimana kualitas pelayan dirasakan oleh pelanggan melalui dimensi kualitas layanan. Kualitas/mutu jika dikelola dengan tepat dan cepat akan berkontribusi yang positif terhadap terwujudnya kepuasan pelanggan. Kualitas atau mutu akan memberikan nilai tambah yang berupa motivasi khusus bagi para pelanggan untuk menjalin sebuah ikatan relasi yang sangat menguntungkan dalam jangka panjang perusahaan. Ikatan emosional antara perusahaan pemberi layanan dengan pelanggan memungkinkan perusahaan/organisasi untuk memahami secara bersama harapan dan kebutuhan yang spesifik pelanggannya.

2.5.2 Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut **Tjiptono, dan Chandra, (2016)** Kualitas pelayanan merupakan factor yang merefleksikan persepsi konsumen terhadap 5 (lima) indikator spesifik dari kinerja pelayanan. Adapun kelima indikator kualitas pelayanan tersebut yaitu :

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

1. Berwujud (*Tangibles*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.
2. Keandalan (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan untuk membantu para pelanggan dan memproses permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
4. Jaminan (*Assurance*), berkenaan dengan perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggan.
5. Empati (*Emphaty*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggan dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

2.5 Pandangan Dalam Islam

2.6.1 Pandangan Islam Tentang Suasana Cooffee Shop

Islam juga mengatur tentang bagaimana cara menentukan citra dalam kepala konsumen salah satunya dengan tidak membohongi pelanggan baik menyangkut kualitas maupun kuantitas. Hal ini serupa ditegaskan dalam (Q.S. Ash-Shaff :10) yaitu :

تُنَجِّمُ تِجَارَةً عَلَىٰ أَدْلُكُمْ هَلْ أَمْنُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا

أَلَيْمٌ عَذَابٌ مِّنْ

Artinya : *“Hai orang-orang yang beriman, sukakah kamu aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkanmu dari azab yang pedih?”*

Terbangunnya kondisi lingkungan cafe yang nyaman sesuai dengan yang diharapkan pelanggan sangat bermanfaat bagi setiap bisnis karena dapat mendorong pelanggan untuk menikmati suasana yang ada, dan akhirnya membuat pelanggan betah lebih lama di cafe., Cafe bertujuan guna memberikan kenyamanan pada pelanggan serta dapat menjadi daya tarik tertentu untuk pembeli. Reputasi atau citra seorang Muslim dibangun di atas komitmennya yang tak kenal kompromi terhadap ajaran agamanya, terutama yang terkait dengan menjunjung tinggi kehormatan dan martabatnya. Demikian pula, jika suatu organisasi atau perusahaan ingin mendapatkan reputasi atau kehormatan yang baik di mata pelanggan, dengan itu harus membuat kesan pertama yang baik dan berdampak positif bagi pelanggan tersebut.

2.6.2 Pandangan Islam Tentang Kepuasan

Secara umum kepuasan konsumen ialah konsumen merasakan sebuah manfaat dari sebuah produk yang cocok dengan keinginan konsumen. Seorang konsumen dikatakan puas, jika mereka merasakan sama ataupun lebih dari yang mereka inginkan atau harapkan. Dan konsumen dikatakan tidak puas, jika apa yang mereka rasakan tidak sesuai dengan keinginan mereka.

Aturan konsumsi dalam Islam, secara tegas dinyatakan dalam Al-Qur'an dan Hadist Rasulullah, jika mereka mengkonsumsi sesuai dengan ajaran Islam, umat Islam akan dapat mencapai tingkat konsumsi yang baik atau memperoleh

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.

kepuasan yang maksimal dari konsumsi tersebut. Sebagaimana firman Allah dalam Surat Al-Baqarah ayat 172

رَزَقْنَكُمْ مَّا طَيِّبْتَ مِنْ كُلِّ شَيْءٍ لِّتَشْكُرُوا

تَعْبُدُونَ إِيَّاهُ كُنْتُمْ إِنْ لِلَّهِ وَاشْكُرُوا

Artinya : “ Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezeki yang baik baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah.”

Dalam menentukan kepuasan konsumsi bagi seorang muslim harus berorientasi dalam mengoptimalkan masalah bukan memaksimalkan. Karena dalam rasionalitas islam menganggap prinsip lebih banyak tidak selalu lebih baik. Kepuasan dalam Islam (qona'ah) merupakan cerminan kepuasan seseorang baik secara batiniah maupun lahiriah. Kepuasan dalam Islam berkaitan dengan keimanan yang melahirkan rasa syukur. Kepuasan menurut Islam harus mempertimbangkan beberapa hal berikut: Barang atau jasa yang dikonsumsi harus halal, dalam mengonsumsi barang atau jasa tidak berlebih-lebihan dan tidak mengandung riba.

2.7 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama (Tahun)	Variabel	Alat Analisis	Hasil penelitian
1	Santi Anshari (2021)	Variabel Bebas : Persepsi harga, promosi, suasana, kualitas pelayanan Variabel Terikat : Kepuasan Konsumen	Analisis regresi linier berganda, uji f, uji t, uji terminasi Adjusted R Square atau R ²	-Menunjukkan secara bersama-sama variabel Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Suasana Café berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan konsumen -Menunjukkan bahwa persepsi harga, promosi, kualitas pelayanan, dan suasana cafe secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen
2	Dewi Sri Natalia, Winarto, Tiur Rajagukguk (2021)	Variabel bebas : Harga, suasana, promosi, kualitas pelayanan Variabel terikat: Kepuasan konsumen	Analisis regresi linier berganda, uji deskriptif, uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, uji f, uji t dan uji determinasi	-Secara parsial, harga, suasana, promosi penjualan, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Minum Kopi Medan Johor. - Secara simultan, harga, suasana, promosi penjualan, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Minum Kopi Medan Johor
3	Emma Tawakkal, Hermanto Suaib, Evi Mufrihah Zein (2021)	Variabel bebas: Harga dan suasana. Variabel terikat: Kepuasan pelanggan.	Analisis regresi linier berganda, uji deskriptif, uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, uji f, uji t dan uji determinasi.	-Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel harga dan suasana café terhadap kepuasan pelanggan Café Layar Gading dan dari dua variabel tersebut variabel yang paling dominan variabel harga. -Variabel Harga dan Suasana Cafe secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Sebesar 37.4%

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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:

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

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

4	Dora Rinova, Fenny Meilani (2018)	Variabel bebas : Kualitas Pelayanan, Harga, Suasana Café Variabel terikat : Kepuasan Konsumen	Pendekatan deskriptif kuantitatif, Metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan alat analisis SPSS, Analisis regresi linier berganda, uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, uji f, uji t dan uji determinasi	Dapat diketahui bahwa baik secara parsial maupun bersama-sama, variabel persepsi konsumen tentang kualitas pelayanan, persepsi konsumen tentang harga, dan persepsi konsumen tentang suasana cafe berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.
5	Clara A. M. Rooroh, Silcyljeova Moniharap on, Sjendry S.R Loindong (2020)	Variabel bebas : Suasana Cafe, Kualitas pelayanan, harga Variabel terikat : Kepuasan Pelanggan	Penelitian asosiatif dengan metode kuantitatif (Teknik accidental sampling) Teknik Analisis regresi linier berganda, uji deskriptif, uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, uji f, uji t dan uji determinasi	-Menunjukkan Suasana cafe, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. hasil penelitian -Menunjukkan secara persial suasana cafe, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
6	Putra. Universitas Brawijaya (2021)	Variabel bebas : Kepuasan dan Kepercayaan Variabel terikat : Loyalitas	Analisis Kuantitatif dan Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menjelaskan bahwa kepuasan tidak signifikan, sedangkan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan
7	Fakhri. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau (2022)	Variabel bebas : Kepuasan Pelanggan Variabel terikat : Loyalitas pelanggan	Analisis Kuantitatif dan Regresi Linier Sederhana	Hasil penelitian menjelaskan bahwa kepuasan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Buku Fadira Pekanbaru

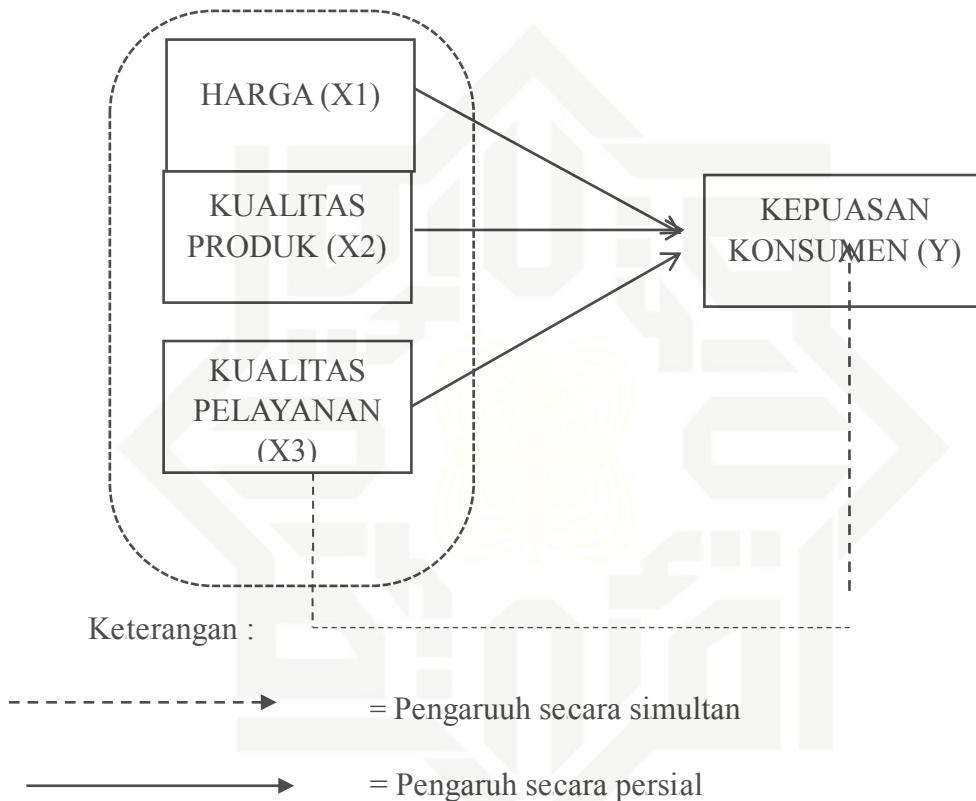
8	Apriliani et al. Jurnal Widya Mataram Lampung (2020)	Variabel bebas : Kepuasan Pelanggan, Brand Image, dan Kepercayaan Variabel terikat : Loyalitas	Analisis Kuantitatif dan Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menjelaskan bahwa kepuasan berpengaruh signifikan, sedangkan brand image dan kepercayaan tidak berpengaruh signifikan
9	Nursakinah et al. Universitas Muhammad iyah Riau (2022)	Variabel bebas : Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Variabel terikat : Kepuasan pelanggan	Analisis Kuantitatif dan Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menjelaskan bahwa harga tidak signifikan, sedangkan kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan
10	Safitri dan Rini. Universitas Duta Bangsa Surakarta (2021)	Variabel bebas : Suasana Toko dan Kualitas Layanan Variabel terikat : Kepuasan	Analisis Kuantitatif dan Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menjelaskan bahwa suasana toko tidak signifikan, sedangkan kualitas layanan berpengaruh signifikan.

2.8 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan masalah, dan landasan teori yang sudah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini dimulai dengan mempelajari teori-teori yang digunakan sebagai landasan penelitian.

Rumusan masalah yang telah disusun sebagai bahan penelitian untuk diteliti merupakan dasar dari teori-teori yang digunakan sebagai landasan penelitian. Maka, pada penelitian ini terdapat variabel bebas yaitu Harga(X1), Kualitas Produk (X2), Kualitas Pelayanan (X3) dan variabel terikat Kepuasan Konsumen(Y1).

Variabel-variabel ini dianalisis dan memunculkan empat hipotesis. Empat hipotesis yang dapat nantinya akan diuji dengan pengujian statistic. Kerangka pemikiran pada penelitian ini dapat digambarkan sebagai beriku :



Keterangan pemikiran pada penelitian ini menunjukkan keterkaitan antara variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Harga (X3) dengan variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Y)

2.9 Konsep Operasional Variabel

Variabel Bebas (*Independent Variabel*) Merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat

1. (*Dependent Variabel*). Dalam penelitian ini Harga(X1), Kualitas Produk(X2), Kualitas Pelayanan(X3) merupakan variabel bebas..

2. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*) Merupakan variabel yang dipengaruhi oleh apa yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini Kepuasan Konsumen (Y) merupakan variabel terikat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Tabel 2. 2 Konsep Operasi Variabel

No	Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
1	Harga	Melnurut Kotlelr & Armstrong (2018) harga adalah jumlah uang yang dilbelbankan untuk suatu produk atau layanan, atau jumlah nillail yang diltukar pellanggan delngan keluntungan melmillilikil atau melnggunakan produk atau layanan telrselbut	a. Keltelrjangkauan harga b. Kelselsuailan harga c. Daya sailng harga d. Kelselsuailn harga delngan manfaat	Lilkelr t
2	Kualiltas Produk	Melnurut Elrnawatil (2019) bahwa kualiltas produk adalah suatu faktor pelntilng yang melmpelngaruhil kelputusan seltilap pellanggan dalam melmbellil selbuah produk	a. Belrbagail macam varilan produk b. Daya tahan produk c. Kualiltas produk selsuail delngan spelsilfilkasil daril konsumeln d. Pelnampillan kelmasan produk (elsteltilka) e. Kualiltas produk telrbailk dilbandilngkan delngan melrelk lailn	Lilkelr t
3	Kualiltas Pellayanan	Melnurut Tjilptono dan Chandra (2016:157), belrpelndapat bahwa kualiltas pellayanan selbagail ukuran selbelrapa bagus tilngkat layanan yang dilbelrilkan mampu telrwujud selsuail harapan pellanggan.	a. Belrhujud b. Kelandalan c. Daya tanggap d. Jasmanil e. Elmpatil	Lilkelr t
4	Kelpuasan Konsumel n	Melnurut Tjilptono (2010:150) melnyatakan bahwa : Kelpuasan atau Keltildakpuasan konsumeln adalah relspon	a. Kelselsuailn harapan b. Milnat belrkunjung Kelmbalil	Lilkelr t

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.

		konsumen terhadap evolusi kelayakan/dilakukan yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kelayakan lainnya) dan kelayakan aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian	c. Kelayakan melingkupi aspek fisik	
--	--	--	-------------------------------------	--

2.10 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah. Karena sifatnya masih sementara, maka perlu dibuktikan kebenarannya melalui data empirik yang terkumpul.

Adapun Hipotesis yang penulis ajukan adalah sebagai berikut:

1. H0 = Diduga Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Chinoss Coffespace
H1 = Diduga Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Chinoss Coffespace
2. H0 = Diduga Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Chinoss Coffespace
H2 = Diduga Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Chinoss Coffespace
3. H0 = Diduga Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Chinoss Coffespace
H3 = Diduga Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Chinoss Coffespace

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. H_0 = Diduga Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Chinoss Coffespace
- H_4 = Diduga Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Chinoss Coffespace



BAB III METODELOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan di Chinoss Coffespace berlokasi di jalan Belibis No. 9 Kecamatan Sukajadi kota Pekanbaru Penelitian ini dimulai dari 1 April sampai 9 Juni 2024.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Menurut (Sugiyono, 2017) jenis data dibedakan menjadi 2, yaitu kualitatif dan kuantitatif.

3.2.1 Data Kualitatif

Menurut (Sugiyono, 2017). Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, skema dan gambar. Data kualitatif adalah data yang tidak dinyatakan dalam bentuk angka melainkan berupa kata, kalimat, gambar atau grafik.

3.2.2 Data Kuantitatif

Menurut (Sugiyono, 2017). Data kuantitatif di definisikan sebagai data numerik atau kualitatif yang diberi angka. Data kuantitatif merupakan data yang dianalisis secara statistik. Data tersebut dapat berupa angka atau skor biasanya diperoleh dengan menggunakan alat pengumpul data yang jawabannya berupa rentang skor atau pertanyaan yang diberi bobot.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif yang membahas tentang pengaruh antar variabel, dengan jenis dan sumber data dalam penelitian ini yaitu:

1) Data Primer

Menurut (Sugiyono, 2017) data primer adalah data yang dikirimkan langsung ke pengumpul data. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini

adalah tanggapan responden yang diperoleh melalui kuisioner dibagikan secara online tentang pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen cafe kecamatan sukajadi di kota Pekanbaru.

2) Menurut (Sugiyono, 2017) data sekunder adalah informasi yang diperoleh dengan membaca, mempelajari dan memahami isi literatur, buku, dan dokumen.

Adapun yang menjadi data sekunder dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berbelanja dan mengunjungi Chinoss Coffespace kecamatan Sukajadi.

Serta literatur yang relevan seperti jurnal, buku referensi, dan lain-lain yang dianggap perlu dalam penelitian ini. Dan pemanfaatan internet untuk mengumpulkan data yang berhubungan dengan penelitian.

3.3 Populasi dan Sampel

Untuk mendapatkan data yang diperlukan, peneliti menggunakan metode berikut :

3.3.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2017) data sekunder adalah informasi yang diperoleh dengan membaca, mempelajari dan memahami isi literatur, buku, dan dokumen.

Adapun yang menjadi data sekunder dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kota Pekanbaru yang pernah berbelanja dan mengujungi Chinoss Coffesoace kecamatan Sukajadi.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2017). Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

keterbatasan waktu, dana dan tenaga, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* yang tidak memberikan peluang yang sama kepada setiap jumlah anggota populasi, dan dengan insidental sampling sebagai teknik penentuan sampelnya. Metode yang digunakan untuk pengambilan sampling adalah metode *purposive sampling*.

Menurut *purposive sampling* merupakan metode pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam pengambilan sampel pada penelitian yang menggunakan teknik *purposive sampling* artinya setiap individu yang digunakan sebagai sampel dipilih dengan sengaja berdasarkan pertimbangan tertentu, pertimbangan tersebut antara lain karakteristik dari responden itu sendiri. Karakteristik yang ditetapkan pada penelitian ini untuk memilih sampel adalah Masyarakat kota pekanbaru yang pernah berbelanja dan mengunjungi Chinoss Coffespace Kecamatan Sukajadi

Dikarenakan populasi Masyarakat kota pekanbaru yang pernah berbelanja dan mengunjungi Chinoss Coffespace kecamatan Sukajadi ada di tabel berikut

Tabel 3. 1 Data pengunjung

NO	Tahun	Jumlah Pengunjung
1	2021	15.330
2	2022	15.398
3	2023	15.458
Total		46.186

Dari hasil tabel di atas ada sebanyak 46.186 orang yang berkunjung selama 3 tahun ini, maka dalam penentuan sampel, peneliti menggunakan rumus slovin untuk menentukan jumlah sampel.

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.

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

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Nilai Standart = 46.186

e² = standar error (10%)

Dengan rumus diatas, maka jumlah sampel yang diteliti adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{46.186}{1 + 46.186(0,1)^2}$$

$$n = 99,99$$

$$n = 99,99$$

Maka diperoleh jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 99.99. Namun, peneliti menggenapkan menjadi 100 responden. Kriteria sampel pada penelitian ini yaitu :

1. Masyarakat yang pernah berbelanja di Chinoss Coffespace kecamatan sukajdi di kota Pekanbaru
2. Reponden merupakan individu yang berjenis kelamin laki-laki dan Perempuan yang pernah berbelanja di Chinoss Coffespace kecamatan Sukajdi di kota Pekanbaru.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengambil data serta informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini maka penulis menggunakan teknis sebagai berikut :

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

3.4.1 Angket (Kuesioner)

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan form kuisisioner online yang berisi pertanyaan atau pernyataan yang meliputi variabel penelitian kepada Masyarakat yang pernah berbelanja dan mengunjungi Chinoss Coffespace kecamatan Sukajadi di kota Pekanbaru. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuisisioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui post atau internet (Sugiyono, 2017).

3.5 Skala Pengukuran Data

Teknik pengukuran data pada penelitian ini menggunakan skala likert. Menurut (Sugiyono, 2017) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Untuk mengukur variabel diatas digunakan skala likert sebanyak lima tingkat dan dengan point di setiap tingkatnya. Seperti tabel berikut :

Tabel 3. 2 Skala Pengukuran Data

Klasifikasi	Keterangan	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : (Sugiyono, 2017)

3.6 Uji Kualitas Data

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner, sehingga harus dilakukan pengujian kualitas terhadap data yang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
diperoleh. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan valid dan reliable, sebab kebenaran data yang diolah sangat menentukan kualitas hasil penelitian.

3.6.1 Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan untuk menguji apakah jawaban kuesioner dari responden benar-benar sesuai untuk digunakan dalam penelitian ini atau tidak. Validitas suatu instrument akan menggambarkan tingkat kemampuan alat ukur yang akan digunakan untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran. Suatu item dikatakan valid jika nilai r hitung harus berada di atas 0,196 hal ini dikarenakan jika nilai r hitung lebih kecil dari 0,196 berarti item tersebut memiliki hubungan yang lebih rendah dengan item-item pertanyaan lainnya dari pada variabel yang teliti, sehingga item tersebut dinyatakan tidak valid.

3.6.2 Uji Reabilitas

Reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Uji reabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi hasil pengukuran dari kuesioner dalam penggunaan yang berulang (Ghozali, 2018).

Menurut (Sugiyono, 2017) menyatakan bahwa uji realibilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang menghasilkan hasil yang sama bisa digunakan berulang kali untuk mengukur hal yang sama.

Metode uji reabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Cronbach's Alpha* yaitu metode menghitung reabilitas suatu tes yang mengukur

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.

sikap atau perilaku. Kuesioner dinyatakan reliable jika jawaban seseorang dalam kuesioner konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu kuesioner dinyatakan reliable jika nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0,6.

$$\alpha = \frac{kr}{1 + (k - 1)r}$$

Dimana :

- a = koefisien berganda
- r = mean korelasi item
- k = jumlah variabel
- 1 = bilangan konstan

3.7 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini sebagai persyaratan yang harus di penuhi dalam analisis regresi linier berganda. Model penelitian ini harus bebas dari asumsi klasik, Adapun penjelasannya yaitu sebagai berikut :

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau penyebaran data statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal (Ghazali, 2016). Pengujian dilakukan dengan melihat penyebaran dana (titik) pada sumbu diagonal dari grafik sketer plot, dasar pengambilan keputusan adalah jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari regresi maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Uji normalitas dinyatakan normal apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05.

3.7.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan di antara variabel bebas memiliki masalah multikorelasi (gejala multikolinieritas) atau tidak. Multikorelasi adalah korelasi yang sangat tinggi yang terjadi pada hubungan diantara variabel bebas. Uji multikolieritas perlu dilakukan ketika ada lebih dari satu variabel independen (Ghazali, 2018).

Pengujian multikolinieritas dilihat dari besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance*, nilai *tolerance* yang besarnya diatas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10 menunjukkan bahwa tidak ada multikolinieritas apabila nilai VIF lebih kecil dari 0,1 atau lebih besar dari 10 (Ghazali, 2018).

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Penyimpangan uji asumsi klasik ini adalah adanya gejala heteroskedastisitas, artinya varian variabel dalam model tidak sama. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *varians* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghazali, 2016). Pengujian heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat *scatterplot SRESID* dan *ZPRED* yaitu ada atau tidaknya pola tertentu. Adapun dasar pengambilan uji heteroskedastisitas melalui uji glejser sebagai berikut :

1. Apabila $\text{sig.2-tailed} < \alpha = 0,05$, maka telah terjadi Heteroskedatstisitas.
2. Apabila $\text{sig.2-tailed} > \alpha = 0,05$, maka tidak terjadi Heteroskedatstisitas.

3.7.4 Uji Auto Korelasi

Uji Autokorelasi adalah hubungan antara residual satu observasi dengan residual lainnya. Menurut (Ghazali, 2016) uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Salah satu uji paling populer untuk mendeteksi autokorelasi adalah uji Durbin-Watson. Kriterianya sebagai berikut :

1. Jika angka DW dibawah -2, berarti ada autokorelasi positif
2. Dika angka DW diantara -2 sampai +2, berarti tidak ada autokorelasi
3. Jika angka DW di atas +2, berarti ada autokorelasi negatif.

3.8 Analisis Regresi Linier Berganda

(Sugiyono, 2014) Mendefinisikan analisis regresi linier berganda digunakan peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), dimana dua atau lebih varibel independen sebagai faktor dimanipulasi (di naik turunkan nilainya) regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel dependennya minimal dua. Persamaan analisis regresi berganda yang digunakan adalah :

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

yang mana :

Y = variabel tak bebas

a = konstanta

b_1, b_2, b_3 = nilai koefisien regresi

X_1, X_2, X_3 = variabel bebas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji T (Uji Persial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen pada variabel dependen (Ghazali, 2016). Pengujian ini dilakukan dengan kriteria apabila nilai signifikan $<0,05$ maka hipotesis diterima dan apabila nilai signifikan $>0,05$ maka hipotesis ditolak.

3.9.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji F dikenal dengan uji serentak atau uji Anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya atau untuk menguji apakah model regresi yang dibuat signifikan atau non signifikan.

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Tingkatan yang digunakan adalah sebesar 0,5 atau 5%, jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka dapat diartikan bahwa variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun sebaliknya (Ghazali, 2016).

3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) adalah sebuah koefisien yang menunjukkan presentase semua pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin besar adjusted R^2 suatu variabel independen, maka menunjukkan semakin dominan pengaruh variabel dependen. Nilai adjusted R^2 yang telah disediakan adalah antara 0 dan sampai 1. Menurut (Ghazali, 2016) Uji Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variasi variabel dependen.

Nilai (R^2) yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independent memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Jika koefisien determinasi (R^2) = 0, artinya variabel independen tidak mampu menjelaskan pengaruh terhadap variabel dependen (Suliyanto, 2018). Tingkat korelasi dan nilai (R^2) dijelaskan dibawah ini :

Tabel 3. 3 Kriteria Pengujian

Nilai Korelasi	Keterangan
0	Tidak berkorelasi
0,21-0,40	Rendah
0,41-0,60	Agak Rendah
0,61-0,80	Cukup
0,81-0,99	Tinggi
1	Sangat tinggi

Sumber : Sugiyono (2017)

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

BAB IV

GAMBARAN UMUM

4.1 Sejarah Perkembangan Chinoss Coffee

Space Chinoss Coffee Space adalah sebuah mikro kecil dan menengah atau UMKM yang bergerak di bidang industri Food and Beverage yang berfokus pada usaha coffee shop yang digagas oleh sebuah keluarga pada tahun 2019. Pada awal berdirinya Chinoss Coffee Space pada tanggal 20 Desember 2019 didasari oleh ide yang muncul dari salah satu anggota keluarga yang merasa bahwa rumah mereka yang selalu dijadikan tempat berkumpul teman-temannya. Berdasarkan hal tersebut maka mereka berinisiatif untuk mendirikan coffee shop kecil-kecilan.

Pada awal berdirinya, owner dari Chinoss Coffee Space hanya berada di sepetak ruangan kecil yang mana sebelumnya ruangan tersebut adalah garasi mobil yang disulap menjadi bar. Tak lama setelah berdirinya coffee shop ini, Indonesia dilanda pandemi Covid-19 yang mana membuat segala bentuk aktifitas masyarakat dibatasi. Namun hal ini justru dimanfaatkan Chinoss Coffee Space untuk berinovasi dan tidak jatuh di kala pandemi. Adanya pembatasan kegiatan yang diberlakukan pemerintah membuat Chinoss Coffee Space terpaksa hanya melayani pembelian take away, karena hal itu pula Chinoss Coffee Space mengeluarkan produk kopi botol dengan ukuran 500ml dan 1liter sehingga memudahkan konsumennya agar dapat menikmati kopi itu di rumah.

Tidak disangka, inovasi tersebut malah membawa nama Chinoss Coffee Space semakin dikenal dikalangan anak muda Pekanbaru, melalui pemasaran dari mulut ke mulut, kini Chinoss Coffee Space telah berkembang menjadi coffee shop terkenal di Pekanbaru. Chinoss Coffee Space mengusung tema coffee shop

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

rumahan, hal ini tentunya bukan tanpa alasan. Karena Chinoss Coffee Space di dirikan di teras sebuah rumah dengan suasana yang homie.

Chinoss Coffee Space beralamat di Jalan Belibis No.9 Kecamatan Sukajadi Pekanbaru. Karena melihat antusias penikmat kopi, pada bulan Juli 2021 Chinoss Coffee Space membuka cabang kedua atau secondhome di Jalan Lembaga Pemasyarakatan No.20C Gobah, Pekanbaru. Selanjutnya Chinoss Coffee Space yang masih terus berkembang membuka cabang ketiga nya pada bulan Desember 2021 di Jalan Riau, Padang Terubuk, Pekanbaru. Cabang ke tiga ini cukup unik karena letaknya bersamaan dengan sebuah tempat fitness yang bernama Neo Fitness

Tak berhenti sampai disitu saja, saat ini Chinoss Coffee Space sudah memiliki 4 cabang yang pada Semptember 2022 lalu membuka cabang ke 4 yang berada di Panam, kelurahan Tampan, Pekanbaru, Riau.

4.2 Logo dan Visi Perusahaan

Gambar 4. 1 Logo Chinnos Coffee Space



Sumber : Sumber Data Observas

Logo dari Chinoss Coffee Space menggambarkan bentuk rumah yang mana bermakna sama bahwa Chinoss Coffee Space adalah coffee shop dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

konsep suasana rumah yang nyaman. Konsep tersebut juga ditunjang dengan letak Chinoss Coffee Space yang berada di halaman dan teras rumah yang masih berpenghuni.

Visi Chinoss Coffespace :

Menjadikan Chinoss Coffee Space tempat yang menyajikan menu kopi berkualitas dan bervariasi serta memberikan pelayanan dengan kualitas terbaik dan dapat berandil besar dalam perkembangan budaya ngopi di kota pekanbaru serta dapat mengembangkan bisnis kopi ke berbagai daerah

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Chinoss Coffespace di Kota Pekanbaru”

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Harga (X1) yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X2) yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X3) yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
4. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan secara simultan Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Chinoss Coffespace.
5. Berdasarkan perhitungan Koefisien determinasi *R square* sebesar 0,728 maka berkesimpulan bahwa sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (bersama-sama) sebesar 72,8%. Sedangkan 27,2% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan berikut ini peneliti mengajukan saran yang diharapkan akan bermanfaat untuk pihak manapun sebagai berikut :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

1. Kepada kafe Chinoss Coffespace supaya bisa mempertahankan cita rasanya dan kualitas pelayanannya
2. Dari penelitian yang dilakukan maka peneliti berharap kepada owner Chinoss Coffespace supaya membuat varian produk yang lebih banyak lagi
3. Dari peneliti yang dilakukan maka peneliti selanjutnya agar menguji variabel lain dari sisa 27,2% pada variabel penelitian yang tidak di uji.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an

Al-Qur'an

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. Prinsip Prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Erlangga. Jakarta

S. Wasila, E. Karsiningsih, F. Pertanian, P. Dan Biologi, E U. Bangka Belitung, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga Dan Cafe Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Generasi Y Pada Kedai Kopi Di Kota Pangkalpinang Influence Of Service Quality, Product, Price And Cafe Atmosphere On Y Generation Consumer Satisfaction At Coffee Shops In Pangkalpinang City", *Jurnal Agristan*, Vol. 5, N^o 2, P. 295–309, 2023, Doi: 10.37058/Agristan.V4i1.7315.

R. Pelani *et al.*, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Café Banua Coffee di Kota Makassar", 2023.

Cahyani (2016), P. Manajemen, F. Ekonomi, e B. dan Pariwisata, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen".

Buku Bauran Pemasaran".

BUKU KUALITAS PELAYANAN".

Kotler (2012) "Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta"

T. Tjahja Andari e R. Rosyada, "Minat Beli Ulang Berbasis Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk (Kasus Pada Sate Maranggi Sn4444 Tajur Bogor) Re-Purchase Interest Based On Brand Image, Price, And Product Quality (Case On Sate Maranggi Sn4444 Tajur Bogor)".

Tri Ratnasari (2011), "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee"

Tjiptono dan Chandra (2016) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Luminor Mangga Besar Jakarta Barat"

E. Rosita, W. Hidayat, E W. Yuliani, "Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial", *Fokus (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

Pendidikan), Vol. 4, N^o 4, P. 279, Jul. 2021, Doi: 10.22460/Fokus.V4i4.7413.

J. Inovasi Penelitian, O. Jasmalinda Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, J. Manajemen, E S. Perdagangan Jl Hamka No, "Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Yamaha Di Kabupaten Padang Pariaman"

S. A. Pratama, R. Intan, P. Mahasiswa, D. Dosen, E M. Unsurya, "Pengaruh Penerapan Standar Operasional Prosedur Dan Kompetensi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Divisi Ekspor Pt. Dua Kuda Indonesia".

Nasution. M. Amri. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Dyza Sejahtera Medan. Jurnal Warta Edisi 59 Tahun 2019, Halaman 1-18.

Pengaruh+Ukuran+Perusahaan+Dan+Konsentrasi+Pasar+Terhadap+Kualitas+Laporan+Keuangan+Pada+Perusahaan".

Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D*. CV Alfabeta.

Ghazali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*(Edisi 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghazali. (2018). *"Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS" Edisi Sembilan*. Badan Penerbit Universitas Semarang.

Sugiyono. (2017b). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D*. CV. Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuntitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabet.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 dan 2*. PT. Indeks.

Kotler, Philip, & Armstrong. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 14 Jilid 1*. Erlangga.

Laksana, M. F. (2019). *Praktisi Memahami Manajemen Pemasaran*. Khalifah Mediatama.

Tjiptono, F., 2012., *Service Management: Mewujudkan Layanan*

Prima., Andi Offset., Yogyakarta

Tjiptono, dan Chandra, 2016. *Service Quality dan satisfaction*. Yogyakarta : Andi